



**Balıkesir Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**

Cilt: 23 - Sayı: 44, Aralık 2020

**Balıkesir University**  
**The Journal of Social Sciences Institute**

Volume: 23 - Issue: 44, December 2020

**ISSN: 1301-5265 / E-ISSN: 2651-4974**

**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**DERGİSİ**

**Aralık 2020 Cilt: 23 Sayı: 44**

**SAHİBİ**

**Owner**

Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü adına  
Balıkesir Üniversitesi Rektörü  
Prof. Dr. İltar KUŞ

**EDİTÖRLER**

**Editors**

Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ  
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN  
Doç. Dr. Ruhi İNAN

**YARDIMCI EDİTÖR**

**Associate Editor**

Arş. Gör. Talha Serdar SEZEN

**ALAN EDİTÖRLERİ**

**Section Editors**

Prof. Dr. Erdoğan TEZCİ  
Prof. Dr. Şeniz ANBARLI BOZATAY  
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN  
Doç. Dr. Ruhi İNAN  
Doç. Dr. Sinan AYTEKİN  
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk BİÇEN

**DİL EDİTÖRLERİ**

**Language Editors**

Prof. Dr. Dilek İNAN

**SEKRETERYA**

**Secretariat**

Öğr. Gör. İbrahim Halil KAZOĞLU  
Öğr. Gör. Merve AYCAN  
Arş. Gör. İbrahim MİSİR  
Özge BİÇER

**BAUNSOBED KURUMSAL**

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda iki kez yayımlanan hakemli ulusal bir dergidir.

**Corporate Identity**

*Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute is a scientific refereed national journal which is published twice a year.*

**YAZIŞMA ADRESİ**

**Correspondence**

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü  
Çağış Yerleşkesi 10145 BALIKESİR  
https://dergipark.org.tr/baunsobed  
Tel / telephone: 0 266 612 14 00 / 1401  
Belgegeçer / Fax: 0 266 612 13 07  
Elmek / E-mail: sbdergi@balikesir.edu.tr

**BALIKESİR UNIVERSITY**  
**THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES**  
**INSTITUTE**

**December 2020 Volume: 23 Issue: 44**

**DERGİMİZİN TARANDIĞI İNDEKSLER**

*Abstracted and Indexed in Following Indexes*



ULAKBİM TR DİZİN

Ebscohost

Akademik Kaynak İndeksi (ResearchBib)

Türk Eğitim İndeksi

Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index)

Akademik Türk Dergileri İndeksi (Akademik Dizin)

Akademik Araştırmalar İndeksi (Acar Index)

**DANIŞMA & YAYIN KURULU**

**Advisory & Editorial Board**

- Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ruhi İNAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Abdullah SOYKAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Abide DOĞAN (Hacettepe Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet KANKAL (Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ali DUYMAZ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Bahattin KAHRAMAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Dilek İNAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. E. Murat ÖZGÜR (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Edip ÖRÜCÜ (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Elif ÇİMEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erdoğan KOÇ (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erdoğan TEZCİ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ertan ÖRGEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Feryal ÇUBUKÇU (Dokuz Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ (University of Central Florida)  
Prof. Dr. Gökhan ORHAN (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hakan ÇETİNTAŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hülya BOYANA (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hüseyin AKAY (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. İlhan ERDEM (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. İsmet ÇETİN (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet BAŞTÜRK (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet NARLI (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Metin EKİCİ (Ege Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ (Celal Bayar Üniversitesi)  
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU (İstanbul Gelişim Üniversitesi)  
Prof. Dr. Orhan BATMAN (Sakarya Üniversitesi)  
Prof. Dr. Oya Aytemiz SEYMEYEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Öcal OĞUZ (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Saadettin GÖMEÇ (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Salim ÇONOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Selda KILIÇ (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Selma YEL (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Üçler BULDUK (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Alpay BİZBİRLİK (Manisa Celal Bayar Üniversitesi)  
Doç. Dr. Zübeyde Güneş YAĞCI (Balıkesir Üniversitesi)

**BASKI HAZIRLIK: Detay Yayıncılık**, Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay-Ankara 312.434 0949, e-posta: detayyay@gmail.com

**BASKI/ÇİLT:** Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi, 1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

Tel: (0312) 229 9928, Sertifika No: 26649

**BU SAYIDA GÖREV ALAN HAKEMLER\***

Prof. Dr. Arzu KARACA (Munzur Üniversitesi)  
Prof. Dr. Atilla AKBABA (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ayhan DİKİCİ (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)  
Prof. Dr. Celil ÇAKICI (Mersin Üniversitesi)  
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Prof. Dr. Doğan YÖRÜK (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Elif TÜRNÜKLÜ (Dokuz Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Feryal CUBUKCU (Dokuz Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Haluk TANRIVERDİ (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Huriye Şebnem BURNAZ (İstanbul Teknik Üniversitesi)  
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kemal Oğuz ER (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet ANIK (Bingöl Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet Emin AKKILIC (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Orhan YAZICI (İnönü Üniversitesi)  
Prof. Dr. Oya SEYMEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Önder MET (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Serap NAZLI (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şakir SAKARYA (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Tuncay GÜLOĞLU (Yalova Üniversitesi)  
Prof. Dr. Umur AVCI (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kemal BİRDİR (Mersin Üniversitesi)  
Prof. Dr. Üçler BULDUK (Ankara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Adem ŞAHİN (Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ahmet İÇLİ (Batman Üniversitesi)  
Doç. Dr. Bülent BAYRAKTAR (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Derya YALÇIKLI (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Doç. Dr. Durmuş ÜMMET (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Duygu SABANCILAR İŞTİN (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Fahri SEZER (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Fatih KOÇ (Kocaeli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hasan MEMİŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. İlke BAŞARANGİL (Kırklareli Üniversitesi)  
Doç. Dr. İsa Yücel İŞGÖR (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)  
Doç. Dr. İsmail AVCI (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Lütfi ATAY (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mehmet Sait ÇALKA (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mine DEMİRTAŞ (Beykent Üniversitesi)  
Doç. Dr. Murat Ozan BAŞKOL (Bursa Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Murat YEŞİLTAS (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)

**REFEREES OF THIS ISSUE\***

Doç. Dr. Mustafa Cem KIRANKABEŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mustafa Cevat ATALAY (Namık Kemal Üniversitesi)  
Doç. Dr. Seçil TAŞTAN (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sezer Bozkuş KAHYAOĞLU (İzmir Bakırçay Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sinan AYTEKİN (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Şefik Okan MERCAN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Doç. Dr. Volkan ÖZBEK (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah ÜLKÜ (Harran Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ali Cüneyt ÇETİN (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Aydın ÜNAL (Kırklareli Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ali Emre SARILGAN (Eskişehir Teknik Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Aylin KARADAŞ (Ege Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Aytakin ULUTAŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Bayram YILDIZ (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Celal KIZILDERE (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Cengiz KARATAŞ (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Derya YILMAZ (Bursa Uludağ Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Emel GÖKGÖZOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Emine Beyza SATOĞLU (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Erdem AKSAKAL (Atatürk Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Gül Erkol BAYRAM (Sinop Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Haluk AYDIN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hasan CUŞA (Munzur Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Murat BİCİL (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Kadriye ERGÜN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mevhibe KOBAC DEMİR (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Muammer BEZİRGAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ahmet Beyazıt OCAKTAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Neslihan KAN SÖNMEZ (Harran Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk BİÇEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Özge GÜDÜ DEMİRBULAT (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Özlem KUVAT (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Rezzan UÇAR (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Selma ŞENEL (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Serhat Adem SOP (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Seyhun DURMUŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Simge KÖMÜRÇÜ (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Şerife ÖZKAR (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Uğur AKDU (Gümüşhane Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Yonca ALTINDAL (Balıkesir Üniversitesi)  
Öğr. Gör. Dr. Zuhal DEMİR (Trakya Üniversitesi)  
Arş. Gör. Dr. Betül Zehra KARAGÜL (Hacettepe Üniversitesi)

\* Öncelikle unvan daha sonra alfabetik sıralamaya göre düzenlenmiştir.





## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

### COĞRAFYA / GEOGRAPHY

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**EKŞİ HÖYÜK ÇEVRESİNDE (ÇAL/DENİZLİ) PALEOCOĞRAFYA  
VE JEOARKEOLOJİ ARAŞTIRMALARI..... 661**

*Paleogeographical and Geoarchaeological Research Around the Ekşi Höyük  
(Çal/Denizli)*

Rifat İLHAN, Serdar VARDAR, Ertuğ ÖNER

### DİL VE EDEBİYAT / LANGUAGE AND LITERATURE

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**KLASİK TÜRK ŞİİRİNDE DENİZ KIZI..... 687**

*Mermaid in Classical Turkish Poetry*

Cenk AÇIKGÖZ

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**ÇANAKKALE'DE ZAFER ŞAM'DA SEVİNÇ:  
GİRİTLİ HAYRİ'NİN ÇANAKKALE ŞİİRLERİ..... 715**

*Victory in Gallipoli, Joy in Damascus: The Poems of Hayri of  
Crete about Gallipoli*

İsmail AVCI

### EĞİTİM BİLİMLERİ / EDUCATIONAL SCIENCES

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**TÜRKİYE'DE GÖRSEL SANATLAR EĞİTİMİNDE ARAŞTIRMA  
VE YÖNELİMLER: 2000-2018 DÖNEMİ MAKALELERİN İÇERİK  
ANALİZİ..... 727**

*Research and Approaches in Visual Arts Education in Turkey:  
2000-2018 Term Content Analysis of Articles*

Sehran DİLMAÇ

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**MİLLİ EĞİTİMİN ORTAYA ÇIKIŞI** ..... 747

*The Emergence of National Education*

Ahmet UYSAL

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**MATEMATİKTE ÖZYETERLİK ALGILAR, MOTİVASYONLAR,  
KAYGILAR VE TUTUMLAR ARASINDA İLİŞKİ** ..... 783

*Relationship Between Self-Effective Perceptions, Motivations,  
Anxieties and Attitudes in Mathematics*

Ahsen FİLİZ, Hülya GÜR

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**ÖĞRENCİ VE VELİLERİN ÖĞRETMEN KAVRAMINA İLİŞKİN  
METAFORİK ALGILARI** ..... 805

*Metaphoric Perceptions of Students and Parents Regarding the Concept of  
Teacher*

Muharrem GENCER

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**PSİKOLOJİK DANIŞMAN ADAYLARININ DANIŞMAN  
ÖZYETERLİĞİNİ YORDAMADA OTANTİKLİK VE DÜNYAYA  
İLİŞKİN VARSAYIMLARIN ROLÜ** ..... 827

*The Role of Authenticity and World Assumptions in Predicting Counselor  
Trainees Self-Efficacy*

A. Esra İŞMEN GAZİOĞLU, İlkay DEMİR

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**OKUL ÖNCESİ ÖĞRETMENLERİNİN MATEMATİK EĞİTİMİNE  
İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ: MATEMATİK ÖĞRETİMİ, CİNSİYET  
FARKLILIKLARI, ÖĞRETMENİN ROLÜ** ..... 845

*Early Childhood Teachers' Views on Mathematics Education: Teaching  
Mathematics, Gender Differences, Teachers Role*

Feyza TANTEKİN ERDEN, Funda Eda TONGA

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**TEKNOLOJİ ENTEGRASYONLU SORGULAMAYA DAYALI  
ÖĞRENME YAKLAŞIMININ ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN  
KAVRAMSAL ANLAMALARINA ETKİSİ:  
GÜNEŞ TUTULMASI ÖRNEĞİ**..... 863

*The Effect of Technology Integrated Inquiry Based Learning Approach to  
Middle School Students' Conceptual Understanding: Example of Solar  
Eclipse*

Melike Gülsüm UYSAL, Ayberk BOSTAN SARIOĞLAN

## İKTİSAT / ECONOMICS

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**TÜRKİYENİN İHRACAT VE İTHALAT KOMPOZİSYONUNUN  
DIŞ TİCARET DENGESİ ÜZERİNE ETKİSİ: AB-15 ÜLKELERİ  
İÇİN İKİ YÖNLÜ PANEL ANALİZİ**..... 887

*The Effect of Turkey's Export and Import Composition on its Foreign Trade  
Balance: Bilateral Panel Analysis for EU-15 Countries*

Memduh Alper DEMİR

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**MALVARLIĞINA KARŞI İŞLENEN SUÇLARIN  
SUÇ TEORİLERİNE GÖRE MEKANSAL ANALİZİ**..... 911

*Spatial Analysis of Crimes Against Property According to Crime Theories*

Özlem DÜNDAR, Cüneyt KESBİÇ

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**BORÇLANMA ARAÇLARI PİYASASINDA ÖĞLE ARASININ  
KALDIRILMASININ GÜNİÇİ GETİRİ, VOLATİLİTE VE İŞLEM  
HACMİNE ETKİSİ**..... 937

*Effect of Removing Lunch Break on Intraday Return,  
Volatility and Trading Volume in Debt Securities Market*

Eyüp KADIOĞLU, Nurcan ÖCAL, Faruk BOSTANCI

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**THE IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON EXPORT OF HIGH-TECHNOLOGY PRODUCTS: THE ROLE OF FINANCIAL DEVELOPMENT AND REGULATORY QUALITY..... 959**

*Doğrudan Yabancı Yatırımların Yüksek Teknolojili Ürün İhracatına Etkisi: Finansal Gelişme ve Düzenleyici Kalitenin Rolü*

Seren ÖZSOY

## İŞLETME / BUSINESS ADMINISTRATION

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**MOBİL BANKACILIK UYGULAMALARININ SADAKAT TUTUMUNA ETKİSİ: NİCEL BİR ARAŞTIRMA ..... 977**

*The Effect of Mobile Banking Applications on Loyalty Attitude: A Quantitative Research*

Ece AKSU ARMAĞAN, Yeliz ÇAL

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**TÜRKİYE SİGORTACILIK TARİHİNDE KAMUSAL BİR PRANGA: REASÜRANS TEKELİNİN ELEŞTİREL ANALİZİ..... 1001**

*A Public Shackles in the History of Turkish Insurance: Analysis of the Reinsurance Monopoly*

Ebubekir AYAN

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**WHAT AFFECTS EMPLOYEE MOTIVATION AT IT PROJECTS IN TURKEY? THE IMPACT OF LEADER COMMUNICATION, WAGE SATISFACTION, AND JOB OPPORTUNITIES AT IT PROJECTS EMPLOYEE'S..... 1041**

*Türkiye'deki BT Projelerinde Çalışan Motivasyonunu Ne Etkiler? Lider İletişiminin, Ücret Memnuniyetinin ve İş Fırsatlarının Etkisi*

Cemil CEYLAN, Hande Gülin YAVAŞ

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**ÇALIŞANLARIN RİSK ALMA DAVRANIŞLARI, YAŞAM TARZI DEĞİŞKENLERİ VE İŞYERİNİN SOSYAL PERFORMANSININ SOSYAL MÜBADELE KURAMI KAPSAMINDA İNCELENMESİ** ..... 1069

*The Relationship Between Risk-Taking Behavior of Employees, Variables of Life Styles and Social Performance of Social Exchange Theory of Work Place*

İbrahim DURMUŞ

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**İŞYERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇE'YE UYARLANMASI** ..... 1105

*Adaptation of Social Media Usage Scale in The Workplace to Turkish*

Kemal ER, Umut SOLMAZ, Engincan YILDIZ

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**ON-LINE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE UYGULANAN PARASAL VE PARASAL OLMAYAN SATIŞ PROMOSYONLARININ MARKA EDERİNE ETKİSİ** ..... 1133

*Impact of Monetary and Non-monetary Sales Promotions on Brand Equity in On-line Retail Sector*

Berrin Arzu EREN

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**GİRİŞİMCİLİĞİN İLLERE GÖRE DAĞILIMI: BULANIK K ORTALAMALAR VE SOM KÜMELEME YÖNTEMLERİ** ..... 1169

*Distribution of Entrepreneurship by Cities: Fuzzy K Means and SOM Cluster Methods*

Kasım Can IŞIK, Mesut POLATGİL

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**PSİKOLOJİK SERMAYE VE ALGILANAN İSTİHDAM EDİLEBİLİRLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA** ..... 1189

*An Empirical Study on the Relationship between Psychological Capital and Perceived Employability*

Gökdeniz KALKIN, Haluk ERDEM, Eser ERDURMAZLI

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

### SOSYOLOJİ / SOCIOLOGY

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**SOSYAL MEDYADA SURİYELİ MÜLTECİ KRİZİNE İLİŞKİN  
KONUM ALIŞLAR: TÜRKİYE'DEKİ POLİTİK GENÇLİK  
ÜZERİNDEN BİR ANALİZ** ..... 1213

*The Positions Related to Crisis of Syrian Refugees at Social Media:  
An Analysis on The Political Youth Generation in Turkey*

Pınar BAYRAM

### TARİH / HISTORY

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**OSMANLI ÇELTİK ÜRETİMSHAHASI OLARAK KONRAPA YA DA  
“OSMANLI SARAYININ NADİDESİ KONURALP PİRİNCİ”** ..... 1253

*16<sup>th</sup> Century Konrapa Rice Field or “The Rare of the Ottoman Palace  
Konuralp Rice”*

Kenan Ziya TAŞ

### TURİZM / TOURISM

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**YABANCI TURİSTLERİN GENEL MÜZE İMAJİ ALGILAMALARI:  
AYASOFYA VE TOPKAPI SARAYI MÜZELERİ** ..... 1269

*The Overall Museum Image Perceptions of Foreign Tourists: Hagia Sophia  
and Topkapı Palace Museum*

Seçkin ESER, Zafer ERLER

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**TURİSTLERİN DESTİNASYON ÇEKİCİLİKLERİ ALGILARI,  
AKIŞ DENEYİMİ, POZİTİF DUYGU VE MEMNUNİYETLERİ  
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA..... 1297**

*A Research on Destination Attributes Perception, Flow Experience, Positive  
Emotion and Satisfaction of Tourists*

Sezer KARASAKAL

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**DESTİNASYON MARKALAŞMASINA YÖNELİK PAYDAŞ ANALİZİ:  
AKÇAKOCA ÖRNEĞİ ..... 1323**

*Stakeholder Analysis for Destination Branding: Akçakoca Case*

Zeynep MESÇİ, Elif Berna BAKIR

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN ATILGANLIK  
DÜZEYLERİ VE PROBLEM ÇÖZME BECERİLERİNİN  
İNCELENMESİ..... 1343**

*Analyzing Assertiveness Levels and Problem Solving Skills of Employees in  
Hotel Business*

S. Banu YILDIZ, İrem GÖKALP





Araştırma Makalesi / Research Article

# EKŞİ HÖYÜK ÇEVRESİNDE (ÇAL/DENİZLİ) PALEOCOĞRAFYA VE JEOARKEOLOJİ ARAŞTIRMALARI\*

Paleogeographical and Geoarchaeological  
Research Around the Ekşi Höyük (Çal/Denizli)

Gönderim Tarihi / Received: 30.04.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 05.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.729873>

Rifat İLHAN\*\*1

Serdar VARDAR<sup>2</sup>

Ertuğ ÖNER<sup>3</sup>

**ÖZ:** Çivril Ovası'ndaki önemli arkeolojik yerlerden biri olan Ekşi Höyük, Çivril Ovası'nın güneyinde, Çal ilçesinin (Denizli) doğusundadır. Ekşi Höyük ve çevresindeki doğal çevre değişmelerinin belirlenmesi amacıyla delgi sondaj yöntemli paleocoğrafya ve jeoarkeoloji çalışmaları yapılmıştır. Bu kapsamda höyük üzerinde 10, höyüğün batısındaki alanda 6 olmak üzere toplam 16 adet sondaj gerçekleştirilmiştir. Sondajlardan alınan sediman örneklerinin sedimantolojik ve paleontolojik analiz sonuçları, sahada gerçekleştirilen arazi gözlemleri ile birleştirilerek Ekşi Höyük ve yakın çevresinin paleocoğrafya-jeoarkeoloji özellikleri ortaya konmuştur. Neolitik Çağ'da ilk yerleşim Neojen (Pliyosen) anakaya üzerinde başlamış olup, kültür katmanının kalınlığı höyüğün merkezinde 2 metreye kadar ulaşmaktadır. Ekşi-2018-13 ve Ekşi-2018-16 sondajlarında seramik ve çört / artifact (obsidyen?) parçalarına rastlanmıştır. İlk yerleşimin başladığı Neolitik'te höyüğün batısında Büyük Menderes Irmağı'nın gömülmüş bir menderese ait eski yatağın bulunduğu anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Ekşi Höyük, Paleocoğrafya, Jeoarkeoloji.

**ABSTRACT:** Ekşi Höyük, one of the important archaeological sites in the Çivril Plain, is in the south of Çivril Plain and east of Çal district (Denizli). Paleogeographical and

\* Bu çalışma, Ekşi Höyük ve çevresindeki paleocoğrafya - jeoarkeoloji araştırmaları kapsamında gerçekleştirdiğimiz delgi sondaj ve arazi çalışmalarından elde edilen verilerden yararlanılarak hazırlanmış olup, etik kurul izni gerekmektedir.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Araş. Gör. Dr., Adıyaman Üniversite / Fen Edebiyat Fakültesi / Arkeoloji Bölümü / Prehistorya Anabilim Dalı, [rifatcoğrafya@gmail.com](mailto:rifatcoğrafya@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0001-8392-9349>

<sup>2</sup> Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi / Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi / Coğrafya Bölümü / Fiziki Coğrafya Anabilim Dalı, [serdarvardar@yahoo.com](mailto:serdarvardar@yahoo.com), <https://orcid.org/0000-0002-8448-9290>

<sup>3</sup> Prof. Dr., Ege Üniversitesi / Edebiyat Fakültesi / Coğrafya Bölümü / Fiziki Coğrafya Anabilim Dalı, [ertug.oner@ege.edu.tr](mailto:ertug.oner@ege.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0002-9712-5277>

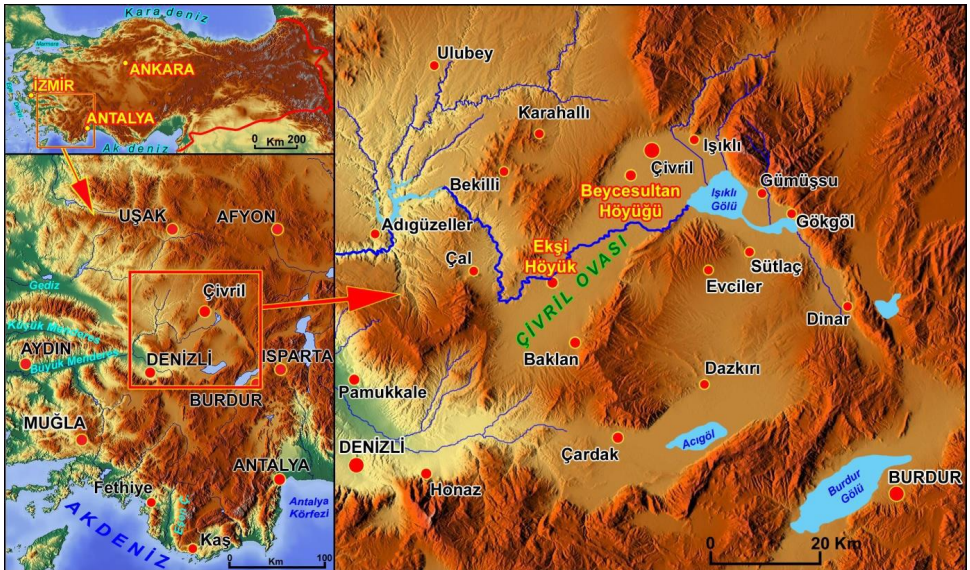
geoarchaeological studies were conducted to determine natural environment changes in Ekşi Höyük. In this context, a total of 16 drillings were performed, 10 on the mound and 6 in the area west of the mound. The sedimentological and paleontological analysis results of sediment samples taken from boreholes were combined with field observations carried out in the field, and the paleogeography-geoarchaeological features of Ekşi Höyük and its immediate surroundings were revealed. The first settlement in the Neolithic Age began directly on the surface of the Neogene (Pliocene) bedrock and the thickness of the cultural layer reaches up to 2 meters in the center of the mound. In the Ekşi-2018-13 and Ekşi-2018-16 core drillings, ceramic and chert/artifact (obsidian?) fragments were found. In the Neolithic Age when the settlement started, it was understood that an old entrenched meander of the Büyük Menderes river was located to the west of the mound.

**Keywords:** Ekşi Höyük, Paleogeography, Geoarchaeology.

## GİRİŞ

Ekşi Höyük, Çivril Ovası'nın güneyinde, Çal (Denizli) ilçe merkezinin doğusunda yer alır. Neolitik Çağ'dan Kalkolitik Çağ'a kadar bir yerleşimin olduğu Ekşi Höyüğün kuzeyinden Büyük Menderes Irmağı geçmektedir (Şekil 1). Höyük, Neojen (Pliyosen) yaşlı gölsel tabakaların yapısını oluşturduğu ve en yüksek noktasının 819 m olduğu küçük bir tepe üzerindedir. Höyüğün alanı yaklaşık 2 hektardır (Dedeoğlu vd., 2017; Dedeoğlu vd., 2018; Dedeoğlu vd., 2019).

**Şekil 1:** Çivril Ovası ve Ekşi Höyüğün Lokasyon Haritası



Kaynak: Öner vd., 2019.

Araştırma alanın da yer aldığı Yukarı Menderes Havzası'nın ova kesiminde ve sonrasında dağlık bölgeleri de kapsayacak şekilde genişletilen arkeolojik yüzey araştırmaları Ekşi Höyük ile birlikte Neolitik-Erken Kalkolitik yerleşim katlarına sahip toplam 17 yerleşim olduğunu göstermiştir (Abay ve Dedeoğlu, 2005; Abay ve Dedeoğlu, 2007; Abay, 2008; Dedeoğlu, 2010; Dedeoğlu, 2014; Dedeoğlu vd., 2015; Dedeoğlu vd., 2016). Yüzey araştırmalarında bahsedilen yerleşimlerin tahribat durumu, yüzeylerinden toplanan çanak çömlek ve diğer buluntular, yerleşimlerin konumları ve yerleşim tipi gibi özellikleri dikkate alınarak arkeolojik kazı çalışmalarının Ekşi Höyük'te başlatılmasının uygun olacağı kanaatine varılmıştır (Dedeoğlu, 2014).

Ege Üniversitesi Arkeoloji Bölümü'nden Doç. Dr. Fulya Dedeoğlu Konakçı'nın bilimsel danışmanlığında ve Denizli Müze Müdürlüğü başkanlığında Ekşi Höyük kazılarına 2015 yılında başlanılmıştır (Dedeoğlu vd., 2017; Dedeoğlu vd., 2018). Ekşi Höyük'te ilk yerleşimlerin Neolitik ve Erken Kalkolitik Çağ'a ait olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte höyüğün yamaç kesimlerinde sınırlı bir Selçuklu Dönemine ait yerleşimin olduğu belirlenmiştir (Dedeoğlu, 2010; Abay, 2011).

Ekşi Höyük'te Selçuklu/Osmanlı Beylikler, Kalkolitik ve Neolitik Çağ yapıları basit toprak gömülerden oluşan mezarlar ile temsil edilmektedir. Bu döneme (M.S. 13 – 14. yüzyıl) tarihlenen toplam 25 gömü tespit edilmiştir. Ancak bu mezarların derinliği pulluk seviyesi içerisinde kaldığından yoğun biçimde tahrip olmuştur. Yerleşim üzerinden yapılan araştırmalar söz konusu mezarlığın iskân alanının höyüğün doğu yamaçlarında olabileceğini göstermiştir. Ekşi Höyük'te M.Ö. 6000-5500 yıllarına tarihlenen yapı katına ilişkin arkeolojik bulgular belirlenmiştir. Bu yapı katının iki evre ile temsil edildiği anlaşılmıştır. Kazıda ulaşılan dörtgen yapı ve bu yapıya ait taban parçaları, fırın tabanı, söve taşı, taş temel üzerine kerpiç duvarlar, içi sıvalı bir depolama alanı, çanak çömlekler bu döneme ait buluntulardır. M.Ö. 6200-6000 yıllarına tarihlenen yerleşim katına ait arkeolojik bulgulara, bir önceki yapı katına ait tabanların hemen alt seviyesinde ulaşılmıştır. İki bölümden oluşan yapı ve buna bitişik olarak yapılmış bir ocak ve tabanlar ile temsil edilen bu tabakaya ait çok sayıda in situ durumda buluntu da elde edilmiştir (Dedeoğlu vd., 2017; Dedeoğlu vd., 2018; Dedeoğlu vd., 2019).

Ekşi Höyük ve çevresinin Neolitik'ten günümüze doğal çevre özellikleri ve bu çevrede meydana gelen doğal değişimleri belirlemek amacıyla paleocoğrafya ve jeoarkeoloji araştırmaları yapılmıştır. Bu araştırmalar kapsamında höyük ve çevresinde gerçekleştirdiğimiz arazi gözlemleri yanında toplam 16 adet alüvyal delgi sondaj yapılmıştır. Yüzeyden 50 cm ile 1100 cm arasında değişen derinliklere kadar inilen sondajlarda farklı sediman katmanları geçilmiştir. Bu

çalışmada sondajlardan sağlanan sedimanların stratigrafik, sedimantolojik ve paleontolojik analizlerinden elde edilen sonuçlar ile höyük ve çevresinin paleo-ocoğrafya ve jeoarkeoloji özellikleri ortaya konmuştur.

## ÇİVRİL OVASI VE YAKIN ÇEVRESİNİN FİZİKİ COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ

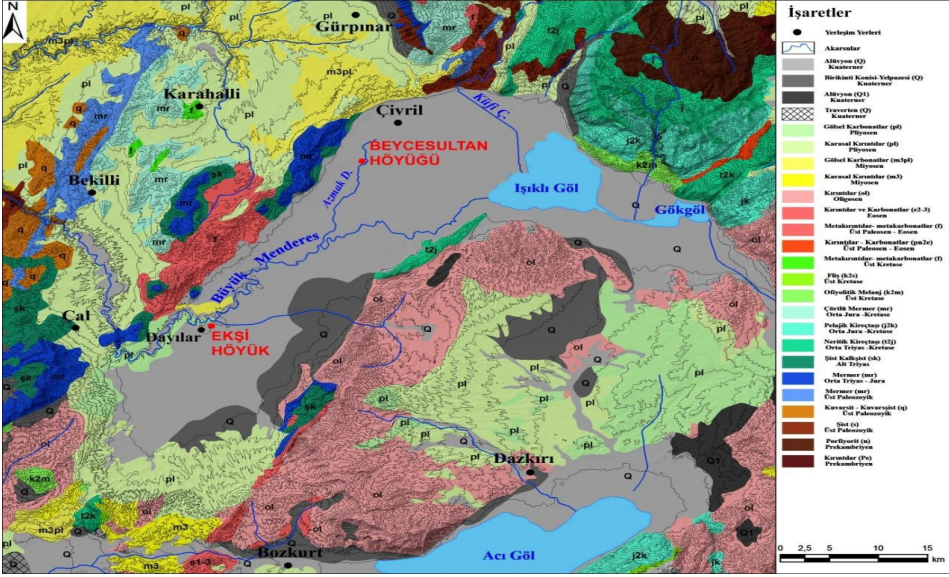
Ekşi Höyüğün yer aldığı Çivril Ovası, Denizli ilinde yer almaktadır. Batı Anadolu'nun önemli su kaynaklarından biri olan Büyük Menderes Irmağı alanın da en önemli su kaynağıdır. Ortalama yükseltinin yaklaşık 820 m olduğu Çivril Ovası 400 km<sup>2</sup>lik bir alan kaplamaktadır. Çivril Ovası'nın çevresi oldukça yüksek dağlarla çevrili olup, güneydoğusundaki Işıklı Ovası ve güneybatısındaki Baklan Ovası ile birlikte bumerang şekilli geniş bir düzlük oluşturur (Şekil 1).

Araştırma alanı ve çevresinde stratigrafik olarak şu birimler yer almaktadır. En altta Paleozoyik örtü şistleri ve mermerler; bunların üzerinde, diskordant olarak Mesozoyik yaşlı metamorfizmaya uğramış çakıl, kum, silt, kilttaşları, ardalanmalı olarak kalkşistler ve dolomitik karbonatlı kayalar gelmektedir. Karbonatlı kayaların üzerine ise Tersiyer yaşlı kireçtaşı-marn-kiltaşları ardalanmasından oluşan gölsel birimler gelmekte olup bunların da üzerine faylı bir dokunakla karasal nitelikteki çakiltaş-kum-kil-kireçtaşı ardalanmalı birim gelmektedir (Şekil 2). Büyük Menderes Irmağı ve Küfi Çayı'nın taşıdığı Kuvaterner yaşlı alüvyonlar ve yamaç seller ile taşınan kolüvyonlar Çivril düzlüğündeki yukarıda belirtilen farklı yaş ve özelliklere sahip tüm birimleri uyumsuz olarak örtmektedir (Şekil 2). DSİ sondajlarına göre alüvyon kalınlığının 100 m'yi aştığı bilinmektedir (Platen, 1967; Ercan vd., 1978; Öztürk, 1981; Göktaş vd., 1989; Konak vd., 1990; Taşdelen vd., 2001; Öner vd., 2019).

Stratigrafik olarak, genelde Batı ve Güneybatı Anadolu, özelde ise araştırma alanımız, Menderes Masifi, Likya Napları, ofiyolit birimleri ve yaygın Neojen ve Kuvaterner tortullarını bünyesinde bulundurur (Şekil 2). Çalışma alanı ve çevresinde Menderes Masifi ve Likya Napları'ndan oluşan temel kayalar; molas nitelikli olan Oligosen yaşlı kayalar; gölsel ve kırıntılı tortullardan oluşan Neojen ile Kuvaterner birimleri yaygın şekilde bulunmaktadır (Şekil 2).



Şekil 2: Çivril Ovası ve Yakın Çevresinin Jeoloji Haritası



Kaynak: Öner vd., 2019.

Çivril Ovası'nın en büyük akarsuyu olan Büyük Menderes Irmağı, Çal ilçesinin güneydoğusunda Çivril depresyonunu terk ederken akış yönünü batı ve kuzeybatıya doğru değiştirerek, graben tabanındaki beyaz-açık yeşil renkli marn ve killi kireçtaşlarından oluşan tortulları aşar. Bu birim bazı çalışmalarda Miyosen (Tatar, 2016), bazılarında ise Pliyosen yaşlı tortulları olarak belirtilmiştir (Boyras, 2011). Düzenlediğimiz jeoloji haritasında bu kayalar Pliyosen yaşlı karbonatlar olarak simgelenmiştir (Şekil 2). Çalışmamızda bu kayalardan söz ederken Neojen olarak da söz edilmiştir. Benzer şekilde yine grabenin tabanında, Büyük Menderes Irmağı dirseğinin güneybatı kesiminde oldukça geniş bir alanda önceki bütün jeoloji haritalarında alüvyon olarak işaret edilmesine karşın, mavi renkli, bol organik maddeli marnların varlığı saptanmıştır (Kazancı vd., 2011). Kazancı vd. (2011), beyaz renkli, bol kırıntılı, killi marnları uyumsuzlukla örten bu sığ göl-bataklık çökellerinden aldıkları örneklerde *Monodacna didacnoides* Andrussow fosilinin yaşını G. Taner ile yaptıkları sözlü görüşmeye dayanarak Pleyistosen olarak yorumlamışlardır. Bu tortulların ayrıca tatlı su Gastropodları da içerdikleri ve kalınlıklarının da DSİ sondaj loglarında 30 m olduğunu belirten araştırmacılara göre istife ait mostralar ovadaki drenaj kanallarında kolayca izlenebilir (Kazancı vd., 2011; Boyraz, 2011). Kazancı vd. (2011), Çivril Ovası güney bölümünde Geç Pleyistosen'de bir gölün varlığından bahsedip Orta-Geç Holosen'de kapılarak bugünkü akarsu sistemi kurulduğunu, bu biriminde bu gölün sedimanları olduğunu ifade ediyor. Bu arada Kazancı vd., (2011) aynı çalışmada Orta Holosen'de de-

nizi Nazilli'nin doğusuna kadar getiriyor ki bu tamamen hayali bir durumdur. Bizim sondaj çalışmalarımızda da anakaya üzerinde rastladığımız bu yeşilimsi gri renkli siltli-killi ve içinde bol Gastropod bulunan birim art bataklık sedimanları olarak kabul edilmiştir.

Araştırma alanımız ve yakın çevresinin ana jeomorfolojik birimleri aşınım ve birikim şekilleri olarak gruplanabilir. Yüksek dağlık alanlar üzerinde aşınım yüzeyleri ile çeşitli vadi şekilleri gelişmişken, birikim şekilleri olarak da dağlık alanlarının eteklerinde birikinti koni-yelpazeleri, ova alanlarında ise alüvyal birikimler yer almıştır (Şekil 1, Şekil 3).

Şekil 3: Çivril Ovası ve Yakın Çevresinin Hipsometrik Haritası



Kaynak: Öner vd., 2019.

Çivril ve yakın çevresinde İç-Batı Anadolu iklimi hâkimdir. İç-Batı Anadolu iklimi, Ege-Akdeniz iklimi ile İç Anadolu iklimi arasında geçişi karakterize etmektedir. Bununla birlikte söz konusu iklimin daha çok İç Anadolu iklim tipinde olduğu söylenebilir. Çünkü alandaki yıllık ortalama sıcaklık ve ortalama yağış değerleri İç Anadolu iklimine daha yakındır. Ayrıca kıyı bölgelerine göre günlük ve mevsimlik sıcaklık farkları daha fazladır. Çalışma alanı çevresinde yer alan Çivril meteoroloji istasyonundan elde edilen 1969-1990 yılları arasındaki sıcaklık ve yağış verilerinin ortalamaları şu şekildedir. Yıllık

ortalama sıcaklık değeri 13,1 °C, yıllık ortalama yağış miktarı 427,7 mm'dir. Ağustos ayı 24,4 °C ile en sıcak ay iken Ocak ayı ise 2,9 °C ile en soğuk aydır. Yağışların yıl içindeki dağılımına bakıldığında Eylül ayı 13,4 mm ile yağışın en az ölçüldüğü aydır (Taşdelen vd., 2001). Buna karşın Aralık ayı 53,6 mm ile yağışın en fazla gerçekleştiği aydır (Taşdelen vd., 2001). Bu istasyonda hâkim rüzgâr yönü ise batı olarak belirlenmiştir (Taşdelen vd., 2001). Çivril ilçesi ve yakın çevresinde bitki örtüsüne bakıldığında dağlık alanlarda seyrek olarak meşe ve ardıçlara rastlanmaktadır. Tarım için uygun yerlerde meyve ağaçları bulunurken, tarım ürünleri arasında tahıl, bakliyat, sebze ve meyve üretiminin yapıldığı görülmektedir (Taşdelen vd., 2001).

## AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmada Ekşi Höyük ve çevresindeki doğal çevre değişmelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ekşi Höyük ve çevresinde yerleşmenin başladığı dönemden günümüze kadar geçen sürede meydana gelen değişmeler, höyük materyali ve doğal süreçlerle biriken sedimanlar içinde izler bırakmıştır. Höyük üzerinde ve çevresindeki alüvyon katmanları ve bu katmanların yansıttıkları ortamların belirlenmesini mümkün kılan delgi sondaj yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem ile yapılmış paleocoğrafya ve jeoarkeoloji çalışmalarında önemli sonuçlar elde edildiği, doğal çevre değişmelerinin belirlendiği bilinmektedir (Öner, 1997; Öner, 1999; Vardar, 2010; Kayan ve Öner, 2013; Karadaş, 2014; Akbulut ve Öner, 2015; Kayan ve Öner, 2015; Vardar vd., 2017; Öner ve Vardar, 2018; Vardar, 2018a; Vardar, 2018b; İlhan ve Öner, 2019).

Höyük üzerinde ve çevresinde derinlikleri 50 cm ile 1100 cm arasında olan toplam 16 adet delgi sondaj yapılmıştır (Şekil 4). Höyük üzerinde yapılan 10 adet sondajda bir iki metrelik derinliklerde ulaşılan anakaya üzerinde kalınmıştır. Höyüğün güneybatısında yapılan sondajlarda ise 1100 cm derine inmek mümkün olmuştur (Tablo 1). Höyük üzerinde yapılan sondajlardan 33, höyüğün batı ve güneybatısında Geren Gölü mevkiinde yapılan sondajlardan 195 olmak üzere toplam 228 farklı seviyeye ait örnek sedimantolojik ve paleontolojik analizlerde kullanılmak üzere alınmıştır. Sondaj karot örneklerinden henüz C14 tarihlemesi yapılmamış olup alandaki kültürel katmanların tarihlemeleriyle ilişkilendirilen rölatif bir kronostratigrafi esas alınmıştır. C14 tarihlemeleri için daha güvenilir sediman örneklerinin alınması amacıyla yeni sondajlar planlanmıştır.

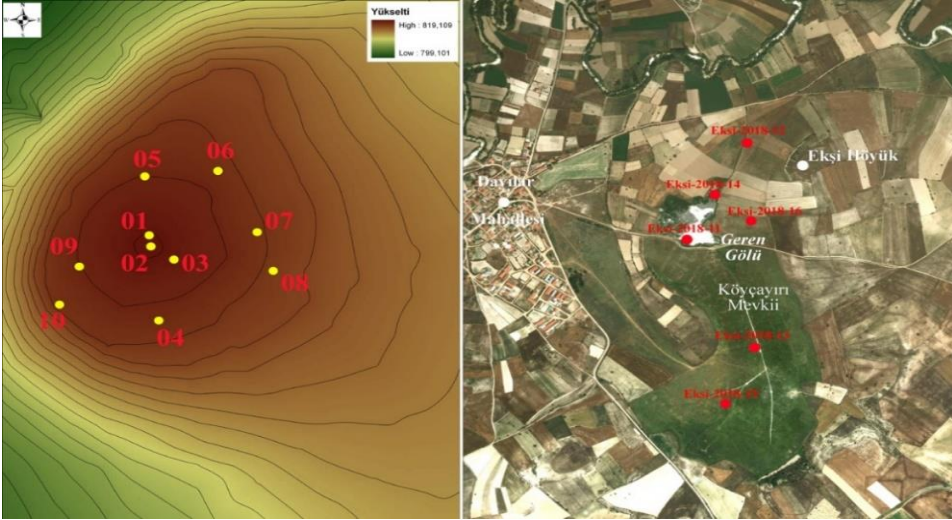
**Tablo 1:** Ekşi Höyük ve Geren Gölü Mevkiinde Yapılan Delgi Sondajlara Ait Bilgiler

Sondaj Numarası	Sondaj Yükseltisi (m)	Sondaj Derinliği (m)	Sondaj Dip Yükseltisi (m)	Taban Suyu (cm)
Eksi-2018-01	819,12	2,00	817,12	-
Eksi-2018-02	818,99	1,85	817,14	-
Eksi-2018-03	818,78	2,00	816,78	-
Eksi-2018-04	817,70	0,50	817,20	-
Eksi-2018-05	817,95	1,00	816,95	-
Eksi-2018-06	817,46	0,60	816,86	-
Eksi-2018-07	817,25	2,00	815,25	-
Eksi-2018-08	816,70	2,00	814,70	-
Eksi-2018-09	818,16	1,00	817,16	-
Eksi-2018-10	818,34	1,10	817,24	-
Eksi-2018-11	795,20	6,00	789,20	120
Eksi-2018-12	796,84	1,00	795,84	160
Eksi-2018-13	796,48	11,00	785,48	?
Eksi-2018-14	795,88	5,00	790,88	160
Eksi-2018-15	796,49	9,00	787,49	150
Eksi-2018-16	796,774	10	786,774	?

Delgi sondajlar farklı özellikteki ekipmanlar kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Benzin motorlu çakma makinesi (Atlas Copco, Cobra Mk1) ile zemin özelliğine göre çapları 3,6 cm, 5 cm ve 6 cm arasında değişen bir metrelik yarı açık uçlar zemine çakılmış, uçlar içine alınan sedimanlar yine benzin motorlu hidrolik çekme makinesi ile yukarıya çekilerek sondajlar tamamlanmıştır (Şekil 5). Sondajların her bir metresi için ayrıntılı notlar alınmış ve fotoğraflanmıştır. Fotoğraflama işleminden sonra farklı seviyelerden sediman örnekleri hassas bir şekilde alınmış ve paketlenmiştir. Arazide alınan sediman örnekleri laboratuvar ortamına getirilerek sedimantolojik ve paleontolojik analizleri yapılmıştır. Tane boyu ve kalsimetre analizleri sedimantolojik analizleri oluştururken, sedimanların içerisinde bulunan makro ve mikro fosiller paleontolojik analizleri oluşturmaktadır. Analiz sonuçları, arazi gözlemleri ile birlikte değerlendirilerek sedimanların biriktikleri ortam özellikleri ve bunlardaki değişimler yorumlanmıştır. Aynı doğrultudaki sondajların birleştirilmesi ile kesitler oluşturulmuştur.



#### Şekil 4: Ekşi Höyük Üzerinde Yapılan Sondaj Noktaları (Solda) İle Höyük Çevresinde (Sağda) Yapılan Delgi Sondaj Noktaları



Kaynak: Öner vd., 2019.

### PALEOCOĞRAFYA VE JEORKEOLOJİ ARAŞTIRMALARI

Ekşi Höyüğün doğal çevre değişmelerini belirlemek amacıyla Çivril Ovası ve höyük çevresinde jeomorfolojik araştırmalar ve özellikle alüvyal jeomorfoloji çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Öncelikle yörenin jeomorfolojik gelişiminde etkili olan jeolojik-jeomorfolojik, iklim, hidrografya, toprak ve bitki örtüsü gibi fiziki coğrafya özellikleri değerlendirilmiş, sonra alanın alüvyon özellikleri incelenmiştir. Bu amaçla Ekşi Höyük üzerinde ve çevresinde delgi sondaj çalışmaları gerçekleştirilmiştir (Şekil 4).

#### Delgi Sondaj Çalışmaları

Ekşi Höyüğün yer aldığı Çivril Ovası, Büyük Menderes Irmağı'nın yukarı havzasında tektonik ve yapısal yönden bir depresyon, bir graben içerisindedir. Dolayısıyla höyük ve çevresi yerleşimin başladığı andan itibaren daha çok birikim süreçlerinin etkisi altında günümüzdeki şeklini almıştır. Bununla birlikte, Büyük Menderes Irmağı'nın taban düzeyine bağlı olarak da aynı zamanda bir aşınım alanıdır. Bu ana akarsuya bağlı süren aşınım süreçlerini ise akarsuyun Çal yakınlarında depresyondan çıkışını sağlayan boğaz/eşik denetlemektedir. Aynı şekilde bu alanın biraz ilerisinde 1990 yılında işletmeye açılan Adıgüzel Barajı da son dönem Çivril Ovası'ndaki aşınım ve birikim süreçlerini denetleyen yapay bir göl alanıdır (Çetin vd., 2009; Özbek vd., 2016).

## Höyük Üzerindeki Sondajlar

Ekşi Höyüğün kurulmuş olduğu doğal yüzeyi, kültür katmanının derinliği ve höyüğün yayıldığı alanı belirleyebilmek adına ilk sondajlarımız höyük üzerinde gerçekleştirilmiştir. Höyük üzerinde derinlikleri 50 cm ile 200 cm arasında değişen toplam 10 delgi sondaj gerçekleştirilmiştir. Bu sondajlar Ekşi-2018-01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09 ve 10 şeklinde numaralandırılmıştır (Tablo 1; Şekil 4). Sondajlara höyüğün yer aldığı tepenin en yüksek olduğu merkezi kısımda başlanmış, bu noktanın kuzey, güney, doğu ve batısına doğru devam edilmiştir (Şekil 4). Höyüğün merkezi kısmında yapılan Ekşi-2018-01, 02, 03 ve merkezi kısımdan doğuya doğru yapılan Ekşi-2018-07 ve 08 nolu sondajlarda kültür katmanının kalınlığı 200 cm'ye ulaşmaktadır. Buna karşılık höyük üzerindeki Ekşi-2018-04, 05, 06, 09 ve 10 nolu sondajlarda kültür katmanının kalınlığı yaklaşık 100 cm ve altındadır (Tablo 1). Ekşi höyük üzerindeki bu sondajlar höyükteki yerleşimin doğrudan Neojen (Pliyosen) yaşlı anakaya üzerinde başladığı, kültür katmanının kalınlığının en fazla 200 cm kadar olduğunu ortaya koymuştur (Şekil 5).

**Şekil 5:** Ekşi Höyük Üzerinde ve Çevresinde Yapılan Delgi Sondaj Çalışmaları Sırasındaki Görüntüler (Üstte) İle Sondajlara Ait Örnek Loglar Ve Ortam Değerlendirmeleri (Altta)



### Ekşi-2018-11 Sondajı

Ekşi-2018-11 numaralı sondaj höyüğün güneybatısında yer alan ve Geren Gölü mevki olarak adlandırılan alandaki yolun kenarında yapılmıştır. Yüzey yükseltisinin 795,20 m olduğu noktadan 6 m derine inilmiş, farklı özellikteki sedimanlardan 27 adet örnek alınmıştır. Yüzeyde güncel bataklık sedimanlarından sonra 250 cm'ye kadar devam eden siltli-killi su ortamını yansıtan sedimanlar geçilmiştir. Bu sedimanların rengi mevsimsel kuruma nedeniyle

kırmızımsı tonlardadır. Bu sedimanların altında önce kumlu sonra daha iri unsurlu küçük orta çakıllı akarsu sedimanları ile yatak sedimanları geçilmiştir. 370 cm'lerden itibaren de yine ince taneli art bataklik sedimanlarına geçilmiştir. Bu birim içinde arazide küçük tatlı su gastropodlarına gözlenmiş olup alınan örneklerin paleontolojik incelemesinde de çok bol tatlı su gastropodları bulunmuştur. Bu büyük olasılıkla su ortamının uzunca bir dönem bu kesimde bulunduğunu göstermektedir. Sondajın 520 cm'lerden sonra ise daha açık beyazımsı renkli yine ince taneli daha sert olan Neojen (Pliyosen) anakayaya ulaşılarak sondaj bu seviyede sonlandırılmıştır.

### **Ekşi-2018-12 Sondajı**

Höyüğün batısında, Büyük Menderes Irmağı'nın yaklaşık 300 metre güneyinde yapılmıştır (Şekil 4). Yükseltinin 796,84 m olan noktandan 10 m derine inilmiştir (Tablo 1). Sondajın ilk 4 m'lik bölümünde ince taneli siltli-killi zaman zaman kuruyan su ortamına ait sedimanlar geçilmiştir. 4 m ile 8,3 m'ler arasında ince kumlu akarsu sedimanları geçilmiştir. Sondajın 830 - 885 cm'ler arasında da nispeten kaba taneli (kaba kumlu-küçük çakıllı) akarsu yatak sedimanları bulunmuştur. Bu derinlikten itibaren yeşilimsi gri siltli-killi tatlı su ortamını içerdiği bol gastropodlarla ifade eden sedimanlar içinde 10 m'ye kadar inilmiştir. Arazi de yapılan ilk değerlendirmelere göre farklı seviyelerden 42 sediman örneği alınmıştır. Alınan sediman örneklerinin tane boyu analizleri ile sondajın tane boyu dağılımı ve bu dağılımdaki değişimler belirlenmiştir (Şekil 6). Paleontolojik analizler kapsamında farklı cins ve türlere ait ostracod, foraminifer ve molusklara rastlanılmıştır. Elde edilen paleontolojik bulguların ortam özellikleri ve sedimantolojik veriler yukarıda belirtilen sediman katmanlarının ayrılmasında birlikte kullanılmıştır (Şekil 7).





### Ekşi-2018-13 Sondajı

EKŞİ-2018-13 nolu sondaj, höyüğün güneybatısındaki Geren Gölü'nün altında tel ile çevrili olan alanın ortasında yapılmıştır (Şekil 4) Yüzey yükseltisinin 796,48 m olduğu noktadan 11 m derine inilmiş, farklı özelliklerdeki sedimanlardan 41 adet örnek alınmıştır (Tablo 1). Sondajın ilk 400 cm'deki üst seviyelerinde siltli-killi su ortamına ait kızılımsı kahve – gri renkli sedimanlar geçilmiştir. Bu seviyeden sonraki 400 cm ile 660 cm'ler arasında koyu gri renkli ince-orta kumlu akarsu sedimanları yer almaktadır. Bu seviyenin altında kaba kumulu ve küçük çakıllı akarsu yatak sedimanları 930 cm'ye kadar devam etmektedir. 930 cm'den itibaren gri renkli bol miktarda Gastropod gözlenen siltli-killi art bataklık sedimanları bulunmuştur. Sondajın 1050 cm'sinden itibaren de beyazımsı - yeşil gri renkli neojen anakayaya ulaşılarak sondaj bu seviyede sonlandırılmıştır (Şekil 5). EKŞİ-2018-13 nolu sondajın 870 cm'sinde bir adet çört / artifact (obsidyen ?) bulunmuştur (Şekil 8). Bulunan bu örnek, insanların Ekşi Höyük'te yerleştikleri zamanda yüzeyin bu seviyede olduğu ve bir akarsu yatağının bu yönde yer aldığı göstermektedir. Yine sondajın 930 ile 1050 cm'leri arasındaki siltli-killi sedimanlar içinde bulunan ostracod ve gastropodlara ait cins ve türler bu birimin bir su ortamını yansıtan indikatörleri olarak değerlendirilmiştir.

**Şekil 8:** Ekşi Höyük 2018-13 Numaralı Sondajın 870 cm'sinde Çıkan Çört / Artifact (Obsidyen?) Parçası



### **Ekşi-2018-14 Nolu Sondaj**

Ekşi Höyüğün batısında Ekşi-2018-11 ve Ekşi-2018-12 sondajlarının arasında yapılmıştır (Şekil 5). Ekşi-2018-14 numaralı sondajda yüzeyden 5 m derine inilmiştir, 17 adet örnek analizler için alınmıştır (Tablo 1). Yüzeydeki güncel bataklık sedimanlarından sondajın 3 m'lik üst seviyelerinde siltli-killi su ortamında biriken sedimanlar geçilmiştir. Sondajın ilk metresinin uç kısmında (100 cm'de) küçük boyutlarda seramik kırıntılara rastlanmıştır. Sondajın 3 m ile 3,75 m arasında kalan kesiminde kumlu akarsu sedimanlarının devam ettiği belirlenmiştir. 3,75 m'den 4,20 m'ye kadar olan seviyeler arasında da çakıllı akarsu yatak sedimanları geçilmiştir. 4,2 m'de siltli-killi art bataklık sedimanlarına girilmiş olup, sondaj bu birim içerisinde sonlandırılmıştır.

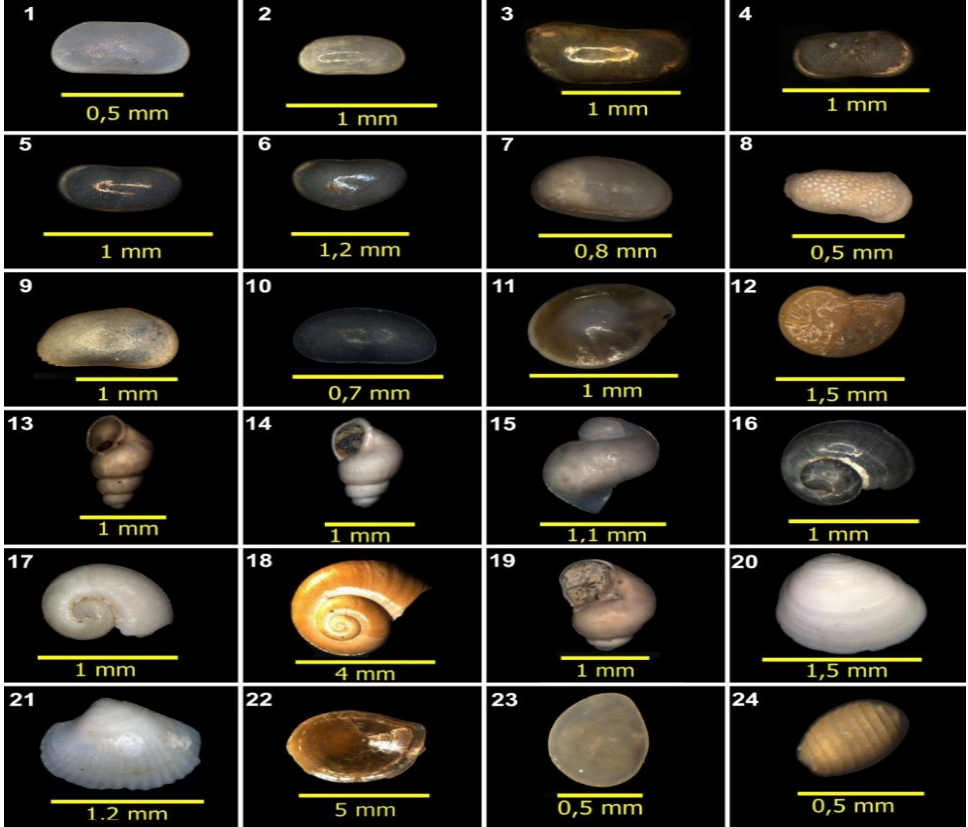
### **Ekşi-2018-15 Sondajı**

Ekşi-2018-15 sondajı, Ekşi Höyüğün güneybatısında tel ile çevrili alan içerisinde yapılan Ekşi-2018-13 sondajının güneyinde yapılmıştır (Şekil 5). Yükseltinin 796,49 m olduğu noktadan 9 m derine inilmiş, 32 adet örnek alınmıştır (Tablo 1). Bataklık bitkileri ile kaplı olan sondaj noktasından sondajın 6,2 m'sine kadar olan seviyeler arasında siltli-killi su ortamını yansıtan sedimanlar geçilmiştir. Sondajın 6,2 m ile 8,2 m'leri arasında koyu gri renkli siltli-killi art bataklık sedimanları geçilmiştir. Sondajın 8,2 m'sinden itibaren açık renkli Neojen anakayaya ulaşılmış ve sondaj bu seviyede sonlandırılmıştır.

### **Ekşi-2018-16 Sondajı**

Ekşi-2018-16 sondajı, Ekşi-2018-11 sondajı ile höyük arasında yapılmıştır (Şekil 5). Geren Gölü'nün doğusunda yükseltinin 796,77 m olduğu noktadan 10 m derine inilmiştir. Bu sondajdan analizler için toplam 36 örnek alınmıştır (Tablo 1). Sondajın yüzey ile 4 m arası siltli-killi su ortamını yansıtan sedimanlardan oluşmaktadır. 4 m ile 6,5 m arasında gri renkli kumlu akarsu sedimanları geçilmiştir. 6,5 m ile 9 m arasında ise çakıllı akarsu yatak sedimanlarına ulaşılmıştır. Sondajın 7,5 m'lerinde çakıllı akarsu yatak sedimanları içerisinde seramik parçalarına rastlanılmıştır. Bu seramik parçaları akarsuyun bu bölümde menderes oluşturup aktığı dönemde Ekşi Höyük'te yaşamın sürdüğünü göstermektedir. Sondajın 9 ile 9,5 m arasında siltli killi art bataklık sedimanları yer almıştır. 9,5 m ile 10 m arasında Neojen anakaya ulaşılarak sondaj bu seviyede sonlandırılmıştır.

Ekşi Höyüğün batısındaki düzlükte yapılan Ekşi-2018-11, 12, 13, 14, 15 ve 16 nolu sondajların makro ve mikro fosil incelemelerinde ostracod, foraminifer ve mollusklara rastlanılmıştır. Bulunan makro ve mikro fosillerin büyük çoğunluğu tatlı sularda yaşayan gastropod ve ostrakodlardan oluşmaktadır (Şekil 9).

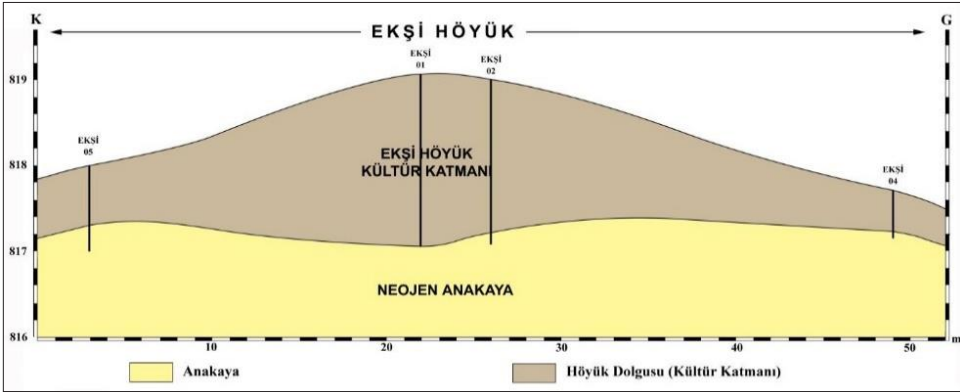
**Şekil 9:** İncelenen Örnekler İçerisinde Bulunan Baskın Makro ve Mikro Fosiller

- 1) *Pseudocandona* sp.; 2) *Candona parallela pannonica*; 3) *Candona neglecta*; 4) *Ilyocypris bradyi*; 5) *Candona parallela pannonica*; 6) *Heterocypris salina*; 7) *Cyprideis torosa*; 8) 9) *Prionocypris zenkeri*; 10) *Cyprideis torosa*; 11) *Ammonia* sp.; 12) *Ammonia* sp.; 13) *Risoua* sp.; 14) *Risoua* sp.; 15) Tatlı su gastropodu; 16) *Risoua* sp.; 17) *Gyraulus* sp.; 18) *Valvata* sp.; 19) *Setia* sp.; 20) *Pisidium* sp.; 21) *Cardium* sp.; 22) Operculum; 23) Operculum; 24) *Chara* oogonium.

Ekşi Höyük üzerinde ve batısındaki düzlükte yapılan sondajlar için analiz sonuçları doğrultusunda kesitler hazırlanmıştır (Şekil 10, 11, 12). Höyük üzerindeki yapılan sondajlara göre kuzey-güney yönlü bir kesit hazırlanmıştır. Ekşi-2018-01, 02, 04 ve 05 sondajlar ile hazırlanan bu kesitte, höyüğün merkezi kısmında kültür katmanı kalınlığının daha fazla olduğu (2 m kadar), buna karşılık çevreye doğru kalınlığın azaldığı görülmektedir. Bununla birlikte höyük üzerindeki tüm sondajlar höyükteki yerleşimin doğrudan Neojen yaşlı anakaya üzerinde başladığı göstermiştir (Şekil 10).

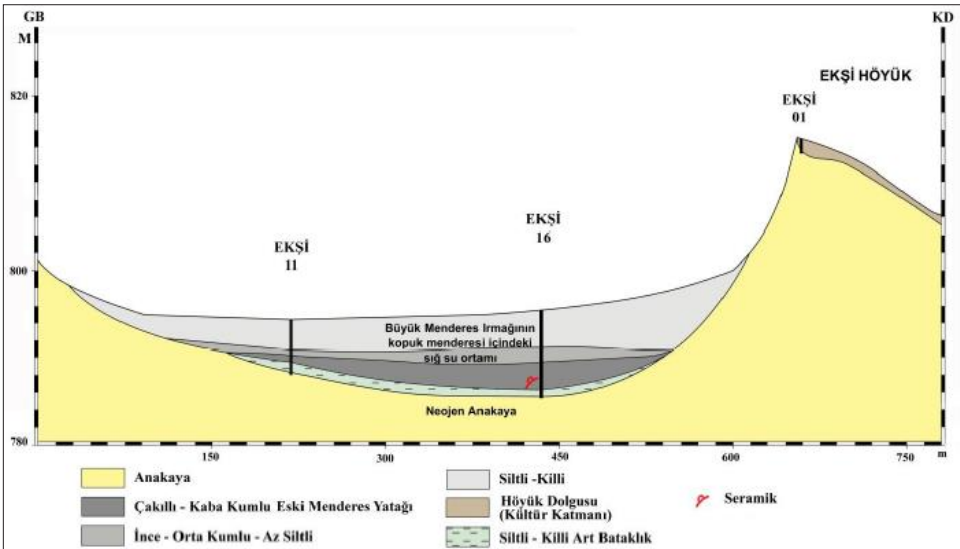


**Şekil 10:** Ekşi Höyük Üzerinde Yapılan Sondaj Sonuçlarına Göre Hazırlanan K-G Yönlü Kesit



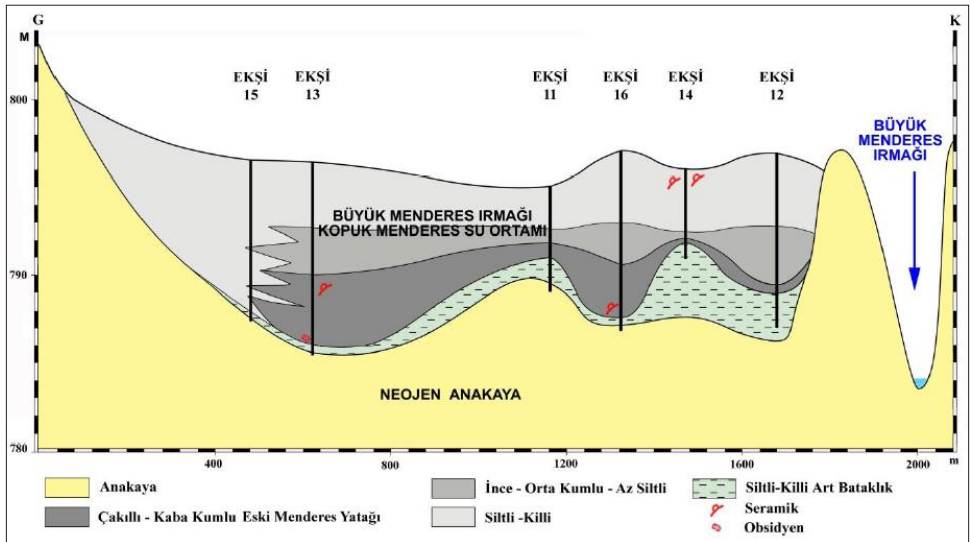
Ekşi Höyük batısında Ekşi-2018-01, 11 ve 16 sondajlarının sonuçları kullanılarak hazırlanan güneybatı-kuzeydoğu yönündeki kesitte görüleceği gibi bu yönde mevcut su ortamları enine bir doğrultuda açıkça gözlenmiştir (Şekil 11). Neojen anakaya üzerinde ince taneli art batakılık, daha üstte kaba taneli akarsu yatak ve kumlu akarsu sedimanları yer almıştır. En üstte ince taneli su ortamına ait sedimanlar bulunmuştur. Bu su ortamının havalanma zonunda olması ve mevsimsel olarak kuruma nedeniyle renkte oksitlenmeden kaynaklanan bir kırmızı-kahvelik görülmektedir.

**Şekil 11:** Ekşi Höyük Batısında Yapılan Sondaj Sonuçlarına Göre Hazırlanan GB-KD Yönlü Kesit



Höyük batısındaki düzlükte yapılan tüm sondajlar (Ekşi-2018-11, 12, 13, 14, 15 ve 16) birlikte değerlendirilerek kabaca kuzey-güney yönünde bir kesit de hazırlanmıştır (Şekil 12). Bu genel kesitte de güneybatı-kuzeydoğu yönünde hazırlanan kesitteki benzer durum gözlenmekte olup alttan üste doğru Neojen anakaya, art bataklık, akarsu yatak ve akarsu sedimanları ile en üstte devirli olarak kuruyan ince taneli su ortamı sedimanları gözlenmiştir. Bu kesitte Ekşi 13, 14 ve 16 sondajlarında gözlenen insana ait seramik ve çört / artifact (obsidyen?) parçaları göstermiştir ki, höyükte Neolitik Çağ'da yerleşim başladığı anda batı bölümünde Büyük Menderes Irmağı'nın bir bükümü bulunmakta ve ırmak höyüğün kuzeyinde olduğu gibi batı eteklerinde de akış göstermektedir.

**Şekil 12:** Ekşi Höyük Batı ve Güneybatısında Yapılan Sondaj Sonuçlarına Göre Hazırlanan G-K Yönlü Kesit



Kaynak: Öner vd., 2019.

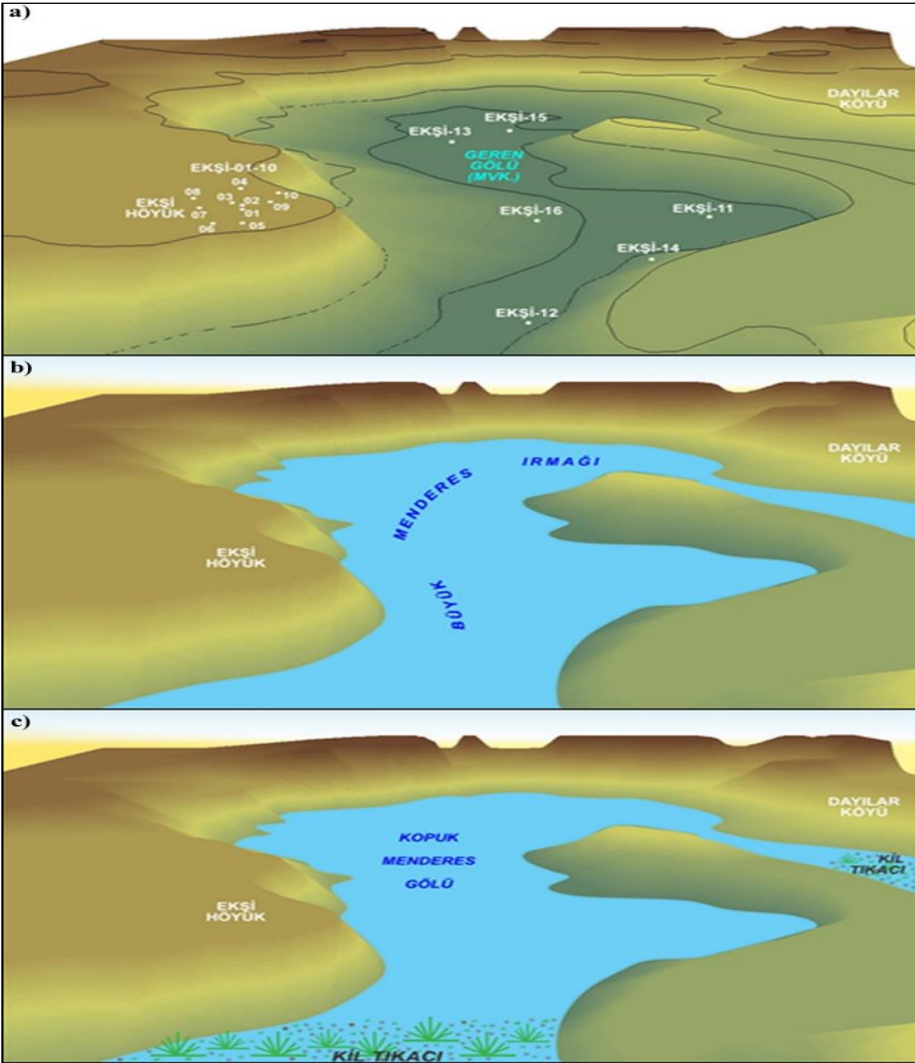
## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada yapılan sondajların sedimentolojik ve paleontolojik analiz sonuçları ile arazi gözlemleri birlikte değerlendirilerek Ekşi Höyük ve çevresinde meydana gelen doğal çevre değişimleri ortaya konmuştur.

Höyüğün kurulduğu yüzeyi, höyüğün yayıldığı alanı ve höyük dolgusunun kalınlığını şeklindeki sorulara yanıt bulabilmek adına ilk sondajlar Ekşi Höyük üzerinde yapılmıştır. Höyük üzerinde yapılan 10 adet sondajda birkaç metre derine inilmiştir. Sondaj verilerine göre höyükte yerleşim Neojen (Pliyo-sen) yaşlı marn, kumtaşı, silttaşı, kil taşından oluşan anakayaya üzerinde başlamıştır. Höyüğün kuzey, batı ve güney kenarlarındaki kültür toprağı kalınlığı

bir metreden daha az iken, höyüğün merkez kısmında ve doğuya doğru kültür katmanı kalınlığı iki metrelerdedir (Şekil 8).

**Şekil 13:** a)Ekşi Höyük üzerinde ve batı-güneybatısında yapılan sondajların yerlerini gösteren hipsometrik blokdiyagram. b) Ekşi Höyük batı-güneybatısında yapılan sondaj sonuçlarına göre Neolitik Çağ'da Büyük Menderes Irmağı bu yönde bir menderes oluşturmuştur. c) Ekşi Höyük batı-güneybatısında Neolitik Çağ'da Büyük Menderes Irmağı'nın bu yönde oluşturduğu menderes kopmuş ve uç bölümlerinde kil tıkaçı olduğu için kopuk menderes şeklinde uzun süre bir su ortamı halinde varlığını korumuştur.



Kaynak: Öner vd., 2019.

Ekşi Höyük batısında, Geren Gölü mevkiinde de toplam 6 adet sondaj yapılmıştır. Bu sondajlarda en altta ayrıışmış ve nispeten yumuşamış anakaya katmanları üzerinde siltli-killi ve bol miktardaki tatlısu Gastropodlarının bulunduğu muhtemelen art bataklık karakterindeki bir su ortamına ait çamurlar yer almıştır. Bunların üzerine kaba unsurlu ve her boy kumdan orta çakıla kadar akarsu yatak sedimanı gelmiştir. Büyük olasılıkla Büyük Menderes Irmağı'nın çakılları olan bu birim üzerinde ince orta kum hâkim akarsu sedimanları ve bunların da üzerinde silt-kil boyu sığ su ortamını yansıtan çamurlar yer almıştır. Bu alandaki topografyanın gidişi ve sondaj sonuçları bir zaman Büyük Menderes Irmağı'nın bu bölümde bir menderes halkası oluşturduğu, daha sonra kopan bu menderes halkasının bir süre, belki de Geren Gölü'nün drene edilmediği haliyle kalabildiğini düşünürsek, günümüze kadar bir su ortamı olarak ulaştığı anlaşılmaktadır. Büyük Menderes Irmağı'nın menderes halkasının kopmasından sonraki dönemde ırmağın aşınımına yatağını derinleştirmesi sonucu, bu kopmuş menderes bölümü asılı olarak yaklaşık yatak seviyesinden 10 metreye yaklaşan seviyede yukarıda kalmıştır. Herhangi bir tarihlendirme sonucu olmamakla birlikte, kaba unsurlu akarsu yatak sedimanları içinde bulunan seramik kalıntıları ile insan eliyle işlendiği anlaşılan bir adet çört / artifact (obsidyen?) parçasının bulunması, menderes halkasının höyük tepesinin batısında bulunduğu dönemde insanların burada yerleşmiş oldukları anlaşılmaktadır. Menderes bölümünün kopmasından sonra da kopuk halka içinde su ortamının höyükte süren yaşam boyunca varlığını sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Anakayadan gelen olası tabaka kaynakları da bu su ortamının beslenmesine katkıda bulunmuştur (Şekil 13). Nitekim bu gibi menderesli akarsuların bulunduğu Batı Anadolu'da ve grabenlerindeki menderes büklümlerinin kenarlarında ya da (kopmuş menderesler) oxbowlar kenarında benzer tarihöncesi yerleşimlerin bulunduğu yapılan çalışmalarda belirlenmiştir (Vardar, 2018b).

Bulunan fosiller sediman özellikleri ile birlikte değerlendirildiğinde Holosen'de bu alanda sırasıyla durgun su, akarsu ve durgun su ortamlarının var olduğu anlaşılmıştır. Neolitik Çağ'da bu alanda yerleşimin başladığı düşünülürse, yerleşimin başlangıcında Büyük Menderes Irmağı'nın bu kesimde bir menderes büklümü oluşturduğu, daha sonra menderesin kopup kopmuş menderes halkası olarak uzun süre bir su ortamı olarak varlığını sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Günümüzde dahi bu kesimde özellikle yağışlı dönemde bir su ortamının var olduğu gözlenmektedir. Drenaj yapılmadığı takdirde uzun süre bu su ortamının varlığını sürdüreceği anlaşılmaktadır. Ancak bu bölümde açılmış küçük drene kanalları sayesinde sular Büyük Menderes Irmağı'na boşaltılmaktadır. Bir zaman sonra, akarsuyun muhtemelen bir taşkınla daha kısa mesafede akışını sürdüreceği şekilde bu büklümü koparmasıyla, kopmuş men-

deres halkası oluşmuştur (Şekil 13). Menderes halkasının uçlarında oluşan kil tıkaçları sayesinde ve muhtemelen yamaçlardaki tabaka kaynaklarının da beslemesi ile bu bölüm uzun bir süre sulak ortam halinde kalmıştır (Şekil 13).

Ekşi Höyük yerleştiği üzeri çok az eğimli tepeliğin Büyük Menderes Irmağı'nın bir aşınım sekisi yüzeyi olması da olasıdır. Bu ve benzeri sorulara gelecek dönemlerde yapılacak çalışmalarla yanıt aranacak ve daha ayrıntılı sonuçlara ulaşmak mümkün olabilecektir.

**Teşekkür:** Ekşi Höyük ve çevresinde gerçekleştirdiğimiz sondaj çalışmalarına olan desteği ve katkıları için başta Ekşi Höyük kazısı başkanı Doç. Dr. Fulya Dedeoğlu Konakçı ve kazı ekibi üyelerine teşekkürü bir borç biliriz. Proje sondajlarında özveri ile çalışan öğrencimiz Ümit Günhan'a çok teşekkür ederiz.

## KAYNAKÇA

- Abay, E. (2008). Die Neolithischen Fundorte in Der Çivril ebene im Oberen Maandagebiet" Erste Ergebnisse Einer Gelendebegabung. D. Bonatz, R.M. Czichon und F.J. Kreppner (Ed.), *Fundstellen, Gesammelte Schriften zur Archaeologie und Geschichte Alt Vorderasien, ad honorem Hartmut Kühne (Hrsg.)* içinde (ss. 1-8). Harrassowitz Verlag-Wiesbaden.
- Abay, E. (2011). Preliminary Report on the Survey Project of Çivril, Baklan, Çal Plains in the Upper Meander Basin, Southwest Anatolia. *ANES*, 48, 11-87.
- Abay, E. ve Dedeoğlu, F. (2005). 2003 Yılı Denizli/Çivril Ovası Yüzey Araştırması. K. Olşen, F. Bayram, A. Özme (Haz.). 22. *Araştırma Sonuçları Toplantısı 24 – 28 Mayıs 2004 – Konya: Bildiriler* (2. Cilt, 1065 – 1075). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Yayın No:3030-2
- Abay, E. ve Dedeoğlu, F. (2007). 2005 Yılı Çivril Ovası Yüzey Araştırması. F. Bayram, B. Koral (Haz.). 24. *Araştırma Sonuçları Toplantısı 29 Mayıs – 2 Haziran 2006 – Çanakkale: Bildiriler* (1. Cilt, 277 – 293). Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayın No: 3080-1.
- Akbulut, H. ve Öner, E. (2015). Antik Patara Kentinde Paleocoğrafya ve Jeoarkeoloji Araştırmalarına Paleontolojik Analizlerin Katkısı. B. Takmer, E. N. Akdoğu Arca, N. G. Özdil (Ed.), *Vir doctus Anatolicus Studies in Memory of Sencer Şahin / Sencer Şahin Anısına Yazılar* içinde (ss. 33-59),. İstanbul: Kuzgun Yayınevi.
- Boyraz, S. (2011). *Denizli Yöresi (Çal, Çivril, Baklan) Neojen Yaşlı Eski Toprakların (Paleosol) Sedimentolojisi, Güneybatı Anadolu, Türkiye*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Çetin, E., Verel, A.R., Alpan, E., Arıcı, E., Uçman, C. ve Karaman, T. (2009). Denizli İli Elektrik Enerjisi Üretim Tesislerinin İncelenmesi. *Ege Bölgesi Enerji Forumu, 12-13 Ekim 2009, Denizli: Bildiriler* (33-39). Denizli: EMO Yayın No:2009/1
- Dedeoğlu, F. (2010). *Neolitik Çağdan Erken Tunç Çağ Sonuna Kadar Yukarı Menderes Havzası: Kültürel, Sosyal ve Ekonomik Süreç*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Dedeoğlu, F. (2014). Yukarı Menderes Havzası Neolitik ve Erken Kalkolitik Çağ Yerleşimlerinin Materyal Kültür ve İskan Düzeni Bağlamında Değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 33-56.



- Dedeoğlu, F., Konakçı, E. ve Ozan, A. (2015). Yukarı Menderes Havzası Dağlık Kesim Yüzey Araştırması Projesi 2013 Yılı Çalışmaları. A. Özme (Haz.). 32. *Araştırma Sonuçları Toplantısı 02 – 06 Haziran 2014 – Gaziantep: Bildiriler* (2. Cilt, 151 – 160). Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayın No: 3444-2.
- Dedeoğlu, F., Ozan, A. ve Konakçı, E. (2016). Yukarı Menderes Havzası Dağlık Kesim Yüzey Araştırması Projesi 2014 Yılı Çalışmaları. C. Keskin (Haz.). 33. *Araştırma Sonuçları Toplantısı 11 – 15 Mayıs 2015 – Erzurum: Bildiriler* (2. Cilt, 553-562). Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayın No: 3475-2.
- Dedeoğlu, F., Baysal, H.H., Konakçı, E., Ozan, A. ve Temür, B. (2017). Ekşi Höyük 2015 Yılı Kazı Çalışmaları. A. Özme (Haz.). 38. *Kazı Sonuçları Toplantısı 23 – 27 Mayıs 2016 – Edirne: Bildiriler* (2. Cilt, 389-402). Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayın No: 3490-2.
- Dedeoğlu, F., Baysal, H.H., Ozan, A., Konakçı, E. ve Temür, B. (2018). Ekşi Höyük 2016 Yılı Kazı Çalışmaları. A. Özme (Haz.). 39. *Kazı Sonuçları Toplantısı 22 – 26 Mayıs 2017 – Bursa: Bildiriler* (1. Cilt, 553-568). Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayın No: 178-1.
- Dedeoğlu, F., Temür, B., Konakçı, E. ve Ozan, A., (2019). Ekşi Höyük 2015 – 2019: Yukarı Menderes Havzası'nın Neolitik Dönemine İlişkin İlk Sonuçlar ve Gözlemler. *Arkeoloji Dergisi*, XXIV, 1-23.
- Ercan, T., Dinçel, A., Metin, S., Türkecan, A. ve Günay, E. (1978). Uşak Yöresindeki Neojen Havzaların Jeolojisi. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 21(2), 97-106.
- Göktaş, F., Çakmakoğlu, A., Tarı, E., Sütçü, Y.F. ve Sarıkaya, H. (1989). Çivril-Çardak Arasının Jeolojisi MTA Derleme Raporu (Rapor No: 8701). Ankara: Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü.
- İlhan, R. ve Öner, E. (2019). Büyük Menderes Deltası'nın Kuzeyinde Yapılan Delgi Sondajlarda Mikropaleontolojik Bulgular. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 17(2), 345-366.
- Karadaş, A. (2014). İzmir'in Bilinen İlk Yerleşmesi Yeşilova Höyüğü'nde Jeoarkeoloji ve Paleocoğrafya Araştırmaları. *Ege Coğrafya Dergisi*, 23(1), 43-55.
- Kayan, İ. ve Öner, E. (2013). Bayraklı Höyüğü (İzmir) Çevresinin Holosen'deki Jeomorfolojik Gelişimi. E. Öner (Ed.), *Profesör Doktor Asaf Koçman'a Armağan kitabı* içinde (ss. 135-158). İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Kayan, İ. ve Öner, E. (2015). Sedimentolojik ve Paleontolojik Verilerle Gediz Delta Ovasında (İzmir) Alüvyal Jeomorfoloji Araştırmaları. *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(2), 1-27.

- Kazancı, N., Gürbüz, A. ve Boyraz, S. (2011). Büyük Menderes Nehri'nin Jeolojisi ve Evrimi. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 54(1-2), 25-55.
- Konak, N., Akdeniz, N. ve Çakır, M.H. (1990). Çal-Çivril-Karahallı Dolaylarının Jeolojisi MTA Derleme Raporu (Rapor No: 8945). Ankara: Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü.
- Öner, E. (1997). Eşen Ovasının Alüvyal Jeomorfolojisi ve Likya Antik Kentleri. *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 6, 203-242.
- Öner, E. (1999). Letoon ve Çevresinde Paleo-jeomorfolojik Araştırmalar. *Ege Coğrafya Dergisi*, 10, 51-82.
- Öner, E. ve Vardar, S. (2018). Santorini Tephra Bulguları ve Mikropaleontolojik Analizler Işığında Çeşme Bağlararası (İzmir) Tunç Çağı Jeoarkeolojisi. *Jeomorfoloji Derneği Bülteni*, 2, 21-31.
- Öner, E., Vardar, S., Karadaş, A. ve İlhan, R. (2019). Ekşi Höyük ve Çevresinde (Çal-Denizli) Delgi Sondaj Yöntemli Paleocoğrafya ve Jeoarkeoloji Araştırmaları. B. Göneçgil, T. A. Ertek, İ. Akova, E. Elbaşı (Haz.). 1. *Uluslararası Coğrafya Kongresi 20 – 22 Haziran 2019 – İstanbul: Bildiriler* (1065 – 1075). İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Özbek, M., Taşdemir, A. ve Yıldız, S. (2016). Adıgüzel Baraj Gölü (Denizli-Türkiye)'nün Bentik Makroomurgasızları. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 33(3), 259-263.
- Öztürk, A. (1981). Homa - Akdağ (Denizli) Yöresinin Stratigrafisi. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 24(1), 75-84.
- Platen, B. (1967). Çivril Bölgesindeki Neojen Sahasının Linyit Etüdü MTA Raporu (Rapor No: 5990). Ankara: Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü.
- Taşdelen, S., Akyol, E. ve Bülbül, A. (2001). Çivril İlçesi (Denizli) ve Yakın Çevresinin Hidrojeoloji İncelemesi. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 7(2), 261-267.
- Tatar, S. (2016). Çivril Ovası ve Yakın Çevresinde Arazi Kullanımı. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Vardar, S. (2010). Madra Çayı Deltası'nın Holosen Kıyı Paleocoğrafyasının Değerlendirilmesinde Foraminifer ve Ostracod (Crustacea)'ların Bir Ortam Belirleme İndikatörü Olarak Kullanımı. Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi (Haz.). *TUCAUM VI. Ulusal Coğrafya Sempozyumu 3 – 5 Kasım 2010 – Ankara: Bildiriler* (263-273). Ankara: TÜCAUM.



- Vardar, S., Öner, E. ve İlhan, R. (2017). Bağlararası Höyüğü Çevresinde Paleocoğrafya ve Jeoarkeoloji Araştırmaları (Çeşme-İzmir). *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 60, 589-614.
- Vardar, S. (2018a). Sedimantolojik ve Mikropaleontolojik Verilerle Güzelhisar Çayı Kıyı Ovasının Holosen Paleocoğrafyası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), 131-149.
- Vardar, S. (2018b). Ödemiş Ovasında Beytepe (Karakova) Höyüğünde Paleocoğrafya – Jeoarkeoloji Araştırmaları. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 151-172.



# KLASİK TÜRK ŞİİRİNDE DENİZ KIZI\*

## Mermaid in Classical Turkish Poetry

Gönderim Tarihi / Received: 22.04.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 20.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.725522>

Cenk AÇIKGÖZ<sup>1</sup>

**ÖZ:** Klasik Türk şiirinde efsanevi varlıklara çeşitli vesilelerle yer verilmiştir. Deniz kızı da bu efsanevi varlıklar arasında bulunmaktadır. Şairler genellikle deniz kızı ile sevgili arasındaki benzerlikler üzerinde durmuştur. Sevgilinin yanı sıra çeşitli somut ve soyut varlıklar da deniz kızına benzetilmiştir. Bu çalışmada deniz kızının klasik Türk şiirinde nasıl ele alındığı incelenmiştir. Çalışma bir girişten ve iki ana bölümden meydana gelmektedir. Giriş bölümünde makalenin konusu ve içeriği hakkında kısaca bilgi verilmiştir. Birinci bölümde deniz kızından bahseden Osmanlı kaynakları incelenmiştir. Bu amaçla Osmanlı dönemi sözlükleri, *Evliyâ Çelebi Seyâhatnâmesi* ve şuara tezkireleri gözden geçirilmiştir. İkinci bölümde klasik Türk şiirinde deniz kızı ile ilgili bazı benzetme ve özellikler sıralanmış, ayrıca deniz kızı hakkında yazılmış bir şiire yer verilmiştir. Sonuç bölümünde araştırmadan elde edilen faydalara değinilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Deniz Kızı, Deniz Mâliki, Mâlik-i Deryâ, Divan, Klasik Türk Şiiri.

**ABSTRACT:** Mythical creatures were included in classical Turkish poetry for various reasons. The mermaid is also among these mythical creatures. Poets generally emphasized the similarities between the mermaid and the valentine. In addition to the valentine, various concrete and abstract things are likened to mermaids. In this study, we examined how mermaid was handled in classical Turkish poetry. Our study consists of an entrance and two main parts. Brief information about the subject and content of the article is given in the entrance. In the first part, Ottoman sources giving information about the mermaid were mentioned. Ottoman period dictionaries, *Seyahatname* (The Book of Travels of Evliya Çelebi) and poet tezkires (collection of poet biographies) were revised. In the second part, some analogies and features related to mermaid in classical Turkish poetry are listed. A poem about the mermaid was included. In the conclusion section, the benefits obtained from the research are discussed.

**Keywords:** Mermaid, Siren, Nixe, Divan, Classical Turkish Poetry.

\* Bu makale, klasik Türk edebiyatı ile ilgili bir konunun kitap, sözlük, tez vb. eserlerde bulunan bilgilere göre incelenmesi ve değerlendirilmesi amacını taşıdığından etik kurul izni gerektirmemektedir.

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Rektörlük/Türk Dili Bölümü/Eski Türk Edebiyatı Anabilim Dalı, [cenkacikgoz@ibu.edu.tr](mailto:cenkacikgoz@ibu.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-9747-3354>

## GİRİŞ

Osmanlı şairleri doğaya ve toplumsal hayata dair her ayrıntıyı dikkatle incelemiş, çeşitli hayal ve benzetmelerle yeniden yorumlayarak şiire dâhil etmiştir. Şairler doğadan ve hayata dair gerçeklerden esinlenmekle kalmamış, yaşadıkları devrin yaygın efsanelerine de değinmiştir. Efsanevi ve mitolojik unsurlar şiirlerde sık sık anılmış, çeşitli hayal ve benzetmelere konu edilmiştir. Hem Batı hem de Doğu dünyasında yeri olan deniz kızı efsanesi de şairlerin dikkatinden kaçmamış ve bu gizemli yaratık klasik Türk şiirinde kendine yer bulmuştur.

Osmanlı şairlerinin deniz kızları hakkındaki hayal ve benzetmelerini daha iyi anlayabilmek için Osmanlı toplumunun deniz kızı tasavvuru hakkında bilgi sahibi olmak gerekir. Bu inanışlar diğer toplumların inanışlarıyla benzer yönlere sahip olabileceği gibi, bunlardan farklı yönlere de sahip olabilir. Osmanlı kaynaklarında deniz kızı hakkında verilen bilgiler sınırlıdır.

Bu çalışmada, önce deniz kızının özellikleri hakkında ön bilgi sahibi olunması ve klasik Türk şiirinde işlenen deniz kızı hayalinin daha iyi anlaşılması için Osmanlı dönemine ait bazı kaynaklara müracaat edildi. Bu kaynaklarda görülen, konuyu destekleyici bilgiler aktarıldı. Bu bağlamda Osmanlı dönemi sözlüklerinde, *Evliyâ Çelebi Seyâhatnâmesi*'nde ve şuara tezkirelerinde deniz kızından nasıl bahsedildiği ortaya konmaya çalışıldı. Daha sonra, ulaşılan ön bilgiler ışığında klasik Türk şiirinde deniz kızının nasıl ele alındığı ayrıntılı bir şekilde incelendi.

## DENİZ KIZINDAN SÖZ EDEN KAYNAKLAR

### Sözlüklerde Deniz Kızı

Osmanlı dönemine ait bazı sözlüklerde deniz kızı hakkında bilgilere rastlanmaktadır. Mesela Mütercim Âsım Efendi'nin *Burhân-ı Kâtı*' adlı tercümesinde “Âb-ı Kebûd” yani “Çin Denizi” vesilesiyle deniz kızları hakkında şu bilgiler verilmiştir: “Deryâ-yı Çin ismidir. Arabîde Bahr-i Ahzar derler. Naklederler ki her gece o deryâdan katı vâfir ra'nâ mahbûbe zenân çıkıp sâhil-i deryâda vâki' dağın dâmeninde tâ-be-subh birbiriyle mülâ'abe ederler. Ortalık ağardıkta yine deryâya girip nihân olurlar. Gerçi elsinede su kızları ta'bir olunur lâkin el-uhdetu 'ale'n-nâkil” (Öztürk ve Örs, 2009: 2). Nakledilen bu bilgilere göre deniz kızları Çin Denizi'nde yaşarlar, çok güzeldirler, kalabalık gruplar hâlinde hareket ederler, gece karaya çıkarlar, gündüz denizde saklanırlar; oyun oynamayı ve şakalaşmayı severler.

Ebuzziyâ Tefvîk, “*Lügat-i Ebuzziyâ*” adlı sözlüğünde “hurâfâtadan” yani “hurafelerden” notunu düşerek “âfet-i âb” adlı bir varlıktan bahsetmiştir. “Su âfeti, su kızı, insânü'l-bahr, mâlike-i deryâ, su mâlikesi” olarak da ifade ettiği bu varlık hakkında şu şekilde bilgi vermektedir: “Vücûdunun nisf-ı a'lâsı kız ve nisfindan aşağısı balık. Günde bir def'a sudan görünerek âyîne edindiği bir cevher-i sâfda letâfet-i sîmâsını görür görmez

bir sayha-i cân-güdâz kopararak yine ka’r-ı deryâya çekilir ve gözden nihân olur imiş.” (Ebuzziyâ Tevfik, 1306: 44). Bu bilgilere göre deniz kızının vücudunun yukarıda kalan yarısı kız, aşağıda kalan yarısı balıktır. Deniz kızı da bir tür “âfet”tir, çok güzeldir, kendi güzelliğini aynada görünce dehşete kapılıp haykırır; aynaya bakmak amacıyla günde bir kere suda ortaya çıkar, sonra tekrar denizin derinliklerinde gizlenir.

Aynı sözlüğün “âfet-i âb” maddesinden önce gelen “âfet” maddesinde ise başı kız, gövdesi aslan şeklinde olan, ayrıca iki kanadı bulunan bir yaratıktan bahsedilmektedir; bu yaratığın aşırı güzel olması nedeniyle ona bakanların kendini kaybettiği ve bu yaratığa bu nedenle “âfet” dendiği belirtilmektedir (Ebuzziyâ Tevfik, 1306: 44). Bu bilgilerden anlaşıldığı kadarıyla “deniz kızı”, karada yaşayan “âfet”in denize uyarlanmış bir benzeridir. Hatta başı insan başı, gövdesi aslan gövdesi olan “âfet”in yanı sıra başı insan başı, gövdesi ise yılan gövdesi olan “şâh-ı mârân” adlı efsanevi yaratığın da deniz kızı tasavvurunu güçlendirdiği düşünülebilir.

Alî Seydî de *Resimli Kâmûs-ı Osmânî*’de, “âfet” maddesinin bir alt maddesinde “âfet-i âb” adlı varlığı “su kızı, insânü’l-bahr” ifadeleriyle tanıtmıştır (Alî Seydî, 1330: 26). Deniz kızının “âfet” olarak görülmesi, denizcileri güzelliğiyle büyülemesinin yanı sıra onları helak etmesiyle de bağlantılıdır. Ahmet Talât Onay, Edâyî’nin deniz kızıyla ilgili bir beytini açıklarken bu türden inanışları şöyle nakletmiştir: “...su kızı ekseriya girdâblara yakın bulunur, civarından geçen gemilerin dümenine saçını dolayarak yakalayıp bu girdâba sürükler ve kendisi dalıp gemiyi gark eylemiş. Saçını dümene sardığı sırada görülebilirse gemiyi altınla doldurmuş.” (Onay, 2009: 317).

Ahmed Vefik Paşa’nın *Lehce-i Osmânî*’ adlı sözlüğünde “mâlike” kelimesi “peri”, “su mâlikesi” ve “ayı balığı” olarak tanımlanmaktadır (Toparlı, 2000: 712). Sir James W. Redhouse ise “su mâlikesi” kelimesinin “A mermaid; the common seal” [= deniz kızı; bayağı fok] anlamlarına geldiğini belirtmektedir (Redhouse, 2006: 1660). Deniz kızı efsanesine inanmayanlar, uzun süre denizde kalan denizcilerin sanrılar görererek başlarına yeşil veya kahverengi yosunlar dolanmış ayı balıklarını uzun saçlı deniz kızları sandıklarını iddia ederler. Bu sözlüklerde “mâlike” ve “su mâlikesi” kelimelerine deniz kızının yanı sıra ayı balığı, fok balığı gibi anlamlar verilmesi bu yaklaşımla ilgili olabilir.

Deniz kızlarının aynı zamanda peri olarak tanımlanması da üzerinde durulması gereken bir konudur. Klasik Türk şiirinde de yaygın bir şekilde ele alınan inanışlara göre periler çok güzeldirler ve çeşme, akarsu gibi su kaynaklarının çevresinde yaşarlar. İnsanlardan uzak durur, insanlara görünmezler. Deniz kızlarının da çok güzel oldukları, daha büyük su kaynakları olan denizlerde yaşadıkları ve insanlara her zaman görünmedikleri belirtilir. Bu iki varlık arasındaki benzerliklerin deniz kızlarının da bir tür peri olduğuna inanılmasına ve “su perisi” olarak adlandırılmasına zemin hazırladığı düşünülebilir. Ayrıca periler, “çok güzel olan cinler” diye tanımlanmaktadır. Osmanlı şairlerinin de mensubu olduğu İslam dininde cinlerin varlığına inanılır. Cinlerin şekilden şekile bürünebilme, başka varlıkların suretini alabilme özelliği olduğu belirtilir. Belki de bu

nedenle perilerin “deniz kızı” şeklinde görünmesinin de mümkün olabileceği, deniz kızlarının aslında “su perisi” olduğu düşünülmüştür.

### **Evliyâ Çelebi Seyâhatnâmesi’nde Deniz Kızı**

Osmanlı şairlerinin deniz kızı algısına ışık tutacak bilgileri içeren bir kaynak da *Evliyâ Çelebi Seyâhatnâmesi*’dir. Tespit edebildiğimiz kadarıyla deniz kızının adı *Seyâhatnâme*’de 25 defa anılmıştır. Evliyâ Çelebi “deniz mâliki (12), deryâ mâliki (2), su mâliki (1), mâlik-i bahr (3), mâlik-i bahrî (1), mâlik (2)” gibi adlarla deniz kızlarından bahsetmiştir. Ayrıca belli bir denizi veya nehri mesken tutan deniz kızları için “mâlik-i Nîl (2), Nîl mâliki (1), Bahr-i Yûsuf mâliki (1)” gibi yer bildiren isimlendirmelere de başvurmuştur.

Evliyâ Çelebi’nin ifadelerinden, bir zamanlar Kâğıthane Deresi ve Nîl Nehri’nde deniz kızı yaşadığına inanıldığı anlaşılmaktadır. Evliyâ Çelebi, Kâğıthane Deresi civarındaki bir mesire alanından söz ederken halkın derede “deniz mâliki”ne yakalanmaktan korkarak yüzdüğünü şöyle anlatmıştır:

“Ve ta’tîl günleri niçe bin kayık ve peremeye süvâr olmuş niçe bin pîr [ü] cüvân âşıkân-ı sâdikân bu câ-yı meserrete gelüp her biri birer güne cilvelenirler. Ba’zı cânlar mahbûbları ile mezkûr nehre girüp şinâverlik edüp birbirlerin bî-bâk der-âgûş ederler bir nehr-i mahabbetdir. Ammâ iki cânibinde olan dırahtların kökleri su içinde balık ağı şebekesi gibi olup ba’zı cânların ayağına ol kökler geçüp ‘Hay ‘deniz mâliki’ beni tutdu.’ deyüp havfından gark olur. Gâyet ihtirâz lâzımdır. Anda ise ‘mâlik’ olmak ihtimâli yokdur.” (Kahraman vd., 2011a: 1/238).

Ayrıca Evliyâ Çelebi hamam, deniz hamamı, kaplıca ve nehir gibi yerlerde yıkanan, yüzen ve eğlenen insanları genellikle deniz kızlarına benzetmiştir. Buralarda suya girip kucaklaşan sevgilileri genellikle birbirine benzer ifadelerle tasvir etmiştir. Hamam tasvirleri sırasında, hamama girenlerin deniz kızlarına benzetildiği bazı ifadeler şöyledir:

“Ve âb-ı tâhiri içre pençe-i âfitâb gilmânlar ‘mâlik-i bahr’ gibi şinâverlik etmede.” (Kahraman vd., 2011a: 1/160).

“Ve kubbe-i âlîsinin ortasında aşren-fe-‘aşr bir havz-ı azîmi var, cümle dil-berânlar onda ‘deniz mâliki’ gibi şinâverlik ederler.” (Kahraman vd., 2011a: 2/119).

“Cümle yedi yüz sarây hammâmı var. Her birinde hûr [u] gilmânları sîm-tenlerin nîlgûn fûtaya beden-i uryânın koyup havz-ı Şâfi’î’de ‘mâlik-i bahr’ gibi şinâverlik edüp uşşâklarıyla bilâ-vâsita kuç kucağ olup bir bucağ olurlar.” (Kahraman vd., 2011a: 2/128).

“Bu hammâma Balıklı hammâm derler. Havzunda mâl-â-mâl âdem gümüşi balıkları ve ‘âşık mâlikleri’ kâküllerin târumâr kılıp çîm-ender-çîm ve ham-ender-ham edüp riştesiyle uşşâkın gönlün kaydedüp kendüsi bî-kayd olur.” (Kahraman vd., 2011b: 9/16).

Kaplıca ve doğal havuzların tasvirleri sırasında, suya girenlerin deniz kızlarına benzetildiği bazı ifadeler şöyledir:



“Bu havz içre cemî’i âşıkân-ı sâdıkân müştâkân-ı ma’şûka ve yârân-ı bâ-safâlarıyla bilâ-vâsita kuç kucağ olup ‘mâlik-i bahr’ gibi şinâverlik edüp kimi perende-bâzlık, kimi rakkâslık edüp el ele verüp semâ’ ederler.” (Kahraman vd., 2011a: 3/225).

“Ol dahi bir mecma’ü’l-irfân-ı ârifân-ı uşşâkânların yeridir kim bu şehrin cemî’i mahbûbları bu havz-ı pâka uşşâklarıyla girüp gümüş balığı ve ‘deryâ mâlikî’ gibi bu âb-ı nâbda şinâverlik edüp uşşâklarıyla bilâ-vâsita kuç kucağ olup birbirlerin der-âgûş ederler.” (Kahraman vd., 2011a: 5/236).

“Kimisi mahbûblarıyla havz-ı Şâfi’iler içre perende-bâzlıklar edüp gavnâs-ı bahr-i ma’ârif-vâr ol gümüş balıkları gibi perî-peyker ve melek-manzar gulâm-ı nâ-resîdeler âşıklarıyla kuç kucak olup ‘deniz mâlikleri’ gibi şinâverlik edüp felekden kâm alırlar.” (Kahraman vd., 2011a: 5/309).

“Ve bu havz-ı azîm içre cemî’i Mostar şehrinin ve gayri kurâ vü kasabâtların mahbûbları kâküllerin târ kılup âşıklarıyla bu havz-ı tahûr içre şinâverlik edüp birbirleriyle ‘deniz mâlikleri’ gibi kuç kucak olup bilâ-vâsita birbirlerin der-âgûş ederek bahr-i ma’ârif gibi niçe gûne perendeler ve niçe gûne lu’bede-bâzlıklar edüp âşıkân-ı dil-nüvâzlık ederler.” (Kahraman vd., 2011a: 6/281).

“(…) havz içre ol kadar uryân benî âdem zâhir olup havz içre avret ve oğlan birbirleriyle güleşler edüp gûnâ-gûn fuşşiyât-ı cimâ’lar edüp ve niçe ‘su mâlikleri’ şekillerinde âdemler zâhir olup ağızlarından teferrüc eden âdemler üzre âteş-feşânlıklar edüp halkı kaçırdı ve kendüler dahi havz içre gâ’ib olurlardı.” (Kahraman vd., 2011b: 7/92).

“Ammâ mezkûr havzlarda cemî’i sıbyân, gılmân, dil-berânların sağır ü kebîrleri ‘mâlik-i bahrî’ gibi kâküllerini târ edüp beden-i uryân-ı sîm-tenlerin billûr fütalara sarup her bir havzda gümüş balıkları-misâl şinâverlik edüp her biri birer gûne san’at ile havzlara perende-bâzlık edüp birbirleriyle bilâ-vâsita kuç kucağ olup görüşüp öpüşüp oynaşırlar.” (Kahraman vd., 2011b: 8/55).

Deniz hamamına veya denize girenlerin deniz kızlarına benzetildiği bazı ifadeler şöyledir:

“Yine kayıklar ile cümle ahıbbâ her cum’a günleri bu Eyyûb şehri önündeki cezîreler mâbeynindeki halîclere girüp cümle âşıkân [u] ma’şûkân-ı müştâkân bilâ-vâsita birbirlerine der-âgûş edüp felekden kâm alup ‘deniz mâlikleri’ gibi âdem melekleri nîlgûn fûta ile şinâverlik ederler (...)” (Kahraman vd., 2011a: 1/196).

“Ve teferrücgâh-ı Kalamış Burnu, Kadıköy bağları ile Fener bağçesi mâbeyninde bir körfez içre beyâz kumsal bir bahrdır. Cümle dil-berân [u] âşıkân-ı sâdıkân anda ‘deniz mâlikleri’ gibi âdem mâlikleri ve melekleri şinâverlik idüp âşık [u] ma’şûk birbirlerin bilâ-vâsita kuç kucağ olup der-âgûş ederler bir teferrücgâh yerdir.” (Kahraman vd., 2011a: 1/235).

Nehirlere veya nehirlerdeki kanal ve haliçlere giren güzellerin deniz kızlarına benzetildiği bazı ifadeler şöyledir:

“Gâyetü’l-gâye dil-berân çokdur. Ekseri lutf-ı cemâlde ve hüsn-i i’tidâlde olup kelimâtları mevzûn, dişleri dürr-i meknûn ve kâkûl-i çîm-ender-çîm müşk-bârların târ kılup nehr-i Tunca ve Meriç [ve] Arda nehirlerinde ‘deniz mâlikleri’ gibi şînâverlik etdiklerinde uşşâkın aklı târmâr olur. Hakkâ ki sîm-endâm mahbûbları var.” (Kahraman vd., 2011a: 3/261).

“Ve Mısır’ın cümle dil-berânları bu halîce gelüp cân-ı cânânlar ol mahbûb cüvânânlar bilâ-hicâb fütasız uryânen halîce girüp sâf billûr nûr ten-i münevveri ile bahr-i ma’ârif-vâr gümüş balığı gibi şînâverlik edüp ‘mâlik-i Nîl-vâr’ gavvâslık ederlerken ba’zı âşıkân bu mâhî mâh-pâreleri dil riştesiyle sayd edüp der-kenâr ederler.” (Kahraman vd., 2011b: 10/154).

“Cümle hüsnîyyâtından biri budur kim niçe bin pençe-i âfîtabe ve meh-rû gulâm-ı meh-cebînler anadan doğma uryân olup ‘mâlik-i Nîl-misâl’ nehr-i Nîl’de şînâverlik edüp bilâ-vâsita ve bî-fûta âşık ile ma’sûk birbirlerin der-âgûş edüp kuç kucağ ve ber-bucağ ve bî-bıçağ râm olurlar.” (Kahraman vd., 2011b: 10/337).

“Ba’zı âşıkân ma’sûkuyla ‘deryâ mâliki-vâr’ şînâverlik edüp bilâ-vâsita kuç kucağ olacak bir cây-ı safâdır.” (Kahraman vd., 2011b: 10/359).

“Bu şehrin cümle mahbûb sıbyânları uryân u büryân mâhîves bu tur’ada ‘Nîl mâliki’ gibi şînâverlik edüp birbirlerin bilâ-vâsita ve bilâ-tekellûf der-âgûş ederler.” (Kahraman vd., 2011b: 10/389).

“Ve ricâl makûlesi ve sıbyân-ı dil-berânlar hod evlâ bi’t-tarîk mâ-i mâhî-vâr kâküllerin târmâr edüp ‘bahr-i Yûsuf mâliki’ gibi şînâverlik edüp uşşâkları ile alâ-mele’i’n-nâs birbirlerin bilâ-vâsita ve bî-fûta der-âgûş ederler, bir temâşâgâh-ı bahr-i Yûsuf’dur.” (Kahraman vd., 2011b: 10/513).

Evliyâ Çelebi’nin Müftî Yahyâ Efendi’ye ait olduğunu belirttiği ve alıntılacağı şu şiir parçası da dikkat çekicidir. Şiirde önce İstanbul’un güzellerinden bahsedilmiş, sonra da Kumkapı semtinde “deniz mâlikleri”nin oynadığı ifade edilmiştir:

Sanasın bâğ-ı cennetdir Edirne, Bursa, İslâmbol  
Güzellerle müzeyyendir Edirne, Bursa, İslâmbol

Brusa kaplıcasında Edirne Tunca nehrinde

Stanbul Kumkapusu’nda deniz mâlikleri oynar<sup>1</sup> (Kahraman vd., 2011a: 1/250)

[= Edirne, Bursa ve İstanbul sanki cennet bahçesidir; Edirne, Bursa ve İstanbul güzellerle süslenmiştir. Bursa Kaplıcası’nda, Edirne’nin Tunca Nehri’nde ve İstanbul’un Kumkapısı’nda deniz kızları oynar.]

<sup>1</sup> Bu şiir parçası eserin 3. cildinde tekrar geçmektedir. Bununla birlikte şiirde 2. beytin ilk mısrası farklıdır ve şu şekildedir: “Birinin Tunca suyunda, birinin kaplıcasında” (Kahraman vd., 2011a: 3/265).

Evliyâ Çelebi, dalgıçların giyim kuşamından bahsederken bunların kulaklarında “deniz mâliki” saçları gibi saçları olduğunu şöyle anlatmıştır: “Ammâ bu talgıç tâ’ifeleri sâ’ir esnâflar gibi pür-silâh ve mülebbes değıllerdir. Ancak bellerinde birer peştemâl ve ba’zularının belinde yağlı hayâl balık kursağı ve uryân gavvâslarının bellerinde fütaları bile yok ve kulaklarında ‘deniz mâliki’ saçları ile uryânen alay ederler.” (Kahraman vd., 2011a: 1/271).

Evliyâ Çelebi, bir deniz yolculuğunda sandaldaki yolcularla atlattığı tehlikeyi anlatırken yüzerek kurtulan ve sandala çıkan Alî Efendi’yi dalgıçlık yapan bir “deniz mâliki”ne benzetmiştir: “Ânî gördük Menkub Kadısı Alî Efendi, ‘deniz mâliki’ gibi gavvâşlık ederek bizim sandalımıza yakın gelüp gûyâ Cenâb-ı Bârî yârı kılıp kudret eliyle Alî Efendi’yi bizim sandala koyup on kişi olduk.” (Kahraman vd., 2011a: 2/71).

Evliyâ Çelebi, Atina’daki bir caminin haremi çevresinde, mermere yapılmış birçok resmin olduğunu belirtmiştir. Mermer kalıplara tasvir edilen çok sayıda somut ve soyut varlığın ismini tek tek saymıştır. Bu varlıklar arasında “deniz mâliki” de vardır (Kahraman vd., 2011b: 8/116).

### Şuara Tezkirelerinde Deniz Kızı

Bazı tezkirelerde de çeşitli benzetmeler üzerinden “deniz mâliki” ve “mâlik-i deryâ” denen efsanevi varlık anılmıştır. Mesela Âşık Çelebi, II. Selîm Han’ı “kara ve denizlerin sultanı” olarak nitelendirdikten sonra, onun en hakir kulunun bile bir “deniz mâliki” kadar değerli olduğunu şöyle ifade etmiştir: “Mücerred berr-i basîf degül, Baħr-i Muħîf daħı emrine fermân-berdür. Belki ednâ bendesi ‘deñiz mâliki’ olup melik-i milk-i deryâ-bâr, deryâ-yı iħsânında şinâverdür.” (Kılıç, 2010: 223-224).

Kınalı-zâde Hasan Çelebi, “bahr” kelimesinin “deniz” ve “vezin” anlamlarını aynı anda hatırlatarak III. Murâd Han’ın şiirini “bahr” olmadan varlığını sürdüremeyen inci, balık ve deniz kızı gibi varlıklara şöyle benzetmiştir: “Dürer-i âbdâr u lü’lü’-i şâhvâr olduğı’çün aña baħr lâzım ve rûz-ı kâmilü’l-‘ayâr u sikke-i pür-revâc u i’tibâr olmağla şâħib-i vezn dâ’imdür. Bir mâhîdür ki deñizden cüdâ olmaz ve bir ‘mâlik-i deryâdur’ ki baħrden çıksa ħayât u baķâ bulmaz.” (Kutluk, 1989: 32).

Bütün bu örnekler deniz kızı efsanesinin hem halk hem de yazar ve şairler arasında bir karşılık bulunduğunu göstermektedir.

### KLASİK TÜRK ŞİİRİNDE DENİZ KIZI İLE İLGİLİ BENZETME VE ÖZELLİKLER

Klasik Türk şiirinde hem somut hem de soyut unsurlar zaman zaman deniz kızına benzetilmiştir. İncelenen beyitlerde, sık karşılaşılan bazı benzetmelerin yanı sıra nadiren karşılaşılan benzetmeler de yer almaktadır. Bu bölümde klasik Türk şiirinde geçen deniz kızı ile ilgili benzetme ve özelliklerin tamamını ortaya koymak gibi bir

iddiada bulunulmamıştır; taranan metinlerde karşılaşılan deniz kızı ile ilgili bazı dikkatler sıralanmıştır.

### Ada/Yarımada

Aşağıdaki beyit, Şehdî'nin “nevruziye” türündeki bir kasidesinde geçmektedir. Anlaşıldığı kadarıyla, beyitte Girit Adası'nda bulunan Kandiye Kalesi'nin düşmesi, deniz kızının ele geçirilmesine benzetilmiştir. Beyitte Girit Adası, denizin ortasında uzanmış bir deniz kızı gibi düşünülmüş olmalıdır:

Alupdur al' a-i andiyeyi ol ti-i ahriyla

eküpdür zîr-i hükme mâlik-i deryâ-yı 'ummânı (Şehdî, t.y.: 40a)

[= O, kahrının kılıcıyla Kandiye Kalesi'ni almıştır; okyanusların deniz kızını bile hükmü altına almıştır.]

Başka şairlerin de ada veya yarımada şeklindeki yerleşim yerlerini zaman zaman deniz kızına benzettiği görülmektedir. Şinâsî'nin İstanbul'u deniz kızına benzettiği şu cümlesi buna örnektir: “İstanbul beldesi, Avrupa'nın kenar sahilinde Asya'ya karşı kurulmuş bir ‘mâlike-i deryâdir’ ki mânendi zîr-i eflâkte mer'î olmaz; illâ ki âyine-i âb-dârı olan safha-i Halicinde mün'akis sûret-i bî-karâdır.” (Parlatır ve Çetin, 2005: 161).

### Adam Kapma/Kaçırma

Deniz kızlarının saçlarını gemi dümenlerine dolayıp gemileri girdaba çektiklerine ve batırdıklarına inanılır. Ayrıca denizcilerin merakını tetikleyerek onları felakete sürükledikleri söylenir. Deniz kızı güzel olduğu kadar tehlikelidir de. Deniz kızlarının güzelliğine aldananlar ve peşine düşenler gizemli bir şekilde ortadan kaybolurlar.

Klasik Türk şiirinde de deniz kızlarının adam aldatma ve adam kaçırma gibi özelliklerine değinilmiştir. Hüdâyî'nin aşağıdaki beytine göre sevgilinin duru yüzü bir güzellik denizidir; yüzünde gezinen saç da deniz kızıdır. Deniz kızı adam kapmakla meşhurdur; sevgilinin saç ise gönül kapmakla meşhur bir deniz kızıdır:

Yüzde zülfüñ mîr-i bar-i hûsn olup diller alur

Hüydür merdüm-rübâlık mâlik-i deryâlaruñ (Kaçalın, 2016: 252)

[= Saçların (duru) yüzünde güzellik denizinin beyi olur, gönülleri kapıp götürür; (ne de olsa) adam kapmak deniz kızlarının huyudur.]

### Ben

Klasik Türk şiirinde sevgilinin duru yüzü ve yanakları suya veya denize benzetilir. Hâletî'nin aşağıdaki beytine göre de sevgilinin duru yanakları güzellik denizidir; bu denizde bulunan benleri ise birer deniz kızıdır. Güzellik denizini mesken tutan bu deniz

kızları aldatıcı ve cazibelidir; insanı her an tehlikeli sulara çeker:

Baħr-i ħüsn oldu ruħuñ her biri ol ħállereñ

Bir deñiz málíkídür ádemi deryāya çeker (Kaya, 2017: 305)

[= Yanakların güzellik denizi oldu, (yanaklarındaki) o benlerin her biri de insanı denize doğru çeken bir deniz kızıdır.]

### Gümüş Beden

Deniz kızının belden aşağısının balık şeklinde olduğuna inanılır. Deniz kızının balık gibi parlaması edebî metinlerde “gümüş bedenli” olarak anılmasını sağlamıştır. Mesela, Evliyâ Çelebi'nin deniz kızına benzettiği güzelleri “sîm-ten” (Kahraman vd., 2011a: 2/128; Kahraman vd., 2011b: 8/55) ve “sîm-endâm” (Kahraman vd., 2011a: 3/261) diye nitelemesi dikkat çekicidir.

Belîğ, tayin edildiği görev gereği Mudanya'dan Tokat'a giderken İstanbul'da, Kavak istikametinde dayanılmaz bir hava muhalefetiyle karşılaşır. Neyse ki Kavak'ta bindiği kayıkta bulunan genç bir yol arkadaşı hoş sohbeti ve saygılı tavırlarıyla Belîğ'i teselli eder. Belîğ, çok beğendiği ve ayrılırken üzüntü duyduğu bu yol arkadaşını (Abdulkadiroğlu, 1985: 76) denizde karşısına çıkan, gümüş bedenli bir “mâlik-i deryâ”ya benzeter:

Zevrağa bindim olup yola revân

Rüzgâr idi baña keşti-bân

[= Kayığa binip yola koyuldum; benim kaptanım ise rüzgârdı.]

Tâze bir pâdişeh-i mülk-i bahâ

Baħr içinde âşinâ oldu baña

[= Zarafet ülkesinin taze bir padişahı denizin içinde bana görünüyordu/dost oldu.]

Ser-i şem' üzre olan dūdāsâ

Eksik olmadı serimden sevdâ

[= Sevda, mumun tepesinde bulunan duman gibi, başımdan eksik olmadı.]

Şanki bir mâlik-i deryâ idi ol

Sîm-ten kâmet-i bālâ idi ol (Abdulkadiroğlu, 1985: 81)

[= O sanki bir su perisiydi; o, gümüş bedenli ve uzun boyluydu.]

### Hayal

Rüşdî'nin aşağıdaki beytinde sevgilinin hayali de deniz kızına benzetilmiştir. Buna göre âşığın yaşlı gözleri bir denize dönmüştür. Sevgilinin hayali, bu yaşlı gözlerde

canlandığında denizde gezinen bir deniz kızına benzer. Deniz kızı denizi mesken tutmuştur; sevgilinin hayali de âşığın denize dönen yaşlı gözlerini. Öyleyse sevgilinin hayali de âşığın gözyaşı deryasına durmadan gelip giden bir deniz kızıdır:

Bir nefes olmaz hayālūñ dīde-i terden cüdā

Çeşm-i giryānumda o şu mālīkidür gūyiyā (Ekici, 2006: 327)

[= Hayalin şu nemli gözlerimden bir nefes olsun ayrılmaz; sanki o, ağlayan gözlerimde (barınan) bir su perisidir.]

## İnci

Deniz kızının denizi hâkimiyeti altında bulundurduğuna inanılır. Onun denizdeki değerli taşların da sahibi olduğu ve bunları dilediğine verdiği düşünülmüştür (Tökel, 2016: 357). Bu nedenle deniz kızı şiirlerde denizden çıkarılan inci ve mercan gibi değerli taşlarla bir arada anılmıştır.

İnanışa göre deniz kızı gemi batırmak için saçını gemi dümenine doladığı sırada görülebilirse gemiyi altınla doldurur (Onay, 2009: 317). Deniz kızının belden aşağısı balık şeklindedir ve gümüş renkli pullarla ıslıl ıslıl parlar. Buna denizden getirdiği parlak altın, inci ve mercanlar da eklenince deniz kızı şairlerin gözünde rengârenk ve ıslıtlı bir güzelliğin simgesi hâline gelmiştir.

İnanışa göre aynı zamanda usta bir dalgıç olan deniz kızı, denizin derinliklerinde bulunan inci, mercan gibi değerli taşlara kolayca ulaşır ve bunları sevdiği insanlara hediye eder. Şehdî, Sultan III. Ahmed Han hakkında yazdığı bir kasidesinde padişah gemiyle gezintiye çıktığında deniz kızının ona inciler saçtığını belirtmiştir. Kasidede geçen aşağıdaki beyte göre deniz kızı, padişaha bir ikramda bulunmak ve hediye vermek istediğinde sahip olduğu incileri saçmaktadır:

Kaçan fülk-i felek-peymā ile seyr-i kenār étse

Éderdi mālīk-i baħr aña gevher-pāş īşārı (Şehdî, t.y.: 28b)

[= O, dünyayı dolaşan gemisiyle sahilde ne zaman gezinse deniz kızı ona inci serperek ikramda bulunurdu.]

III. Ahmed Han'ın oğlu şehzade Abdülmâlik'in doğumu üzerine yazılmış bir "vilâdetnâme"de, deniz kızının şehzadenin doğuşunu müjdeleyen davulun sesini duyduğunda aniden ortaya çıktığı ve sevinçten inciler saçtığı belirtilmiştir. Bu beyitten anlaşıldığına göre deniz kızının bazı özel günlerde ortaya çıkarak getirdiği değerli hediyelerle devlet erkânının sevincine iştirak ettiği varsayılmıştır:

Güş édüp kūs-ı beşâret mālīk-i deryā daħı

Dür-feşân oldı şadefden şanma mevc üzre ħabâb (Şehdî, t.y.: 75a)

[= Dalgaların üstündekileri su kabarcığı sanma; (belli ki) davulun verdiği müjdeyi duyunca deniz kızı da istiridyeden inciler saçtı.]



## Kalem

Nef'î'nin aşağıdaki beytinde memduhun temiz mizacı bir inciye benzetilmiştir; bu inci cömertlik istiridyesinde bulunmaktadır. Ayrıca onun kalemi de hüner denizindeki bir deniz kızına benzetilmiştir.

Byte göre, hüner bir denizdir; hüner denizinde oynatılan kalem ise bir deniz kızıdır. Kalem denen deniz kızı, hüner denizinde inciler yani inci gibi sözler bulur. Sonra da bu incileri cömertçe etrafa saçar:

Hüner güyâ deñizdür mâliki kil-k-i güher-pâşuñ

Kerem güyâ şadefdür tab'-ı pākūñ dürr-i şehvârı (Akkuş, 1991: 353)

[= Hüner sanki bir denizdir, onun perisi ise senin inciler saçan kalemindir. Cömertlik sanki bir istiridyedir, senin pak yaratılışın ise onun iri incisidir.]

## Kaş

Necâî'nin aşağıdaki beytinde “mâhî” (balık) kelimesi deniz kızı anlamında kullanılmış, sevgilinin kaşları insanı denize çeken bir deniz kızına benzetilmiştir. Byte göre âşığın gönlü sevgilinin su gibi duru yüzünde savrulan bir kayıktır. Sevgilinin duru yüzü bir deniz, orada uzanan kaşları da birer deniz kızıdır. Kaşlar, deniz kızı olduğunda yüze dökülen saçları bir halat gibi kullanıp gönül kayığını yakalar. Çene çukuru denen derin girdabın yakınlarından geçen gönül kayığı, girdapların yakınlarında deniz kızı olabileceği ihtimalini gözden kaçırmış ve kaşlar, gönül kayığını deniz kızı gibi kapmıştır:

Kaşlaruñ çāh-ı zeķandan rismān-ı zülf ile

Çekdi gönlüm zevraķın mâhî gibi gird-ābdan (Tarlan, 1963: 377)

[= Kaşların saçının urganıyla çenenin çukurundan gönlümün sandalını deniz kızı gibi girdaba çekti.]

Ahmet Talât Onay bu beyti açıklarken deniz kızlarının girdaplara yakın yerlerde bulunduğu ve saçını gemilerin dümenine dolayarak onları girdaba çektiğine dair inanışlardan bahsetmiştir (Onay, 2009: 317). Beyitte girdap, deniz kızı, saç ve kayık bu inanışlar sebebiyle bir arada anılmıştır.

Ayrıca deniz kızının belden aşağısı balık şeklindedir; bu bakımdan beyitte deniz kızı “mâhî” adıyla anılmış olabilir. Klasik Türk edebiyatında kaş, şekli ve oynaklığı bakımından sık sık balığa benzetildiğinden kaşın, vücudu balığı andıran deniz kızına da benzetilmesi olağan karşılanabilir.

## Komutan/Hükümdar

İnanışa göre deniz kızları gemileri batırabilecek ve denizcileri esir alabilecek kadar güçlüdür. Denizlerin inci, mercan ve altın gibi değerli kaynaklarını elinde bulunduracak

kadar da zengindir. Deniz kızı denizler altındaki ülkeye hükmeden bir sultan olarak görüldüğünden deniz canlılarının da deniz kızının emri altında olduğu düşünülebilir. Gemicileri esir alan, değerli madenleri elinde bulunduran, denizin ve deniz canlılarının hâkimi olan bu varlık, aynı zamanda balıkları da asker gibi emrinde bulunduran bir hükümdara benzetilmiştir.

Aşağıdaki beyitler Sultan III. Ahmed Han'ın damadı olan Vezir Ali Paşa'nın Bilâd-ı Cezâyir-i Mora'da kazandığı başarı üzerine yazılmış, "zafernâme" türünde bir kasidede geçmektedir. Kasidenin "Vasf-ı Âmeden-i Mâlik-i Bahr" başlığı altında verilen 4 beyitlik bölümünde "mâlik-i bahr" adlı esrarengiz bir varlıktan bahsedilmiştir. Kasidede anlatıldığına göre savaş gemileriyle sefere çıkan Kapudan Paşa'yı "mâlik-i bahr" adı verilen gizemli bir varlık karşılar. Denizdeki balıklara benzeyen, pullu zırhlar giymiş ordusuyla Paşa'nın yanında olduğunu gösterir, sonra da Paşa'ya inciler saçarak ortadan kaybolur:

Vaşf-ı Âmeden-i Mâlik-i Bahr

Geldi endüh-ı şükûh ile aña mâlik-i baħr

‘Arz-ı âlây-ı cüyüş êtdi o deryâ-yı himem

[= Su perisi, onun heybetinden kaygılanarak ona geldi; o yardım deryası, kendi asker alayını arz etti.]

Kimisi dal kılıç kimisi kalkan be-düş

Cümle olmışdı zırh-püş meger mâhî-i yem

[= Kimisi yalın kılıç, kimisinin de omzunda kalkan; âdeta hepsi denizdeki balıklar gibi zırh giymişlerdi.]

Ni‘ am-ı mâ-ħazar [u] laħm-ı tarî gün-â-gün

Bezî êdüp eyledi envâ‘-ı nûvâzişle kerem

[= Hazır edilmiş nimetleri ve çeşit çeşit taze eti bol bol verdi; türlü iltifatlarla cömertliğini gösterdi.]

Şanki kâlâ-yı ħulûş ile o dârâ-yı baħr

Dürr-i nâ-süfteler işâr êderek gitdi o dem (Şehdî, t.y.: 54a)

[= O denizler hükümdarı sanki samimiyet sermayesinden delinmemiş inciler saçarak o anda gidiverdi.]

Yukarıdaki beyitlerde Paşa'nın denizlere hâkim, büyük bir denizci olması dolayısıyla "denizler sahibi, denizler hâkimi" anlamında "mâlik-i bahr" lakabıyla anıldığı da akla gelebilir; fakat burada sözü edilen "mâlik-i bahr", Kapudan Paşa değil ona yardıma gelen, inciler saçan ve aniden ortadan kaybolan başka bir varlıktır.

Şehdî, “Târîh-i Vilâdet-i Sultân Nu‘mân” adlı bir kasidesinde de “mâlik-i deryâ” ve mâlik-i bahr” adlarıyla andığı bir varlıktan bahsetmiştir. “Mâlik-i bahr”, şehzade Nu‘mân’ın doğumu münasebetiyle ordusuyla ortaya çıkar ve bir sevinç gösterisinde bulunur. Bu ordu, pullu zırhlar giymiş askerlere benzeyen balıklardan oluşmaktadır. Bu sırada “neheng” adı verilen deniz canlısı da onlara iştirak eder ve âdeta “mâlik-i bahr”in kapudanı gibi davranır:

Donandı mâlik-i deryâ cüyüş-ı yem-ğurüşın hem  
Zırh-püş oldı mâhiler édüp pür-mevc ‘ummânı

[= Deniz kızı da denizi gürüldeten askerlerini donattı; balıklar zırhlar giyip denizi dalgalarla doldurdu.]

Kimisi dal kılıç kimi siper-ber-düş idi anuñ  
Hünerler gösterüp eylerdi bâzî gūy u çevgānı

[= Onların kimisi yalın kılıçtı, kimisinin de omzunda kalkan bulunuyordu; hünerler gösterip çevgân (polo) oyunu oynadılar.]

Kimi sengin-cünbiş kimi simin-ber olup ğavvāş  
Nişār eylerdi aña gevher-i pür-tāb [u] mercānı

[= Kimi vakur hareketlerle, kimi de gümüş göğsüyle dalgıç olup ona çok ışıltılı inciler ve mercanlar saçardı.]

Vèrüpdür revnağ u zînet bu âyin-i donanmaya  
Neheng olmışdı ol dem mâlik-i bahrün ğapudanı (Şehdî, t.y.: 74a)

[= Bu, donanmanın âdetlerine ayrı bir ışıltı ve süs kattı; o anda neheng de deniz kızının kapudanı olmuştu.]

Yukarıda “mâlik-i deryâ” adıyla anılan varlığın bir gemi olduğu, deniz kızına benzetilen bir gemiye bu ismin verildiği de akla gelebilir; fakat bahsedilen varlık önce “mâlik-i deryâ”, sonra “mâlik-i bahr” adıyla anılmıştır. Ortada özel bir gemi ismi olsaydı geminin tek bir isimle anılması gerekirdi. Bu bakımdan beyitlerde anılan varlığın bir gemi olma ihtimali de zayıftır. Anlaşıldığı kadarıyla şair, deniz kızının savaşlarda ve özel törenlerde emrindeki deniz canlılarıyla Osmanlı donanmasına eşlik ettiğini varsaymaktadır.

Şehdî, Sultan III. Ahmed Han hakkında yazdığı “sıhhatnâme” türünde bir tarih kasidesinde de “mâlik-i bahr” adlı bu varlığın denizde padişahı karşıladığını belirtmiştir. Bu kasidede geçen aşağıdaki beyte göre “mâlik-i bahr”, Kapudan Paşa’nın yanı sıra denize açılan padişahı da karşılamak üzere zaman zaman ortaya çıkmaktadır:

Lenger-endāz olunca deryāya  
Mâlik-i bahr êderdi istikbāl (Şehdî, t.y.: 31b)

[= O, çıpasını denize attığında deniz kızı onu karşılamaya çıkardı.]

## Korku/Tehlike

Deniz kızı her ne kadar güzelliğiyle öne çıksa da olağanüstü bir yaratık olduğundan insanlarda korku uyandırmıştır. Yunan mitolojisinde deniz kızına benzer özellikler gösteren “sirenler”in gizemli sesler çıkararak denizcileri etki altına aldıkları ve ölümüne sürüklediklerine inanılır (Tökel, 2016: 357). Deniz kızlarının saçlarıyla gemileri girdaba sürükleme, denizcilerin yolunu şaşırtma ve adam kaçırma gibi tehlikeli yönleri olduğuna da inanılmıştır.

Şinâsî'nin aşağıdaki şiirinde deniz kızının güzel olduğu kadar tehlikeli de olduğu vurgulanmıştır. Buna göre sevgili, âşığa eziyet ederek onun kan ve gözyaşı içine batmasına sebep olur; bu yüzden insanı suya boğan ve helak eden bir deniz kızına benzer:

Gören saçın arasından yüzün parıltısını

Sanır ki kare bulutun içinde gün doğmuş

Yanında kan ile yaş içre kaldığım görüp el

Demez mi kim birini su kızı suya boğmuş (Parlatır ve Çetin, 2005: 23)

Kânî'nin Kapudan Hasan Paşa'ya yazdığı, denizcilik terimleriyle örülü bir kasidesinde deniz kızı, sahildeki halka kötü davranan bekçilerle birlikte korkutucu ve rahatsız edici bir tip olarak görülmüştür. Kasidede geçen aşağıdaki beyitlere göre Kapudan Hasan Paşa'nın gölgesi hangi sahile mehtap gibi düşerse oradakiler “mâlik-i yem” yani “deniz kızı” korkusundan emin olurlar; sahilde huzur ve güven içerisinde vakit geçirirler:

O sâhil sâye-i meh-pâresinde mâh-tâb eyler

Ne bîm-i mâlik-i yem ne hirâs-ı şaḥne-i inhâ

Nêce âsûde olmazlar o sâhil sâye-cüyânı

Ki şalmış sâye anda ḥazret-i Ğâzî Ḥasan Paşa (Yazar, 2006: 246)

[= Onun ay parçasını andıran gölgesi o sahilde mehtap olur; orada ne deniz kızı korkusu ne de ihbarcı bekçi korkusu (var). O sahilde himaye isteyenler nasıl huzur bulmasın! Çünkü oraya Gazi Hasan Paşa hazretlerinin gölgesi düşmüş.]

Şiirlerde, denizlere hâkim olduğuna inanılan ve korkulan bu varlığı hükmü altına alabilmek bir övgü vesilesi olarak özellikle vurgulanmıştır. “Kapudan” devlet adamlarını övmek için yazılan şiirlerde onların deniz kızlarını hükmü altına alma ve deniz kızlarına söz geçirebilme özellikleri dile getirilmiştir. Kapudan İbrâhîm Paşa'ya ithafen yazılmış bir “zafernâme”de geçen şu beyitte de Paşa'nın deniz kızını dahi emri altına alabilmesi denizlere olan hâkimiyetine delil gösterilmiştir:

Sensin ol ğâzî-i ḳapudan veĝâ-endîşe kim

Mâlik-i baḥr oldu ol dem emrũññ fermân-beri (Şehdî, t.y.: 76b)

[= Hep savaş düşünen o gazi Kapudan sensin! Öyle ki deniz kızı bile o anda senin emirlerini yerine getirdi.]

### Köşk

Nâbî, Sultan IV. Mehmed Han'ın Beşiktaş'taki kasrına tarih düşürmek amacıyla yazdığı "kıt'a-i kebîre"de deniz kıyısındaki kasrı deniz kızına benzetmiştir. Beyte göre sahildeki kasır, deniz kıyısında boylu boyunca uzanmış bir deniz kızı gibidir. Bu deniz kızı, tan yelinin bir tarağı, dalgaların ise saçı andırdığını ve rüzgârın âdetâ denizin saçlarını şekillendirdiğini görür. Tan yelinin kendi saçlarını da okşaması için deniz kenarında edalı ve işveli bir peri gibi saçlarını açarak bekler:

Şâne-i bād-ı şabâyı zülf-i mevc üzre görüp

Ṭurrasın açmış leb-i deryâda mânend-i perî (Bilkan, 1997: 215)

[= (O köşk), tan yeli denen tarağı dalgaların saçları üzerinde (dolaşırken) görmüş, denizin kenarında bir peri gibi saçlarını açmış.]

### Melek

Deniz kızları güzellikleriyle meşhurdur ve zaman zaman "su perisi" olarak da anılır. Deniz kızları peri sayıldığı gibi, başka bir soyut varlık olan meleğe de benzetilebilir.

Enverî'nin aşağıdaki beytinde aşk denizi ile gökyüzü arasındaki benzerlikler vurgulanmış, deniz kızları gökteki meleklerle benzetilmiştir. Buna göre hem deniz hem de gökyüzü mavidir ve uçsuz bucaksızdır. Gökte melekler varsa denizde de deniz kızları vardır. Gökte bulutlar varsa denizde de dalgalar vardır. Gökteki yıldızlara karşılık denizin de sayısız su kabarcığı vardır. Göğün parlak hilali varsa denizin de hilal şeklindeki ıslıl ıslıl balığı vardır. Öyleyse aşk denizi de aslında gökyüzünü andıran ve onu aratmayan bir yerdir:

Deñiz mâlikleri cānâ melekler miğler mevci

Ḥabâb encüm kıluñ deryâ-yı ' ışkuñ mâhı mâhidür (Mecmû'a-i Eş'âr, t.y.: 91b)

[= Ey can! Aşk deryasının deniz kızlarını melekler, dalgalarını bulutlar, su kabarcıklarını yıldızlar, balığını ise (yeni) ay gibi farz edin.]

Husrev'e göre sevgili, öyle ak ve pak bir güzelliğe sahiptir ki ya nurlarla kaplanmış bir melek ya da Akdeniz'de yaşayan bir deniz kızı olsa gerektir:

Yâ meleksin güzelüm ḥüsnüñi ğarķ étmiş o nūr

Akdeñiz içre yâḥud mâlik-i deryâsın sen (Akdeniz, 2016: 198)

[= Güzelim! Sen ya güzelliği nura boğulmuş bir meleksin ya da Akdeniz içinde bir deniz kızıydın.]

## Peri

Perilerin çeşme, pınar vb. sulak yerlerde yaşadığına dair yaygın bir inanış vardır. Bu inanış, daha büyük su kaynakları olan denizlerde de hüküm süren, deniz kızı/su perisi gibi varlıkların olabileceği inancına dayanak teşkil etmiş olabilir.

Beyânî, “ey perî” redifli bir gazelinde sevgiliyi önce çeşme çevresini mesken tutmuş bir periye, sonra da deniz kızına benzetmektedir. Buna göre sevgili bir peri olduğunda âşığın yaşlı gözü onun mesken tutacağı bir pınara döner. Sevgili bir deniz kızı olursa âşik bu kez de onun barınacağı engin bir denize dönüşür:

Gerçi kim gözden nihânsın görmege dîdârûñı

Çeşmesâr-ı dîdede ümmîd-vâruz ey perî

[= Ey peri! Gerçi gözlerden gizlenirsin ama senin yüzünü gözümüzün pınarında görebileceğimizden ümitliyiz.]

Mâlik-i deryâ iseñ sen zülf-i ‘anber-bâr-ıla

Mevc-âver biz de bañr-i bî-kenâruz ey perî (Başpınar, 2008: 652-653)

[= Ey peri! Sen şu amber kokan saçlarınla bir deniz kızı olsan biz de ucu bucağı olmayan, dalgalı bir deniziz.]

## Saç

Deniz kızları güzel ve güçlü saçlarıyla meşhurdur; bu nedenle klasik Türk şiirinde deniz kızları zaman zaman “saç, turra, zülf” gibi kelimelerle bir arada anılır. Âlî’nin aşağıdaki beytine göre deniz kızının öyle uzun saçları vardır ki kayık onun saçlarını taramak için küreklerini kaydırarak bir tarağa dönüşür. Kayık tarak olduğunda kayığın sıra sıra dizilmiş kürekleri de bu tarağın dişleri gibidir:

Küregin kayduruban tırdı birez deryâda

Zülfine şundi deñiz mâlikinüñ şâne kayık (Aksoyak, 2018: 163)

[= Kayık, küreklerini kaydırarak denizde biraz durdu; sanki deniz kızının saçlarına (dişleri küreklerden oluşan) bir tarak sundu.]

Klasik Türk şiirinde sevgilinin saçıyla âşığa tuzak kurması, onu yakalaması ve esir etmesi yaygın bir hayaldir. Deniz kızının da saçını gemi dümenlerine dolayarak denizcileri yakaladığı, girdaba çektiği ve helak ettiği söylenir. Bu nedenle deniz kızının saçları, sevgilinin saçları gibi, bir güzellik unsuru olmanın yanı sıra etkili bir silah olarak da görülebilir. Beyânî’ye göre sevgili, deniz kızına dönüştüğünde saçlarını bir kement gibi kullanarak âşığı yakalar ve kendine esir eder:

Dil-i şeydâyı zülf-i ‘anber-efşâniyla bend etmiş

Deñüz ol mâlik-i deryâ-yı hüsne imtinân etsün (Başpınar, 2008: 537)



[= O güzellik denizinin perisi, deli gönlümü amber saçan saçlarıyla bağlamış; söyleyin de memnun olsun.]

Aşağıdaki ilk beyitte Sun'î, ikinci beyitte ise Âlî uzun saçlı ve kâküllü güzellerin saçlarıyla meşhur olan deniz kızına benzediği konusunda hemfikirdir. Şairlere göre âşığın gözyaşları deryaya dönmüştür. Uzun saçlı güzellerin görüntüsü âşığın gözyaşlarına yansırsa gözyaşları deniz kızlarıyla dolu bir denizi andırır:

Müzellef biñ güzeller şüreti ' aksıyla bu eşküm

Deñiz mâlikleri oynar hemânâ Şun' î deryâdur (Yakar, 2018: 64)

[= A Sun'î! Şu gözyaşlarıma, binlerce zülüflü güzelin görüntüsü yansılıkça (gözyaşlarım) sanki deniz kızlarının oynadığı bir derya olur.]

Degül deryâ-yı eşküm seyr eden sādât-ı gīsūdār

Deñiz mâlikleridür baħr-i ħazrâ-fâmdan çıkmış (Aksoyak, 2018: 797)

[= Gözyaşı denizimde dolaşan (aslında) uzun saçlı ulular değildir; onlar yeşil renkli bir deryadan çıkmış deniz kızlarıdır.]

Âşık, sevgilinin su gibi temiz ve duru yüzünde duran saçlarını da bazen bir deniz kızına benzetebilir. Sehî'ye göre sevgilinin yanağı duru bir sudur; bu suyun üstünde uzanan saçı ise bir deniz kızıdır. Bu deniz kızı, yanak denen güzellik denizinin kenarında pusuda bekler; kendisine yaklaşan âşıkları büyüler ve alıp götürür:

Şan deñiz mâlikidür âb-ı ' izâruñda şaçuñ

Ĥüsn deryası kenârında ħurup âdem alur (Yekbaş, 2010: 216)

[= Yanağının denizinde duran saçın sanki bir deniz kızıdır; o güzellik denizinin kenarında durup da adam kapar.]

Sevgilinin duru yüzü bir güzellik denizidir; bu denizin dalgası ise yüze dökülen dalga dalga kâkülleridir. Âsaf'a göre bu dalgalı kâküller güzellik denizine yaklaşan âşık gönülleri kapıp götürür; bu bakımdan güzelliğiyle adam aldatıp kaçıran deniz kızlarına benzer:

Yüzde ħurrañ mevc-i baħr-i ĥüsn olup diller alur

Şânıdur âdem-firîbliķ mâlik-i deryâlaruñ (Kaya, 2009: 655)

[= Senin yüzündeki kâküller de deniz kızları gibi adam aldatmakla meşhurdur; güzelliğinin denizinde bir dalgaya dönüşüp gönülleri alır götürür.]

Nev'î-zâde Atâyî de "Sâkînâme"sinde denizde yüzen güzelleri tasvir ederken onların kıvrım kıvrım saçlarını adam kapan, aldatıcı deniz kızlarına benzetmiştir:

Firîbende zülf-i ĥam-ender-ĥamı

Deñiz mâlikidür alur âdemi (Kuzubaş, 2009: 145)

[= Aldatıcı, kıvrım kıvrım saçları deniz kızıdır, adamı kapar.]

## Şair

Hâfız Ahmed Paşa'nın aşağıdaki beytinde aynı zamanda şair olan padişahın şair alanındaki yeteneği övülmektedir. Buna göre padişah öyle fasih sözler söyleyen bir şairdir ki fesahat denizinin perisi sayılabilir. Fesahat bir deniz ise şair bu denizin perisi, onun fesahat denizinden getirdiği şiirler ise değerli birer incidir:

Sensin ol mâlik-i deryâ-yı feşâhat ki eger

Söyleseñ nazm-ı güher-bâruñ olur dürr-i şemîn (Uysal, 2010: 126)

[= Fesahat denizinin o perisi sensin; öyle ki eğer bir konuşsan cevher yağdıran şiirlerin değerli birer inciye döner.]

## Şeker

Prof. Dr. Ahmet Atillâ Şentürk, Bâlf'nin aşağıdaki beytinden hareketle Osmanlı döneminde deniz kızı inancının halk arasında yaygın olduğunu, hatta bir sünnet düğünü için deniz kızı şeklinde şekerler bile üretildiğini belirtmektedir (Şentürk, 2019: 104). Beyte göre deniz kızları şeker olduğunda onların yüzeceği deniz de olsa şerbet olur:

Yapdılar cümle deñiz mâlikini şekerden

N'ola ger şerbete tebdil edeler 'ummânı (Sinan, 2004: 112)

[= Bütün bu deniz kızlarını şekerden yaptılar; denizi de bir şerbete dönüştürseler şaşılır mı?]

## Sevgili

Klasik Türk şiirinde güzelliği ve saçlarıyla anılan deniz kızı birçok defa sevgiliye benzetilmiştir. Azîzî'ye göre güzeller arasında ay gibi parlayan sevgili sanki bir deniz kızıdır. Sevgilinin oynak kaşları ise su gibi duru yüzünde hayat bulan iki parlak balıktır:

Ĥüblar içre deñiz mâlikidür şanki o mâh

Baħr-i ĥüsne iki kaşı iki ġarrâ mâhî (Ersoy, 2013: 277)

[= O ay parçası sanki güzeller içinde bir deniz kızıdır; onun iki kaşı ise güzellik denizinde iki parlak balıktır.]

Sevgilinin yüzü su gibi pürüzsüzdür, sevgili duru bir güzelliğe sahiptir. Bu bakımdan güzellik denizinde bir su perisini andırır. Enverî'ye göre sevgili su perisine dönünce dalga dalga saçlarıyla âşığı denizler gibi coşturur. Bu aşk fırtınasının kargaşasında âşığın gönlünü kapıp götürür:

Ķapdı göñlüm yine bir baħr-i melâħat mâlikî

Zülfî emvâcın görüp deryâ gibi cüş eyledüm (Kurnaz ve Tatçı, 2001: 130)

[= Yine güzellik denizinin bir perisi gönlümü kaptı; onun saçlarının dalgalarını görüp denizler gibi coştum!]

Hüdâyi'ye göre âşığın gözyaşları öyle çoktur ki gözleri yedi deryayı aratmaz; ama âşik gözünün her perdesinde sevgiliyi görür. Âşığın gözleri yedi deryaya dönse de her deryada sevgilinin hayali canlanır. Öyleyse sevgili âdeta yedi deryaya hâkim bir deniz kıızıdır. Sevgilinin görüntüsü ve yansıması âşığın yaşlı gözlerinde bir deniz kıızı gibi sürekli gezinir:

Çeşmümüñ her perdesinde cilvegerdür ‘ aks-i döst

Beñzer ol şeh mâlikidür bu yedi deryâlaruñ (Kaçalın, 2016: 250)

[= (Yaşlı) gözümün her perdesinde dostun yansımaları beliriyor; sanki o sultan, (gözyaşlarımdan oluşan) bu yedi deryanın perisidir.]

Gözyaşları, bazen bir araya gelir ve deniz kıızı olan sevgilinin yüzmesi için bir deryaya döner; bazen de tane tane dökülen incilere dönüşür ve sevgilinin ayağına saçılır. Beyânî'ye göre âşik, sevgilinin eşsiz güzelliğini bir kez olsun göstermesi için can atar ve deniz kızları incilerden hoşlandığı için sevgiliyi görünce ona inci tanelerini andıran sevinç gözyaşlarını saçar:

Eylese ‘ arz-ı cemâl ol mâlik-i deryâ-yı hüsñ

Dür-feşân olur zemîne dide-i nemnâkümüz (Başpınar, 2008: 368)

[= O güzellik denizinin perisi güzel yüzünü bir gösterse nemli gözlerimiz zemine inciler saçar.]

Nev'î'ye göre sevgili, âşığa karşı olgun ve cömert davranan bir deniz kıızı olmalıdır. Olgunluk denizinde hoşça vakit geçiren dostlara şiir okumalıdır. Sevgili, deniz kızına döndüğünde onun sunacağı kadeh de aynı zamanda gemi anlamına gelen “sefine” kadeh olmalıdır:

Mañbüb odur ki mâlik-i bañr-i kemâl olup

Şi‘ r okuya sefine şuna âşinâlara (Tulum ve Tanyeri, 1977: 499)

[= Sevgili dediğin, olgunluk denizinin perisi olur; dostlara şiir okur, sefine (kadeh) sunar.]

Sevgili öyle bir deniz kıızıdır ki âşıklara “sefine” kadeh sunmasının yanı sıra “keşti”ye binebilmekte, “zevrağ” sürebilmektedir. Nahîfi'ye göre gemiye binebilen, kayık sürebilen bir deniz kıızıyla karşılaşmak âşığı hem sevindirir hem de hayrete düşürür:

Keştiye binmiş gelür gördüm o şuh-ı şivekâr

Mâlik-i deryâ ‘ acebdür kim ola zevrağ-süvâr (Aypay, 1992: 714)

[= Gördüm ki o cilveli şuh, bir gemiye binmiş geliyor; bir deniz kıızının kayık sürebiliyor olması ne tuhaf!]

Azîzî'nin aşağıdaki beytine göre Tophane'ye gitmek için sandallara binen güzeller, denizi birer deniz kızı gibi ışıltıyla süsler. Bu deniz kızlarının sandallar üstünde seyranını gören âşıklar ise güzel seyrine çıkar:

Édüp zevraqlar ile dil-rübâlar 'azm-i Tophâne

Deniz mâlikleriyle her gün olur seyri deryânuñ (Ersoy, 2013: 291)

[= O gönül kapan güzeller sandallarla Tophane'ye gitmeye niyetlendiğinde (sanki) her gün deniz kızlarıyla denizde seyir olur.]

Deniz kızına benzeyen güzeller, kayık ve gemi gibi deniz araçlarına meraklı olmalarının yanı sıra yüzücülüğü ve dalgıçlığı da iyi bilirler. Nazmî'ye göre böyle su perileriyle dostluk kurabilmek için denizle haşır neşir olmak, yüzmeyi sevmek gerekir:

Dâyimâ yüzgüçlük ét var kim senüñle olalar

Şol deniz mâlikleri gibi güzeller âşinâ (Doğan, 2010: 363)

[= Daima dalgıçlık yap ki şu su perisi gibi güzeller seninle dost olsunlar.]

Âşık, gam girdabında çırpınırken sevgilinin bir deniz kızı gibi ortaya çıkmasını ve yardıma gelmesini bekler. İzzî'ye göre sevgili, yardım denizinin perisidir; öyleyse dalgıçlığını gösterip âşığı bu gam girdabından çıkarmalıdır:

Rehâ-cû kılmışuz gird-âb-ı gamda 'İzziyâ efsûs

Dağı ol mâlik-i deryâ-yı himmet âşinâ çıkmaz (Yüksel, 2018: 95)

[= Ey İzzî! Keder girdabında yardım isterken kalakalmışız. Yazık! O yardım denizinin perisi ise hâlâ dostluğunu/dalgıçlığını göstermiyor.]

Edâyî'ye göre sevgili, deniz kızına benzetilir ama aslında deniz kızından çok daha güzeldir. Öyle ki denizdeki girdaplar bile deniz kızının haddini aşarak kendini sevgiliye benzetmesine tahammül edemez; deniz kızının burnuna tuzlu sular doldurarak onu cezalandırır:

Mâlik-i deryâ saña beñzetti dëyü hüsnini

Burnına tuzlu şular koydı anuñ gird-âblar (Zavotçu, 2009: 136)

[= Deniz kızı, güzelliğini sana benzetti diye girdaplar (ceza olarak) onun burnuna tuzlu sular koydu!]

## Taze Manalar

Rahmî'ye göre şiir bir denizdir; bu denizi süsleyen taze manalar ise denizde parıldayan birer deniz kızı gibidir. Denize ışıltı veren ve renk katan deniz kızlarıdır. Şiir denizine parlaklık veren ise taze manalar, orijinal mazmunlardır. Öyleyse şiir denizinde birer yıldız gibi parlayan taze manalar da deniz kızlarına benzetilebilir:

Bu nazm-ı âbdâra vârdi şüret tâze ma' niler

Deñiz mâlikleriyle buldı gŷyâ zîb ü fer deryâ (Tığlı, 2006: 46)

[= Taze manalar, bu güzel/parlak şiire (bambaşka bir) görünüm kattı; sanki bir deniz, deniz kızlarıyla süs ve parlaklık kazandı.]

### Yüzük

Padişahın eli bir lütuf deryasıdır. Bu lütuf deryası insanlara inciler, mercanlar bahşeder. Mesihî'ye göre, padişahın eli lütuf deryası olunca elinde bulunan yüzük de bu deryayı mesken tutmuş bir deniz kızına döner. Padişahın yüzüğü bir deniz kızı, onun üstünde bulunan lal taşı da bu deniz kızının kırmızı tacıdır:

Baħr-i keffŷnde n'ola la' lden êtse tâcın

Ĥâtemŷñ çŷnki olupdur melik-i deryâ-bâr (Mengi, 2014: 40)

[= Yüzüğün, elinin deryasında lalden bir taç takınsa şaşılmaz; çŷnkü denizler gibi coşan bir su perisi/hükümdar olmuştur.]

### DENİZ KIZI ÜZERİNE YAZILMIŞ BİR ŞİİR

Klasik Türk edebiyatında baştan sona deniz kızını anlatan şiirlere sık rastlanmaz. Fennî'nin deniz kızını âşık-sevgili ilişkisi çerçevesinde ele aldığı, deniz kızına hayranlığını ve kavuşma özlemini dile getirdiği bir lugazı bulunmaktadır. Fennî bahsi geçen lugazında, deniz kızının en temel özelliklerini saymış, sonra da okurlardan anlattığı varlığın ne olduğunu tahmin etmelerini istemiştir (Demirkazık, 2009: 860). Bu lugaz bugünkü Türkçeye göre nesre çevrilerek aşağıya alınmıştır.

**[Luğaz-ı Fennî]**

*Fe‘ilātün Fe‘ilātün Fe‘ilün*  
*Remel . . . - / . . . - / . . . -*

1. Nedür ol mişli bulunmaz duhter  
Anı gâyetle güzeldür derler
2. Hüsni tenvîr édüp şebgâhı  
Şermsâr eyledi nışfi mâhı
3. Gîsuvânın dağıdup ol meh-rû  
Kıldı gülzâr-ı cemâle şebbû
4. Düşürüp şânesin ol zülfi siyeh  
Baır-i efkâra talarđı geh geh
5. Bu tenâsüble o dürr-i yektâ  
‘Âşık altında balıklarsa sezâ
6. Dehri seyrâna çatı mâ’ildür  
Câ-be-câ cilvegehi sâhildür
7. Luftın efzün édüp ol mekkâre  
Öldürür bendesini hemvâre
8. Bendeñiz mâlik olursam o kıza  
Vaşfını eyleyeyüm şonra size
9. **Fenniyâ** görmedük anı n’edelüm  
Bu kıdarcayla kifâyet edelüm

**[su perisi]**

<sup>1</sup> O eşi bulunmaz kız nedir? Onun için “Gayet güzeldir.” derler.

<sup>2</sup> Güzelliği gece vaktini aydınlatıp (bedeninin) yarısı bile ayı utandırdı.

<sup>3</sup> O ay yüzlü güzel, saçlarını dağıtıp güzellik güllüğüne şebboy yaptı.

<sup>4</sup> O kara saçlı, tarağını düşürüp ara ara düşünce denizine dalardı.

<sup>5</sup> O eşsiz inci, bu münasebetle âşığın altında balıklarsa yeridir.

<sup>6</sup> Dünyayı dolaşmaya çok meyillidir; yer yer göründüğü mahal ise sahildir.

<sup>7</sup> O hilekâr, lütfunu artırarak kölesini daima (sevinçten) öldürür.

<sup>8</sup> Bendeniz (bu kulunuz), o kıza sahip olursam özelliklerini size sonra anlatırım.

<sup>9</sup> Ey Fennî! Onu göremedik, ne yapalım? Bari bu kadarıyla yetinelim.



## SONUÇ

Klasik Türk edebiyatında adı geçen efsanevi varlıklardan biri de deniz kızıdır. Mensur ve manzum Osmanlı kaynaklarında deniz kızı şu adlarla anılmıştır: âfet-i âb, su âfeti, su kızı, su mâliki, su mâlikesi, deniz mâliki, deryâ mâliki, mâlik-i deryâ, mâlike-i deryâ, mâlik-i bahr, mâlik-i bahrî, mâlik-i yem, mâlike, mâlik, melik, mâhî, insânü'l-bahr. Sözlüklerde geçen “âfet-i âb, su âfeti, mâlike, insânü'l-bahr” vb. adlandırmalar klasik Türk şiirinde genellikle tercih edilmemiştir. Klasik Türk şairleri deniz kızını daha çok “deniz mâliki” ve “mâlik-i deryâ” adlarıyla anmıştır. Hem mensur hem de manzum kaynaklarda deniz kızının öne çıkan yönleri ise şunlardır: güzellik, parlaklık, gümüş beden, uzun saç, oynaklık, suda eğlenme, yüzücülük, dalgıçlık, inci saçma, girdaba çekme, gemi batırma, adam kapma, aldaticılık.

Deniz kızı klasik Türk şiirinde çok sık olmasa da yer almıştır. Klasik Türk şiirinde deniz kızı güzelliğinin yanı sıra tehlikeli oluşuyla da ele alınmıştır. Deniz kızı tehlikeli ve ölüme sürükleyen bir güzelliğin simgesidir. Klasik Türk şiirinde genellikle güzel ama acımasız, zalim, vefasız, âşığı öldüren, kavuşulamayan, ele geçmeyen, afet gibi bir sevgili tipi işlenmiştir. Deniz kızının güzelliğiyle âşıkları kandıran ve âşıkların canını alan bir afet olması, Osmanlı şairlerinin mevcut sevgili tasavvuruna çok uygun düştüğünden sevgili-deniz kızı benzetmesi edebiyatta revaç bulmuştur. Deniz kızının helak edici güzelliği, tehlikeli cazibesi, tuzağa dönüşen saçı, göz kamaştıran ışıltısı, ihtişamı, afet ve peri sayılması şairlerin deniz kızı ile sevgili arasında bağ kurmasını sağlamıştır.

Klasik Türk şiirinde sevgili doğrudan deniz kızına benzetildiği gibi, sevgilinin ben, kaş, saç gibi güzellik unsurları da deniz kızına benzetilmiştir. Bunda Osmanlı şairlerinin sevgilinin yüz ve yanağını sık sık duru, billur ve pürüzsüz bir suya benzetmelerinin payı büyüktür. Yüz, su olunca sevgilinin su gibi duru yüzünde duran ben, kaş ve saç gibi güzellik unsurları da suda bulunan aldatıcı birer afet olarak görülmüştür.

Denizin ortasında veya kenarında bulunan ada, yarımada, köşk gibi cansız varlıklar da deniz kızına benzetilmiştir. Kayalıklar üzerine uzanmış, dinlenen deniz kızı hayalinin bu benzetmelere vesile olduğu düşünülebilir.

Bazen şair, bazen de şairin kalemi şiir denizinde söz incileri bulan birer deniz kızı gibi düşünülmüştür. Taze mazmunlar da şiir denizini süsleyen birer deniz kızı olarak görülmüştür. Aruzun bahirleri olmadan canlılığını yitiren şiirler de “bahir/deniz” olmadan yaşayamayan birer deniz kızına benzetilmiştir.

Deniz kızının denizin inci, mercan gibi değerli kaynaklarına sahip olduğu düşünülmüştür; zaman zaman altın ve inciler saçtığına inanılmıştır. Deniz kızının gümüş bedenli olduğu ve kuyruğunun balık gibi ışıltılı parladığı da söylenir. Bu söylentiler ışığında deniz kızı, şairlerin hayal dünyasında değerli mücevherlerle süslenmiş, göz kamaştıran, parlıtlı bir güzelliğin simgesi hâline gelmiştir.

Deniz kızı genellikle sevgiliyle ilgili benzetmelerde, güzelliğiyle ön plana çıkmaktadır. *Şehdî Divanı*'nda ise daha çok denizler ülkesinin sultanı olan, deniz canlılarından oluşan ordusuyla Osmanlı donanmasına yardıma gelen, savaşçı bir “mâlik-i deryâ” tasvir edilmiştir. Kapudanı neheng, askerleri balıklar olan bu denizler sultanı, inciler saçarak devlet erkânına bağlılığını göstermektedir. Anlayabildiğimiz kadarıyla Şehdî, şiirlerini incelediğimiz diğer Osmanlı şairlerinden daha farklı bir deniz kızı tasavvuruna sahiptir.

Deniz kızı efsanesi dünyanın hemen her yerinde rastlanan bir inanıştır. Bunun yanında her toplumun inanç ve kültürüne göre kısmi farklılıklar gösterebilmektedir. Osmanlı toplumunun deniz kızı tasavvuruna cin ve peri gibi soyut varlıklar hakkındaki inanışların da belli ölçüde yön verdiği düşünülebilir. Perilerin çok güzel oldukları, su kaynaklarına yakın yerlerde buldukları, insanlar tarafından kolay kolay görülemedikleri ve ele geçirilemedikleri inancı deniz kızının özellikleriyle paralellik göstermektedir. Bu bakımdan deniz kızı, tatlı su değil de tuzlu su kaynakları civarında yaşamayı seçmiş bir tür su perisi olarak görülmüş olabilir. Cinlerin şekilden şekile girebileceğine inanılması da onların deniz kızı şekline bürünme ihtimalini akla getirmiş olabilir.

Kâğıthane Deresi'nde yüzenlerin deniz kızı saldırısından korkmaları, bir sünnet düğünü için deniz kızı şeklinde şekerler yapılması, şair ve yazarların deniz kızını hayal ve benzetmelerinde kullanmaları deniz kızı efsanesinin Osmanlı toplumunda hem halk hem de aydınlar arasında bir karşılık bulduğunu göstermektedir.

## KAYNAKÇA

- Abdulkadiroğlu, A. (1985). Ser-güzeşt-nâme-i Fakir Be Azimet-i Tokat. *Türk Kültürü Araştırmaları* (Prof. Dr. İbrahim Kafesoğlu'nun Hâtırasına Armağan), XXIII (1-2), 75-91.
- Akdeniz, M. (2016). *Tab 'i'nin Mecmû'a-i Eş'ârı (İnceleme-Metin)*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Akkuş, M. (1991). *Nef'î Sanatı ve Türkçe Dîvânı (İnceleme-Karşılaştırmalı Metin)*. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Aksoyak, İ. H. (2018). *Gelibolulu Mustafa Âlî Dîvânı*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü Yayınları. 06.05.2020 tarihinde <https://ekitap.ktb.gov.tr/TR-208602/gelibolulu-mustafa-ali-divani.html> adresinden erişildi.
- Alî Seydî (1330). *Resimli Kâmûs-ı 'Osmânî* (c. 1). [İstanbul]: Matbaa ve Kütübhâne-i Cihân, Dârü'l-Hilâfeti'l-'Aliyye.
- Aypay, A. İ. (1992). *Nahifî Süleyman Efendi (Hayatı, Eserleri, Edebî Kişiliği ve Divanı'nın Tenkitli Metni)* (c. 2). Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Başpınar, F. (2008). *17. Yüzyıl Şairlerinden Beyânî'nin Divan'ı İnceleme-Tenkitli Metin*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Bilkan, A. F. (1997). *Nâbî Dîvânı* (c. 1). İstanbul: Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Demirkazık, H. İ. (2009). *18. YY. Şairi Mustafa Fennî Dîvân (İnceleme-Tenkitli Metin-Dizin)*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Doğan, G. (2010). *Edirneli Nazmî Dîvânı (Transkripsiyonlu Metin-İnceleme)*. Doktora Tezi, T.C. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
- Ebuzziyâ Tevfik (1306). *Lugat-i Ebuzziyâ*. Kostantîniyye [İstanbul]: Matbaa-i Ebuzziyâ.
- Ekici, H. (2006). *Sahhâf Rüşdî ve Divanı'nın Tenkitli Metni*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Ersoy, E. (2013). *Azîzî Dîvân*. İstanbul: Akademi Titiz Yayınları.
- Kaçalin, M. S. (2016). *Hüdâyî (Salâ Muslûsı) Dîvân*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Kahraman, S. A., Dağlı, Y., Dankoff, R., Kurşun, Z. ve Sezgin, İ. (2011a). *Evlîyâ Çelebi Seyahatnâmesi - 1, 1-6. Kitaplar; Evliyâ Çelebi b. Dervîş Mehemed Zillî*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kahraman, S. A., Dağlı, Y. ve Dankoff, R. (2011b). *Evlîyâ Çelebi Seyahatnâmesi - 2, 7-10. Kitaplar; Dizin, Evliyâ Çelebi b. Dervîş Mehemed Zillî*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Kaya, B. A. (2017). *Azmizâde Hâletî Dîvânı*. Sakarya: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü Yayınları. 06.05.2020 tarihinde <https://ekitap.ktb.gov.tr/TR-196456/azmizade-haleti-divani.html> adresinden erişildi.
- Kaya, H. (2009). *18. Yy. Şairi Âsaf ve Dîvânı (İnceleme-Tenkitli Metin-Dizin)* (c. 2). Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kılıç, F. (2010). *Âşık Çelebi, Meşâ'irü's-Şu'arâ: İnceleme-Metin* (c. 1). İstanbul: İstanbul Araştırmaları Enstitüsü Yayınları.
- Kurnaz, C. ve Tatçı, M. (2001). *Ümmî Divan Şairleri ve Enverî Divanı*. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Kutluk, İ. (1989). *Kınalı-zade Hasan Çelebi Tezkiretü's-Şuarâ* (c. 1), (2. bs.). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Kuzubaş, M. (2009). *Sâkinâme (Nev'i-zâde Atâyî)*. İstanbul: Etüt Yayınları.
- Mecmû'a-i Eş'âr*. (t.y.). Süleymaniye Yazma Eser Kütüphanesi, Ali Nihat Tarlan (Prof. Dr.) [Yazma] Koleksiyonu, No. 59-1.
- Mengi, M. (2014). *Mesîhî Dîvânı* (2. bs.). Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.
- Onay, A. T. (2009). *Açıklamalı Divan Şiiri Sözlüğü Eski Türk Edebiyatında Mazmunlar ve İzahı*. (Haz. Cemal Kurnaz), İstanbul: H Yayınları.
- Öztürk, M. ve Örs, D. (2009). *Burhân-ı Katı Mütercim Âsım Efendi* (2. bs.). İstanbul: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Parlatır, İ. ve Çetin, N. (2005). *Şinasî Bütün Eserleri*. Ankara: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Redhouse, J. W. (2006). *Turkish and English Lexicon, Shewing in English the Significations of the Turkish Terms*. (3. Edition). İstanbul: Çağrı Yayınları.
- Sinan, B. (2004). *Bâlî Çelebi ve Divanı (2b-35a) İnceleme-Metin*. Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.
- Şehdî. (t.y.). *Dîvân*. Süleymaniye Yazma Eser Kütüphanesi, Halet Efendi Ek Koleksiyonu, No. 147.
- Şentürk, A. A. (2019). *Osmanlı Şiiri Kılavuzu (Dâbbe-Düzgün)* (c. 3). İstanbul: Osmanlı Edebiyatı Araştırmaları Merkezi, Dün Bugün Yarın Yayınları.
- Tarlan, A. N. (1963). *Necati Beg Divanı*. İstanbul: Millî Eğitim Basımevi.
- Tıgılı, F. (2006). *Bursalı Rahmî Çelebi ve Divânı*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Toparlı, R. (2000). *Ahmet Vefik Paşa Lehce-i Osmânî*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tökel, D. A. (2016). *Divan Şiirinde Şahıslar Mitolojisi* (2. bs.). İstanbul: Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Yayınları.

- Tulum, M. ve Tanyeri, M. A. (1977). *Nev'î Divan Tenkidli Basım*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Uysal, A. (2010). *Hâfız Ahmed Paşa Divanı (Metin-İnceleme)*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yakar, H. İ. (2018). *Gelibolulu Sun'î Divânı*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü Yayınları. 06.05.2020 tarihinde <https://ekitap.ktb.gov.tr/TR-204115/gelibolulu-suni-divani.html> adresinden erişildi.
- Yazar, İ. (2006). *Kânî Divânı (İnceleme-Metin)*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Yekbaş, H. (2010). *Sehî Bey Divânı*. İstanbul: Kitabevi 436.
- Yüksel, M. (2018). *Süleymaniye Kütüphanesi 34 SÜ Tarlan 80/5 Numaralı Şiir Mecmuası (129b-203a)*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Elâzığ.
- Zavotçu, G. (2009). *Rıza Tezkiresi (İnceleme-Metin)*. İstanbul: Sahhaflar Kitap Sarayı.





## ÇANAKKALE'DE ZAFER ŞAM'DA SEVİNÇ: GİRİTLİ HAYRÎ'NİN ÇANAKKALE ŞİİRLERİ\*

### Victory in Gallipoli, Joy in Damascus: The Poems of Hayri of Crete about Gallipoli

Gönderim Tarihi / Received: 07.09.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 06.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.791310>

İsmail AVCI<sup>1</sup>

**ÖZ:** Bu çalışmada, Giritli Hayrî'nin Çanakkale'ye dair yazmış olduğu şiirler konu edilmiştir. Birinci Dünya Savaşı sırasında Mevleviler tarafından kurulan Mücahidîn-i Mevleviyye birliğine Kastamonu'dan katılan gönüllülerden biri olan şair, burada fahri yüzbaşı unvanıyla vakanüvis olarak görev yapmıştır. Şiirlerinde Hayrî mahlasını kullanan şairin bilinen tek eseri *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd*'dir. Hayrî'nin eserde yer alan Çanakkale savaşlarına dair üç şiiri dikkati çekmektedir. Bunlardan ilki 7 bentlik bir terki-i benttir. "Çanakkale'ye" başlıklı bu şiirde Hayrî savaş sırasında gösterilen kahramanlıklar vesilesiyle Çanakkale'yi övmüştür. İkinci şiir müseddes nazım şekliyle yazılmış bir tarih manzumesidir. Üçüncü şiir de bir tarih manzumesidir ve 2 beyitten oluşmaktadır. Çalışmada kısaca Mevlevi Alayı ve müellifin kimliği hakkında bilgi verildikten sonra şairin Çanakkale hakkında yazmış olduğu şiirler üzerinde durulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Giritli Hayrî, Mevlevi Alayı, Çanakkale, Zafer, Şiir.

**ABSTRACT:** The subject of this review is the poems written by Hayrî of Crete about Gallipoli. Being one of the volunteers participating from Kastamonu to Mücahidîn-i Mevleviyye, the poet had served there as a state chronicler in the capacity of an honorary lieutenant. Using Hayrî in his poems as his pen name, the only known work of the poet is called *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd*. Three poems about the battles in Gallipoli as contained in the work by Hayrî are particularly significant. The first of such poems is in the form of a "terki-i bent" with 7 passages. The second poem is a historic poem written in the literary form of "müseddes". The third poem is also a historic poem and consists of 2 couplets. In this review, brief information about Mevlevi Regiment and the author is provided and then the poems written by the author on Gallipoli are discussed in further detail.

**Keywords:** Hayrî of Crete, Mevlevi Regiment, Gallipoli, Victory, Poem.

\* Giritli Hayrî'nin *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd* adlı eserinde bulunan Çanakkale konulu şiirleri esas alan bu çalışma doğrudan metne dayalı bir çalışmadır ve etik kurul izni gerektirmemektedir.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, ismailavci@balikesir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9282-1468>

## GİRİŞ

Türk tarihinin dönüm noktalarından olan Çanakkale Savaşları deniz ve kara harekâtı olmak üzere iki aşamada gerçekleşmiştir. İngiliz ve Fransızların basını çektiği İtilaf Devletlerinin 3 Kasım 1914'te denizden başlattıkları harekât, birçok kez ve farklı mevkiilerden girilen taarruzlarla yaklaşık beş ay kadar devam etmiş ancak Türk ordusunun güçlü direnişi sayesinde geri püskürtülmüştür. İşgal kuvvetlerinin bütün savaş gemilerini kullanarak denizden yaptıkları son büyük saldırı 18 Mart 1915 tarihinde olmuştur. Ancak Çanakkale Boğazı'nın Türk askerince her iki taraftan ateş altına alınması ve Boğaz'a giren düşman gemilerinin önceden döşenmiş mayınlara çarparak batması deniz savaşlarını sona erdirmiş ve İtilaf Devletleri başarısız olarak savaş alanından çekilmek zorunda kalmıştır. Denizden ilerleme sağlayamayan düşman birlikleri bu defa kara harekâtına girişmiş; İngiliz, Fransız, Avustralya ve Yeni Zelanda askerlerinden oluşan kuvvetli bir orduyla saldırıya geçmiştir. Arıburnu, Seddülbahir ve Anafartalar'daki şiddetli çarpışmaların neticesinde İtilaf Devletleri askerleri yine başarısızlığa uğramış ve 8-9 Ocak 1916 tarihlerinde bölgeden tamamen çekilmiştir. Bir yıldan fazla süren Çanakkale Savaşları, Birinci Dünya Savaşı'nın seyrini değiştirip uzamasına sebep olmuş, Çarlık Rusya'sının çöküşünü hızlandırmış, İngiltere'de hükûmet değişikliği sonucunu doğurmuştur. Çanakkale'de elde edilen zafer Müslüman coğrafyada büyük bir sevinçle karşılanmış ve Türk edebiyatında bu zaferi konu alan çok sayıda manzum ve mensur eser yazılmıştır. Bu eserlerden bir kısmı savaşın devam ettiği zamanların ürünüdür (Kurşun, 1993: 206-7; Uzun, 1993: 208). Manzum olanlardan devrin padişahı Sultan Mehmed Reşad'ın (1909-1918) 5 beyitlik meşhur gazeli ve bu gazele yazılan 30 tahmis (Doğan ve Tıgılı, 2005: 41-96) ile Mehmet Akif Ersoy'un *Safahat*'ta yer alan Çanakkale şehitlerini konu ettiği şiiri bu anlamda ilk akla gelen eserlerdendir.<sup>2</sup> Çanakkale'ye dair şiir yazmış isimlerden biri de Giritli Hayrî'dir.

## GİRİTLİ HAYRÎ VE MİSİR YOLUNDA İLHÂMÂT-I CİHÂD ADLI ESERİ

Giritli Hayreddin el-Mevlevî<sup>3</sup>, hakkında çok az bilgiye sahip olduğumuz son dönem Mevlevî müelliflerinden biridir. Şiirlerinde Hayrî mahlasını kullanan şairin *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd* adlı bir eseri vardır. Bu eserden anlaşıldığı

<sup>2</sup> Çanakkale'de verilen mücadele ve kazanılan zaferin edebî sahadaki yansımaları için Enfel Doğan ve Fatih Tıgılı'nın yukarıdaki makalesinden başka şu çalışmalara bakılabilir: (Enginün, 1987: 111-29; Uzun, 1993: 208-9; Kaplan, 1994: 203-210; Çakır, 2004; Güzel, 2015).

<sup>3</sup> Giritli Hayreddin el-Mevlevî hakkında bilgi verilirken daha önce tarafımızca yayımlanan "Kastamonu'dan Şam'a: Mevlevî Alayı Gönüllülerinden Giritli Hayrî ve Manzum Seyahatnamesi" başlıklı makaleden faydalanılmıştır.

kadarıyla Hayrî, Birinci Dünya Savaşı sırasında Mevleviler tarafından kurulan Mücahidîn-i Mevleviyye Alayı’na katılan gönüllülerden biridir. Burada fahri yüzbaşı unvanıyla vakanüvis olarak görevlendirilen müellifin adı, eserin mukaddimesinde Hayreddin Ca’fer olarak kayıtlıdır. Adındaki “Giritli” ifadesinden müellifin aslen Girit Adası’ndan olduğu anlaşılmaktadır. Bundan başka Gönüllü Mevlevi Alayı’na Kastamonu Mevlevihanesi’nden katılmasından da Anadolu’ya geldikten sonra (en azından belli bir süre) orada yaşadığı sonucu çıkmaktadır. Eserinden öğrenilebildiği kadarıyla Hayrî, 15 Kânunuevvel 1330 (28 Aralık 1914) tarihinde Âmil Çelebi ve diğer 28 gönüllüyle Kastamonu’dan ayrılmış, Mevlevilerin toplanma merkezi Konya üzerinden Şam’a ulaşmıştır. Müellif baştan sona manzum olan *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd* adlı eserinde bu yolculuk sırasında şahit olduğu bazı olayları anlatmıştır. Hayrî’nin savaş sonrası ne yaptığı, nerede yaşayıp vefat ettiği hakkında bilgi yoktur. Giritli Hayreddin el-Mevlevî’nin elde bulunan tek eseri olan *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd*, 1334 (1918) yılında Şam’da Terakkî Matbaası’nda basılmıştır. Giritli Hayreddin eseri marifet göstermek için değil vatana ve millete hizmet etmek için yazmıştır. Şair kapakta yer alan üç beyitlik kıtada eseri niçin, nasıl ve nerede yazdığını şöyle dile getirmiştir:

*Sânihâtım pek mukaddes bir gazâ mevlûdudur  
Gördi göz hiss itdi dil yazdı kalem ol tercümân*

*Var ise bir kıymeti ciddiyetidir şübhesiz  
Mısır râhında yazıldı beher evlâd-ı vatan*

*Pâdişâhım ehl-i İslâm milletim olsun ilâh  
Feyz-i peygamberle gâlib kâmkâr u şâdmân (iç kapak)*

[Aklıma gelip yazıverdiğim şiirler çok mukaddes bir gazanın ürünüdür. Gözüm gördü, gönlüm hissetti, kalem de yazarak onlara tercüman oldu. (Yazdıklarımın) bir kıymeti varsa o da şüphesiz ciddiyetidir. Mısır yolunda her bir vatan evladı için yazıldılar. Ey Rabbim! Padişahım, Müslümanlar ve milletim peygamberin feyziyle galip gelsinler, mutlu ve şen olsunlar.]

133 sayfalık eserde toplam 39 şiir vardır. Şiirlerden ikisi dışındakiler klasik Türk şiirinin nazım şekilleriyle kaleme alınmıştır. Eserin muhtevası şöyledir: Mukaddime, naat, “Erenler Gönüllüsü” (Veled Çelebi), Mevlana ve Mevlevilik, Sultan Mehmed Reşad, Güzergâh üzerindeki şehirlerde okunan nutuklar / bu şehirlere veya halkına yazılmış şiirler (Kastamonu, Kangırı / Çankırı, Kalecik, Ankara, Konya, Çanakkale, Mısır, Şam, Halep), devlet adamları (Dördüncü Ordu Kumandanı Vekili Fahrî Paşa, Sekizinci Kolordu Asker Alma Kalemi Reisi Hüsnî Paşa, Bahriyye Nazırı ve Dördüncü Ordu Kumandanı Cemâl Paşa,

Menzil Müfettişi Kâzım Bey, Baş Kumandan Vekili ve Harbiye Nâzırı Enver Paşa), devrin hükûmeti, çeşitli olaylar (Konya'da İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından Bağdat Oteli'nde verilen ziyafet gecesi, Kanal'da icra edilen taarruzun sene-i devriyesi, Ramazan bayramı tebriki vs.), tarih manzumeleri, hatime ve i'tizar (Avcı, 2019: 3-6).

## GİRİTLİ HAYRÎ'NİN ÇANAKKALE KONULU ŞİİRLERİ

Çanakkale'ye dair şiir yazmış isimlerden biri olan Giritli Hayrî'nin Gönüllü Mevlevi Alayı'na katılmak üzere bir grup Mevleviyle birlikte Kastamonu'dan çıkıp (28 Aralık 1914) Çankırı (1 Şubat 1915), Kalecik (2 Şubat 1915), Ankara (5 Şubat 1915), Konya (26 Şubat 1915), Halep (12 Mart 1915) üzerinden cepheye, yani Şam'a (27 Mart 1915) vardığı tarihler (Avcı, 2019: 17-21), Çanakkale'de savaşın şiddetlendiği, işgal kuvvetlerinin Osmanlı'ya karşı var gücüyle saldırdığı tarihlerdir. Müellifin *Mısır Yolunda İlhamât-ı Cihâd* adlı eserinde Çanakkale'yi konu alan üç şiiri vardır. Bu şiirler ve şiirlerle ilgili bazı hususlar şöyledir:

### “Denizler Hâkimi Bir Bâb”: Çanakkale

Giritli Hayrî'nin eserinde yer alan Çanakkale'yle ilgili ilk şiiri “Çanakkale'ye” başlığını taşımakta ve 7 bentten oluşmaktadır. Şiirin kafiye düzeni, son iki mısrası diğer mısralardan bağımsız kafiyeli olarak “aaaavv, bbbbyy, ccccz...” şeklindedir. Haluk İpekten bu tür kafiye düzenine sahip Nâilî'nin bir şiirini, “son iki mısrası kafiyeli” müseddes olarak kabul etmiştir (İpekten, 2002: 104-7). Cemal Kurnaz ve Halil Çeltik ise aynı şiirin terkib-i bent olduğunu belirtmişler ve bu tür şiirlerde nazım şeklini belirleyen unsurun bentlerdeki mısra sayısı değil bentleri birbirine bağlayan vasıta mısralarının kafiye düzeni olduğunu ileri sürmüşlerdir (Kurnaz ve Çeltik, 2013: 311-2). Diğer taraftan Nâilî'ye ait bu şiiri Halil Erdoğan Cengiz musammatlarla ilgili yazısında müseddes başlığı altında örnek olarak almış ve şiirin, İran edebiyatındaki bu tür şiirlerin tanımından hareketle küçük bir terkib-i bent sayılan murabba-bent olarak adlandırılabileceğini söylemiştir (Cengiz, 1986: 361-2). Bu bilgiler ışığında şiiri kafiyesine bakarak bir terkib-i bent örneği olarak kabul etmek mümkündür. Şiir “mefâ'ilün mefâ'ilün mefâ'ilün mefâ'ilün” vezniyle kaleme alınmıştır. Muhtevasından Çanakkale'de savaşın devam ettiği zamanlarda yazıldığı anlaşılmaktadır. Hayrî'nin de içinde bulunduğu Gönüllü Mevlevi Alayı 26 Şubat 1915 Cuma günü Konya'dan trenle cepheye uğurlanmış ve Karaman, Tarsus (28 Şubat), Adana (3 Mart), Osmaniye (4 Mart), Islahiye (9 Mart), Halep (12 Mart) güzergâhını izleyerek Şam'a (27 Mart) varmıştır (Avcı, 2019: 2). Henüz zafer haberi gelmediğine göre şair eserini bu tarihlerde yazmış olmalıdır. Şiir şöyledir:

### 1. bent:

Çanakkal'a seniñ pîrâye-i 'ömr-i şerefâdârîñ  
Hilâl-i pür-fürûğ-ı 'arş-ı 'Osmânî-i mecd-âgîn  
Çanakkal'a seniñ ser-mâye-i câvîd-i şân-bârîñ  
Cünûd-ı şîr-zâd-ı hazret-i sultân-ı 'adl-âyîn  
Çanakkal'a bizimsiñ cism-i pâkiñ tuhfe-i ecdâd  
Çanakkal'a seniñ çün hûnını îsâr ider ahfâd (s. 101)

[Çanakkale! Yüce Osmanlı'nın arşında parlayan hilal, senin şerefli ömrünün süsüdür. Adaletli yüce padişahın arslan yaradılışlı askerleri, senin şanla dolu ebedî sermayendir. Çanakkale! Sen bizimsin, temiz cismin ecdadın armağanıdır. (Bu ecdadın) torunları senin için kanını döker.]

### 2. bent:

Der-i taht u hilâfetsiñ deñizler hâkimi bir bâb  
Kilîdü'l-bahr 'unvânîñ makâmîñ hârik u pür-tâb  
Seni teshîre sâ'î cevş-i a'dâ 'âciz ü bî-tâb  
Seni hıfz eyleyen kuvvet 'atâ-yı hazret-i Vehhâb  
Çanakkal'a hayât-ı devlete rûh-ı muhalledsiñ  
Çanakkal'a hilâfet mülküne mihr-i mü'ebbedsiñ (s. 101)

[Hilafet ve tahtın yolu senden geçer, denizler hâkimi bir kapısın. Unvanın "denizin kilidi"<sup>4</sup>, makamın yakıcı ve ışıkla doludur. Seni aldatıp ele geçirmek isteyen düşman ordusu âciz ve güçsüzdür. Seni koruyan kuvvet, çeşit çeşit nimetler bağışlayan yüce Allah'ın ihsanıdır. Çanakkale! Devletin varlığı için ebedî ruhsun, hilafet mülküne (doğmuş) sonsuz güneşsin.]

### 3. bent:

Hisârîñ feyz-i fitratla müşeyyed kal'a-i kakhâr  
Türâbîñ hûn-ı evlâd-ı vatanla câ-be-câ nevâr  
Zemîniñ âsumânîñ bahriñ ekvâna celâlet-bâr  
Yegâne mevki'-i 'ulvî-i 'âlemsiñ celâdetzâr  
Çanakkal'a seni takdîs ider eflâk ser-tâ-ser  
Çanakkal'a melâ'ik hâkiñe îsâr ider cevher (s. 101-2)

[Hisarın, yaradılışından gelen bereketle sağlamlaşmış kahredici bir kaledir. Toprağın vatan evladının kanıyla yer yer nurlanmıştır. Zeminin, göğün ve de-

<sup>4</sup> Burada doğal olarak Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılan Kilitbahir Kalesi de kastedilmektedir.

nizin bütün varlıklara büyüklük gösterir. Âlemin kahramanlıkla bilinen tek yüce yerisin. Çanakkale! Felekler baştan başa seni kutsar, melekler toprağına mücevher saçar.]

4. bent:

*Mücevhersîñ mu'attarsîñ hilâfet tahtına zîver  
Mübeccelsîñ muvakkarsîñ vatan âfâkına efser  
Sen olmazsañ vatan kalmaz vatan evlâdı bî-mâder  
Kalır dîn-i Muhammed ehli mahzûn u keder-perver  
Çanakkal'a garâm-ı lâ-yezâl-i kalb-i ümmetsîñ  
Çanakkal'a gîdâ-yı fahr u şân-ı rûh-ı milletsîñ (s. 102)*

[Mücevher (gibi kıymetli)sin, güzel kokulusun, (bu hâlinle) hilafet tahtına bir süssün. Yücesin, vakarlısın, (böylece) vatanın ufuklarına taçsın. Sen olmazsan vatan kalmaz, vatan evladı anasız kalır, Müslümanlar mahzun ve kederli olur. Çanakkale! Ümmetin kalbindeki bitmeyen sevdasin, millet ruhundaki şanın ve övücün kaynağısın.]

5. bent:

*Emîn ol savlet-i a'dâ-yı bî-dîn ü mürüvvetden  
Emîn ol âteş-i cân-sûz-ı bed-h<sup>v</sup>âhân-ı devletden  
Zahîriñ intikâm-ı ümmet oldukca esâretden  
Berîsîñ gam yime millet çekinmez her i'ânetden  
Çanakkal'a bizimsîñ Müslimîn hâmî-i ikbâlîñ  
Çanakkal'a bizimsîñ sermedîdir nûr-ı iclâlîñ (s. 102)*

[İnsaniyetsiz ve dinsiz düşmanın saldırısından, devletin kötülüğünü isteyenlerin verdikleri kederin ateşinden emin ol. Yardımcın ümmetin intikamı oldukça esaret görmezsin. Üzülme, millet her türlü yardımı yapar, çekinmez. Çanakkale! Bizimsin, Müslümanlar bahtının/saadetinin koruyucusudur, kudretinin nuru ebedîdir.]

6. bent:

*Seni besler dimâ'-i la'l-gûn ile cünûd-ı şâh  
Seni bekler cenâñıyla koca bir millet-i âgâh  
Saña te'sîr itmez seyf ü nâr-ı düşmen-i bed-h<sup>v</sup>âh  
Seni hıfz eyliyor feyz-i peyem-ber hazret-i Allâh  
Çanakkal'a mu'azzam tulsım-ı genc-i hilâfetsîñ  
Çanakkal'a bize mahsûs kufl-i sermediyyetsîñ (s. 102-3)*

[Padişahın askerleri kırmızı renkli kanlarıyla seni besler, uyanık koca bir millet gönülden seni bekler. Senin kötülüğünü isteyen düşmanın ateşi ve kılıcı sana tesir etmez (çünkü) yüce Allah’ın ve peygamberin bereketi seni koruyor. Çanakkale! Hilafet hazinesinin azametli sihrisin (hazineleri koruyan büyü), bize mahsus ebedî kilitsin.]

7. bent:

*Çanakkal’a şükûhuñ i’tilâ-yâb oldı necdetle  
Çanakkal’a gurûr it savlet-i cünd-i hilâfetle  
Çanakkal’a cihân-gîr oldı nâmıñ seyf-i satvetle  
Çanakkal’a mu’ammer ol ebed rûh-ı diyânetle  
Çanakkal’a seni te’bîd için hep şanlı kurbânuz  
Çanakkal’a seni i’lâ için yek-dil nighbânuz (s. 103)*

[Çanakkale! Ululuğun (gösterdiğin) kahramanlıkla (bir kat daha) yükseldi. Çanakkale! Hilafet askerlerinin hücumuyla gururlan, namın ezici kuvvetteki kılıcınla cihangir (dünyayı ele geçiren) oldu. Çanakkale! Dinin ruhuyla sonsuza kadar ömür sür. Çanakkale! Seni ebedileştirmek için sana hep şanlı kurbânuz, seni yüceltmek için tek yürek bekçiniz.]

Hayrî şiirde Çanakkale’yi çeşitli vasıflarıyla övmüştür. Bentlerin sonundaki mısralarda Çanakkale’ye seslenilmesi şiirin ahengini ve tonunu artıran unsurlardandır. Özellikle son bentte her mısranın başında yer alan hitabı, Çanakkale’ye duyulan sevgi ve coşkunun tezahürü olarak görmek gerekir. İkinci bendin başındaki “*Der-i taht u hilâfetsiñ denizler hâkimi bir bâb / Kilidü’l-bahr ‘unvânıñ makâmıñ hârık u pür-tâb*” (Hilafet ve tahtın yolu senden geçer, denizler hâkimi bir kapısın. Unvanın ‘denizin kilidi’, makamın yakıcı ve ışıkla doludur.) ifadeleri Çanakkale’nin Türkler için önemini vurgulaması bakımından dikkat çekicidir. Buna benzer ifadeler altıncı bentte de geçer: “*Çanakkal’a mu’azzam tılsım-ı genc-i hilâfetsiñ / Çanakkal’a bize mahsûs kufl-i sermediyyetsiñ*” (Çanakkale! Hilafet hazinesinin azametli sihrisin, bize mahsus ebedî kilitsin.). Burada hilafetten kasıt halifeliği de uhdesinde bulunduran padişah, dolayısıyla idare, yani devlet olmalıdır. Bir sonraki şiirde de geçtiği üzere aslında asıl hedef devletin kalbi İstanbul’dur. Bu durumda Çanakkale kapısının geçilmesi demek vatanın düşmesi demektir. Şair bunu dördüncü bentte, “*Sen olmazsañ vatan kalmaz vatan evlâdı bî-mâder / Kalır dîn-i Muhammed ehli mahzûn u keder-perver* (Sen olmazsan vatan kalmaz, vatan evladı anasız kalır, Müslümanlar mahzun ve kederli olur.) mısralarıyla da dile getirmiştir. Şairin ifadesiyle Çanakkale dünyada kahramanlığıyla bilinen tek yerdir (*Yegâne mevki’-i ‘ulvî-i ‘âlemsiñ celâdetzâr*). Çok dar bir alanda şiddetli çarpışmaların olduğu Çanakkale’de düşmanın ezici gücüne



rağmen savaşın kazanılması, gerçekten bir kahramanlık gösterilmesi ona bu vasfı kazandırmıştır. Birinci Dünya Savaşı sırasında Osmanlı birlikleri birçok cephede savaşmıştır ancak Çanakkale cephesi bu savaşın sembol mekânlarından biri olmuştur. Bu mekânın Türklere aidiyeti ve sahiplenilmesi bakımından şairin şu mısraları dikkate değerdir: *Çanakkal'a bizimsiñ Müslimîn hâmi-i ikbâliñ / Çanakkal'a bizimsiñ sermedîdir nûr-ı iclâliñ* (Çanakkale! Bizimsin, Müslümanlar bahtının / saadetinin koruyucusudur, kudretinin nuru ebedîdir.).

### Şam'da Muhteşem Bir Zafer Kutlaması ve Zafere Tarih

Giritli Hayrî'nin eserinde yer alan Çanakkale'yle ilgili şiirlerden ikincisi dört bentten oluşan mütekerrir bir müseddestir. Kafiye düzeni "aaaaA, bbbAA, cccAA..." şeklinde olan şiir "fâ'ilâtün fâ'ilâtün fâ'ilün" vezniyle kaleme alınmıştır. Tekrar mısrası "*Vay perişân kaçdı a'dâ leşkeri*" olan müseddes aynı zamanda bir tarih manzumesidir. "*Hayriyâ şu mısra'ım târîh-i tâm*" mısrasından anlaşıldığı üzere takip eden mısra tam tarihi, yani 1334 (1915) yılını vermektedir. Her bendin sonuna da mısranın tekrar etmesine istinaden 1334 (1915) yılı yazılmıştır. Başta yer alan açıklayıcı başlığa göre şiir, Çanakkale'de elde edilen zaferin müjdesini takiben Şam'da yapılan muhteşem tören münasebetiyle yazılmış ve tebrik merasimi sırasında Dördüncü Ordu komutanı olarak burada bulunan Cemâl Paşa'ya (1872-1922) takdim edilmiş bir zafer manzumesidir: "*Çanakkal'a Muzafferiyyeti Tebşîrini Müte'âkib Şâm-ı Şerîf'de İcrâ Kılman Muhteşem İhtifâl Münâsebetiyle Tanzîm İdilüp Merâsim-i Tebrikiyye Esnâsında Devletlû Cemâl Paşa Hazretlerine Takdîm İdilen Terâne-i Zafer*" Söz konusu şiir şöyledir:

#### 1. bent:

*Zabt idi İstanbul'ı maksadları*

*Fransız İngiliz dökdi kan sîm ü zeri<sup>5</sup>*

*Hükmüne râm eylemiş bahr u beri*

*Ordumuz itdirdi bir soldan geri*

*Kahkarî oldı bu ric'at kahkarî*

*Vay perişân kaçdı a'dâ leşkeri* (s. 111)

[Maksatları İstanbul'u zapt etmektir, Fransız ve İngilizler kan döktüler, (başarılı olmak için) gümüş ve altın akıttılar. Karayı ve denizi hükümleri altın almışlardı. Ordumuz sol koldaki düşmanı geri püskürttü, bu geri dönüşleri aniden oldu. Vay! Düşman askeri perişan bir şekilde kaçtı.]

<sup>5</sup> Vezin aksamaktadır.

## 2. bent:

*Bir mezâristân Çanakkal'a bugün  
Şân kazandık düşmen oldı ser-nigûn  
Sînemiz îmân ile necdet-nümûn  
Harbimiz nâmûs için Allâh için  
Süngümüzle kovduk a'dâyı bütün  
Vay perîşân kaçdı a'dâ leşkeri (s. 111)*

[Çanakkale bugün bir mezarlıktır. Şân kazandık, düşman baş aşağı oldu. Göğsümüz iman ile kahramanlık göstermektedir. Savaşımız namus için, Allah içindir. Süngümüzle düşmanının tamamını kovduk. Vay! Düşman askeri perişan bir şekilde kaçtı.]

## 3. bent:

*Ağlıyor mâtem içinde i'tilâf  
Necm-i bahtı eylemişdir inkisâf  
Eylemez artık zaferle inkişâf  
Eyliyor 'âlem şu bahşi i'tirâf  
Pek yakın düşmende kanlı ihtilâf  
Vay perîşân kaçdı a'dâ leşkeri (s. 112)*

[İtilaf Devletleri matem içinde, ağlıyorlar. Bahtlarının yıldızı sönmüştür, artık zaferle ortaya çıkamaz. Bütün dünya pek yakında düşmanlar arasında kanlı bir anlaşmazlığın meydana geleceği ihsanını itiraf ediyor. Vay! Düşman askeri perişan bir şekilde kaçtı.]

## 4. bent:

*Müslimân kalbi serîr-i intikâm  
Dîn için her 'usrı eyler iktihâm  
İttihâd ile ider cenge devâm  
'Arsa-i heycâ bize dârü's-selâm  
Hayriyâ şu mısra'im târîh-i tâm  
Vay perîşân kaçdı a'dâ leşkeri (s. 112)*

[Müslümanların kalbi intikamın tahtıdır, onlar din için her zorluğa göğüs gererler. Birlik olup savaşa devam ederler, savaş meydanı bize cennettir. Ey Hayrî, şu mısram tam tarihtir: Vay perişan kaçdı a'dâ leşkeri.]

Zaferin kazanılmasından sonra kaleme alınan bu tarih manzumesine şair Fransız ve İngilizlerin asıl maksatlarının İstanbul'u almak olduğunu dile getirerek başlamıştır. Onlar Çanakkale'yi geçmek için bütün maddi güçlerini kullanmışlardır lakin bunu başaramamışlar ve aniden dönüp kaçmak zorunda kalmışlardır. Şiirde geçen Çanakkale'nin savaş sonrası bir mezarlığı andırması, savaşın namus ve Allah için olması, mücadelenin iman gücüyle verilmesi, düşmanın kendi içinde anlaşmazlığa düşeceği ümidi ve savaş meydanının Müslümanlar için cennet olarak kabul edilmesi dikkati çeken hususlardır.

### Zafere İkinci Tarih

Hayrî'nin *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd* adlı eserinde yer alan Çanakkale konulu üçüncü şiir bir tarih kıtasıdır. Bir önceki şiirin tarih manzumesi olmasına atfen "Diğer" başlığıyla eserde yer alan iki beyitlik kıta "mefâ'îlün mefâ'îlün mefâ'îlün mefâ'îlün" vezniyle kaleme alınmıştır. Kıta, ilk mısradaki "müjde-i nusret" (zafer müjdesi) ifadesinden de anlaşılacağı üzere Çanakkale'de zaferin kazanılması üzerine nazmedilmiştir. Tarih mısrası olan son mısranın ebceci değeri 1335'tir, "Çıkup bir nâkış..." ifadesindeki "bir" çıkarılınca Çanakkale'de zaferin kazanıldığı 1334 (1915) yılına ulaşılmaktadır. Tarih kıtası şöyledir:

*Alınca müjde-i nusret muzaffer şâh-ı gâzîniñ*

*Tekevvün itdi bir târih-i rengîn eşk-i fahrimden*

*Çıkup bir nâkış itdi atlas-ı gerdûna şöyle resm*

*Hicâb-ı kahkarîyle kaçdı Seddü'l-bahr'den düşmen* (s. 112)

[Muzaffer, gazi padişahın zafer müjdesini alınca övünç / mutluluk gözyaşından renkli / hoş bir tarih ortaya çıktı. "Bir" ressam çıkup dünyaya şöyle bir resim yaptı: Düşman geri çekilmenin utancıyla Seddülbahir'den kaçtı.]

Doğrudan zaferi konu alan iki beyitlik tarih kıtasında zafer, gelenek gereği devletin başı olarak padişaha ait bir kazanç olarak gösterilmiş, bu başarı nedeniyle şairin sevinç gözyaşlarından güzel bir tarih şiiri ortaya çıkmıştır. Tarih mısrasındaki "*Hicâb-ı kahkarîyle kaçdı Seddü'l-bahr'den düşmen*" (Düşman geri çekilmenin utancıyla Seddülbahir'den kaçtı.) mısrasıyla bir önceki şiirde yer alan "*Kahkarî oldı bu ric'at kahkarî / Vay perîşân kaçdı a'dâ leşkери*" (... bu geri dönüşleri aniden oldu. Vay! Düşman askeri perişan bir şekilde kaçtı.) mısralarında vurgulanan "düşmanın korkarak kaçması" ifadeleri arasındaki paralellik gözden kaçmamaktadır.

## SONUÇ

Giritli Hayrî’nin *Mısır Yolunda İlhâmât-ı Cihâd* adlı eserinde yer alan Çanakkale konulu üç şiirinden söz eden bu çalışma neticesinde şunlar söylenebilir:

1. Türk tarihinin dönüm noktalarından olan Çanakkale Savaşları sonunda elde edilen zafer Müslümanlar tarafından büyük bir sevinçle karşılanmış ve Türk edebiyatında bu zaferi konu alan çok sayıda eser yazılmıştır.
2. Birinci Dünya Savaşı sırasında Mevleviler tarafından kurulan Mücahidîn-i Mevleviyye Alayı’na katılan gönüllülerden olan Giritli Hayreddin el-Mevlevî de Çanakkale’ye dair şiir yazan isimlerden biridir. Bu şiirlerden ilki bir terki-i benttir ve 7 bentten oluşmaktadır. Muhtevasından anlaşıldığı kadarıyla şiir Çanakkale’de savaşın devam ettiği dönemde kaleme alınmıştır. İkinci şiir 4 bentlik bir mütekerrir müseddestir. Bu müseddes Çanakkale’de elde edilen zafer müjdesi sonrası düzenlenen törende okunmuştur. Üçüncü şiir zafer için tertip edilmiş iki beyitlik bir tarih kıtasıdır.
3. Giritli Hayrî’nin eserinde yer alan Çanakkale’yle ilgili 7 bentlik ilk şiirin kaifiye düzeni, son iki mısrası diğer mısralardan bağımsız kafiyeli olarak “aa-aavv, bbbbyy, cccczz...” şeklindedir. İlk bakışta müseddes gibi görünmekle birlikte kafiyesine göre şiiri bir terki-i bent olarak kabul etmek mümkün görünmektedir. Bu kaifiye düzeni metinlerde sık rastlanan örneklerden değildir.
4. Şiirlerin Allah, asker, bizimsin, cenk, Çanakkale, devlet, din, düşman, ebedî, eccdat, hilafet, iman, ittihat, melek, millet, Muhammed, mülk, namus, ordu, padişah, satvet, savlet, şan, şeref, ümmet, vatan, zafer gibi değer ve durum ifade eden kelime ve kavramlar üzerinden kurgulandığı görülmüştür.
5. Giritli Hayrî her bakımdan savaşı yaşamış bir isimdir. Bir gönüllü olarak müellifin çetin kış şartlarında Kastamonu’dan başlayıp Şam’a kadar süren yolculuğunda ve daha sonra cephede kaleme aldığı şiirlerinin genelinde samimi bir Müslüman ve riyasız bir vatansever tavrı açıkça görülmektedir. Çanakkale’ye dair şiirlerinde de aynı tavır vardır. Nitekim şair daha eserin en başında şiirlerini “marifet göstermek için değil vatana ve millete hizmet etmek için” yazdığını ifade etmiştir. Böylece düşünceden uygulamaya bu samimiyet görünür olmuştur.

## KAYNAKÇA

- Avcı, İ. (2019). Kastamonu'dan Şam'a: Mevlevi Alayı Gönüllülerinden Giritli Hayrî ve Manzum Seyahatnamesi. *Gazi Türkiyat Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, 24 (Bahar), 1-22.
- Cengiz, H. E. (1986). Divan Şiirinde Musammatlar. *Türk Dili, Türk Şiiri Özel Sayısı II (Divan Şiiri)*, 415-416-417 (Temmuz-Ağustos-Eylül), 291-429.
- Çakır, Ö. (2004). *Türk Şiirinde Çanakkale Muharebeleri*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.
- Doğan, E., Tıgılı, F. (2005). Sultan V. Mehmed Reşad'ın Çanakkale Gazeli ve Bu Gazele Yazılan Tahmisler. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi TDE Dergisi*, 33 (33), 41-96.
- Enginün, İ. (1987). Çanakkale Zaferinin Edebiyata Aksisi. *Marmara Üniversitesi Türklük Araştırmaları Dergisi*, 2, 111-29.
- Güzel, A. (2015). *Yaşayanların ve Savaş Meydanlarını Görenlerin Kaleminden Çanakkale*. Ankara: Keçiören Belediyesi.
- İpekten, H. (2002). *Eski Türk Edebiyatı Nazım Şekilleri ve Aruz*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Kaplan, M. (1994). Çanakkale Savaşı, *Türk Edebiyatı Üzerinde Araştırmalar 2*. 203-210, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Kurnaz, C., Çeltik, H. (2013). *Divan Şiiri Şekil Bilgisi*, Ankara: Kurgan Edebiyat.
- Kurşun, Z. (1993). Çanakkale Muharebeleri, *İslam Ansiklopedisi*. 205-8, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Uzun, M. (1993). Çanakkale Muharebeleri (Edebiyat), *İslam Ansiklopedisi*. 208-9, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

# TÜRKİYE'DE GÖRSEL SANATLAR EĞİTİMİNDE ARAŞTIRMA VE YÖNELİMLER: 2000-2018 DÖNEMİ MAKALELERİN İÇERİK ANALİZİ\*

## Research and Approaches in Visual Arts Education in Turkey: 2000-2018 Term Content Analysis of Articles

Gönderim Tarihi / Received: 13.04.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 03.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.719793>

Sehran DİLMAÇ<sup>1</sup>

**ÖZ:** Bu çalışmada 2000-2018 yılları arasında ülkemizde gerçekleştirilen görsel sanatlar eğitimi alanında yapılmış olan makalelerdeki araştırma eğilimlerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, bir araştırma yöntemi olarak eğitimin farklı alanlarında sıklıkla kullanılmaktadır. Özellikle metinlerde veya metin kümelerinde belirli kelimeleri veya kavramları belirleyebilmek için kullanılan bir yöntemdir. Çalışmada Sosyal Bilimler alanında veya Güzel Sanatlar eğitimi alanında yayın yapan ULAKBİM veri tabanında bulunan 35 dergi ve bu kapsamda yayın olan 185 makale analiz kapsamında incelenmiştir. Bu araştırma konusuyla sanat eğitimi alanında araştırma eğilimlerini ortaya koyarak, alana yönelik yapılacak olan araştırmalar için bir yol haritası hazırlamaya katkıda bulunmak amaçlanmıştır. Elde edilen bulgular ışığında 2000-2018 yıllarında yayınlanmış olan makalelerin sayılarında son sekiz yılda dengeli bir artışın olduğu, büyük bir çoğunluğunun tek yazarlı olduğu, desen olarak nicel araştırma tekniklerinden betimsel tarama yönteminin daha çok tercih edildiği, veri toplama aracı olarak ise likert tipi ölçeklerin kullanıldığı belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sanat Eğitimi, Bilimsel Araştırma, İçerik Analizi.

\* Bu araştırma anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülmediği, insan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılmadığı ayrıca insanlar üzerinde yapılan klinik bir araştırma olmaması, hayvanlar üzerinde yapılan bir araştırma olmaması ve bunların yanı sıra kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışma olmaması nedeniyle etik kurul izni alınmamıştır.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi/Sanat ve Tasarım Fakültesi/Temel Sanat Eğitimi Bölümü [sehran.dilmac@ikcu.edu.tr](mailto:sehran.dilmac@ikcu.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0003-4934-6048>

**ABSTRACT:** In this research, it was aimed to analyze the research trends in articles made in the field of visual arts education conducted between 2000-2018 in Turkey. Content analysis method was used in the research. Content analysis is frequently used in different areas of education as a study method. It is a method used to identify specific words or concepts, especially in texts or sets of text. In the research, 35 journals and 185 articles published in ULAKBİM database published in the field of Social Sciences or Fine Arts Education were examined. With this research subject, it is aimed to contribute to the preparation of a road map for the researches that will be made in the field by revealing the research trends in the field of art education. In the light of the findings, it has been determined that there has been a balanced increase in the number of articles published in 2000-2018 in the last eight years, the majority of which are single authors, descriptive research method, which is one of the quantitative research techniques as a pattern, is more preferred and likert type scales are used as data collection tool.

**Keywords:** Arts Education, Scientific Research, Content Analysis.

## GİRİŞ

Görsel sanatlar dersi bireyin yeteneklerini keşfedebilmesi, duygularını özgürce ifade edebilmesi, yaratıcı düşünebilmesi ve görsel algılama gücünü artırarak estetik kaygıya sahip olma becerilerini de kazanabilmesini amaçlayan bir derstir. Öğrenciler bu derste farklı görsel biçimlendirme yollarını kullanarak kendilerini ifade edebildikleri gibi teknik bilgi ve becerileri de kazanma fırsatı bulur. Bireyin eğitim bütünlüğü içinde estetik duygularının geliştirilmesi, duygusal, bedensel, zihinsel yeteneğinin olgunlaştırılması ve yaratıcılığını artırılması için yapılan eğitim çabası bütün öğrenciler için detaylı ve sıralı bir sanat eğitimi gerektirir. Sanat eğitimi ayrıca bireyin sanat yapıtlarına doğru bir şekilde bakabilmesi, anlamlandırabilmesi ve sanat eserlerine ilgi duyabilmesinin yanında özgür, barışçı, paylaşımcı, insancıl, yaratıcı bir birey olarak yetişmesini de amaçlar (Telli, 2004; Vural, 2011).

Görsel sanatlar eğitimi süreçleri ve uygulamaları açısından diğer alanlara göre birtakım farklılıklar içermesine rağmen bilimsel araştırmaların gerçekleştirilmesi bakımından oldukça uygun koşullar barındırmaktadır. Bu farklılıklar görsel sanatlar dersinin bireyin duyuşsal gelişimini ön planda tutularak estetik ve yaratıcı düşünebilme becerilerini geliştirmeye yönelik uygulamalardan kaynaklanmaktadır. Sanat eğitiminde gerçekleştirilen bilimsel çalışmalar incelendiğinde alanyazında yoğun bir şekilde belirtilen sorunlarla birlikte sanat pratikleri ile araştırma yapma süreçlerinin yapılandırılmasına yönelik sorunlar ön plana çıktığı görülmektedir. Bu sorunlar, alanda gerçekleştirilen araştırmaların yöntem olarak farklı uygulamaları içeren deneysel çalışmalar yerine genellikle alanyazın taramasına yönelik araştırmaların tercih edilmesinden kaynaklanmaktadır (Şen, 2005; Altınkurt, 2007; Erişti, 2016). Bilimsel



bilgiye ulaşmak, onu geliştirip uygulanabilir olup olmadığının kontrol edebilmek için bilimsel araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle sanat eğitiminde öğretim süreçlerine etki eden bütün paydaşlardan kaynaklanan sorunların (Öğretmen yetiştirmede karşılaşılan yetersizlikler, program ve fiziki alt yapıdaki eksiklikler, idare ve velilerin olumsuz bakış açıları, sınav odaklı bir eğitim süreci, geleneksel eğitim pratiklerinin öğrenci merkezli bir bakış açısından uzak olması vb. ) karmaşıklığı, çeşitliliği ve çok boyutluluğu göz önüne alındığında sorunlara aranan cevapların daha sağlıklı ve uygulanabilir düzeyde olması için alışılacelmış araştırma yöntemlerinin yanında farklı araştırma yaklaşımlarına olan gereksinim gün geçtikçe artmaktadır.

Bireyin genel eğitim süreçleri içerisinde yer alan sanat eğitiminin duyuşsal gelişimin ve yaratıcı düşünme becerisine sahip olmanın öneminin fark edilmesi ile birlikte giderek artan bir şekilde akademik çalışmalarında yoğunlaştığı görülmektedir. Yeni fikirlerin ortaya koyularak tartışıldığı, geçerli ve güvenilir bilginin üretilmeye çalışıldığı bu araştırmaların birleştirilerek genel bir sonuç elde edilmesi incelenen alanın geçmişteki durumunu tahmin etmeye ya da gelecekteki durumunu öngörmeye yardımcı olarak bu alanda araştırma yapmak isteyenlere yol gösterecektir (Cohen vd., 2007; Ozan ve Köse, 2014). 1993 ile 2014 yılları arasında Türkiye’de gerçekleştirilen tezlerin içerik analizini yapan Dirlikli vd. (2016) araştırma eğilimlerini ortaya koyan çalışmalar alana yönelik yapılacak olan araştırmalar için bir yol haritası olarak kullanılabileceğini ifade etmişlerdir. Okuyuculara yardımcı olmak için belirli alanlarda yayınlanan metinlerin düzenlenmesi, sınıflandırılması, karşılaştırılması ve metinlerin içerik analizi ile incelenmesini öneren birçok araştırma bulunmaktadır (Falkingham ve Reeves 1998; Cohen vd., 2007; Cook, vd. 2018; DeVries, 2019; Ralston vd., 2019). Bu nedenle bu çalışmanın da görsel sanatlar eğitimi alanında araştırma eğilimlerini ortaya koyarak alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

Türkiye’de farklı birçok disiplinde bilimsel araştırma eğilimlerini belirlemeye yönelik araştırmalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Farklı disiplinlerde içerik analizi çalışan araştırmacılardan bazıları şunlardır; Şen (2005), Altınkurt (2007), Sözbilir ve Kutu (2008), Alper ve Gülbahar (2009), Aydın vd., (2010), Bacanak vd., (2011), Bozkaya vd., (2012), Çiltaş vd., (2012), Göktaş vd., (2012), Ozan ve Köse (2014), Seçer vd., (2014). Bu araştırmacıların kullandıkları makale sınıflandırma veri araçlarından bu araştırmada da yararlanılmış ve sanat eğitimine uyarlanmıştır. İlgili alanyazın taramalarında Görsel Sanatlar/Resim-iş Eğitimi alanında içerik analizi ile ilgili az da olsa birkaç yayına rastlanmıştır. Bunlardan biri sanat eğitimcileri olan Namdar ve Önder’in (2009) ‘Türkiye’de

ilköğretimde görsel sanatlar ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin eğilimleri' başlıklı araştırmadır. Bu çalışmadan farklı olarak ilköğretim düzeyinde görsel sanatlar eğitimi ile ilgili gerçekleştirilmiş lisansüstü tezler ele alınmıştır. Alana yönelik gerçekleştirilen diğer bir araştırmada sanat eğitimcisi akademisyen Altunkurt'un (2007) 'sanat eğitimi ile ilgili lisansüstü tezlerin incelenmesi' başlıklı araştırmasıdır. Belirtilen araştırmalar sanat eğitimi alanında yapılan lisansüstü tezlerin içerik analizine yönelik gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla sanat eğitimine ilişkin makalelerin içerik analizlerinin gerçekleştirildiği bu araştırmanın yukarıda verilen diğer araştırmalardan farklı olduğu söylenebilir.

Resim-iş Eğitimi bireyin duyuşsal algılarının gelişmesine, analitik çözümlenme yaparak kendi sentezini oluşturabilme becerisine sahip olmasına ve eleştirel düşünme yapabilme yetilerinin de gelişmesine yardımcı olabilecek bir alandır. Dolayısıyla bu alana ilişkin araştırmalar özellikle 21. yy insanını yetiştirmede oldukça önemli katkılar sağlayacaktır. Resim-iş eğitiminde son yıllarda yapılan araştırmaların eğilimlerini incelemek ülkemizde yapılan araştırmaların bir kesitini vermenin yanı sıra daha kapsamlı bir araştırma yapılmasının gerekliliğini de ortaya koymaktadır. Bu araştırmada, ülkemizde gerçekleştirilen resim-iş eğitimi araştırmalarına yönelik bir içerik analizi yapıp, sık ve nadir olarak gerçekleştirilen alanlar ve kullanılan araştırma yöntemleri konularındaki eğilimleri belirlenerek araştırmacılara yol göstermesi ümit edilmektedir.

Çalışmanın araştırma problemi '2000-2018 yılları arasında Türkiye'de gerçekleştirilen, Görsel Sanatlar /Resim-iş eğitimi alanında yer alan çalışmaların genel özellikleri nelerdir?' şeklinde ifade edilebilir.

## YÖNTEM

### Araştırma Modeli

Görsel Sanatlar / Resim-iş Eğitimi alanında yapılan bilimsel çalışmaların içerik analizinin gerçekleştirildiği bu çalışmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır.

### Örnekleme

Çalışmada Sosyal Bilimler alanında veya Güzel Sanatlar Eğitimi (Resim-iş Eğitimi) alanında yayın yapan, ULAKBİM veri tabanında bulunan 35 dergi ve bu kapsamda yayın olan 185 makale analiz kapsamında incelenerek 2000-2018 yılları ile sınırlandırılmıştır.

### Veri Toplama Aracı

Araştırmacı Sözbilir ve Kutu (2008)'nun geliştirdikleri "Makale Sınıflandırma Formu" revize edilerek kullanılmıştır (Ek 2). Çalışma kapsamında ilk olarak

ulaşılan ilgili 185 makalenin sınıflandırılması geliştirilen yayın sınıflama formuna dikkate alınarak, araştırmacı ve bir alan uzmanı tarafından ayrı ayrı yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar karşılaştırılmış ve form üzerinde yeterli olmayan noktalar tekrar gözden geçirilmiştir. İkinci aşamada farklı 185 makale araştırmacı ve uzman tarafından analiz edilmiştir. Analizler karşılaştırılmış ve ölçekteki eksik yanlar giderilmiştir. Yapılan düzeltmelerin ardından form kapsam geçerliğini için, Resim-iş Eğitimi alan uzmanı olan 7 öğretim üyesi tarafından incelenmiş ve son şekli verilmiştir. Uzmanların tutarlılığının belirlenebilmesinde Cohen Kappa uyum katsayısı hesaplanarak formun geneline yönelik olarak 0.87 bulunmuştur. Araştırmacı Şencan’ın da (2005) ifade ettiği gibi kappa katsayısı 0.75 ve daha büyük olması durumunda uyuşmanın mükemmel bir düzeyde gerçekleştiğini göstermektedir. Bu rakamlar dikkate alındığında, formun kapsam geçerliğinin yüksek olduğu belirlenmiştir. “Makale Sınıflandırma Formu” kullanılarak içerik analizine tabi tutulan makaleler beş temel başlık altında incelenmiştir. Bunlar;

1. Makalenin adı, yazarlar ve yayınlandığı yıla ait soruların olduğu kün-ye,
2. Desen/yöntem,
3. Veri toplama araçları,
4. Örneklemi ve
5. Veri analiz yöntemleri.

### Verilerin Analizi

Verilerin çözümlenmesinde içerik analizi kullanılmıştır. Makalelerin her biri “Makale Sınıflandırma Formu” kullanılarak incelenmiş ve sonrasında veriler SPSS programına yüklenmiştir. İçerik analiziyle ele alınan makalelerden elde edilen veriler yüzde ve frekans kullanılarak analiz edilmiştir.

### ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada 2000-2018 yılları arasında incelenen 35 dergide yer alan Görsel Sanatlar Eğitimi / Resim-iş Eğitimi alanında yayınlanmış 185 makalenin yıllara göre dağılımları incelenerek Tablo 1’deki bulgulara ulaşılmıştır.

**Tablo 1:** Makalelerin Yayınlandığı Yıl

Yıl	f	%	Year	f	%
2000	2	1.1	2010	9	4.8
2001	4	2.1	2011	10	5.4
2002	2	1.1	2012	9	4.8
2003	6	3.2	2013	10	5.4
2004	7	3.7	2014	12	6.6
2005	6	3.2	2015	14	7.5
2006	4	2.1	2016	15	8.1
2007	5	2.7	2017	20	23.5
2008	6	3.2	2018	35	19.0
2009	9	4.8	<b>Total</b>	185	100

Tablo 1 incelendiğinde, özellikle 2014 yılından bu yana, makale yayın sayısında bir artış olduğu görülmektedir. Ayrıca, görsel sanatlar eğitimi ile ilgili makalelerin 35'inin (% 19) 2018 yılında yayınlandığı görülmektedir. Bu sonuç akademisyenlerin özlük haklarını düzenlemek ve akademik çalışma yapmalarını teşvik etmek amacıyla 2014 yılında çıkarılan 6564 Sayılı Kanununun 2. maddesinde belirtilen 'Akademik Teşvik Ödeneği' ile bağlantılı olabilir. İlgili yasa ile akademisyenlerin özlük hakları iyileştirilerek akademisyenlerin çalışmalarını üzerinde onları olumlu yönde motive edilmesi amaçlanmıştır dolayısıyla bu durum onların başarılarının artmasına neden olmuş olabilir. Özellikle 2017 yılında gerçekleşen makale artışı dikkat çekicidir. Güven vd.'nin (2017) akademisyenlerin Türkiye'de akademik çalışmalarını teşvik edilmesinin motivasyonu üzerindeki etkisini incelemek için yaptıkları araştırma sonuçları Tablo 1'deki sonuçları desteklemektedir. Bunun yanı sıra özellikle 2014 yılından itibaren makale sayılarında artan bir ivme kazandığı görülmektedir.

**Tablo 2:** Makalelerin Yazar Sayısı

	f	%
Tek Yazarlı	123	66.5
İki Yazarlı	53	28.7
Üç Yazarlı	9	4.8
Dört Yazarlı	-	-
Beş Yazarlı	-	-
Toplam	185	100

Makalelerin yazar sayıları incelendiğinde 123'ü (% 66.5) tek yazarlı, 53'ü (%28.7) iki yazarlı, 9'u (% 4.8) üç yazarlı olduğu görülmüştür. Buna karşın dörtten fazla yazarlı makale ile karşılaşılmamıştır. Araştırmacı Ozan ve Köse'nin (2014) gerçekleştirdikleri araştırmalarında elde ettikleri veriler Tablo 1'deki sonuçları destekler niteliktedir. Makalelerin türlerine ilişkin dağılım ise tablo 3'de verilmiştir.

**Tablo 3: Makalelerin Türleri**

Kategori	f	%
Araştırma türü	113	61.0
Kuramsal türü	72	39.0
Toplamda	185	100

Makalelerin 113’ü (% 61.0) araştırma-inceleme türünde, 72’si de (% 39.0) kuramsal (derleme) türündedir. GS/Resim-iş Eğitimi alanında kuramsal çalışmalara da ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak mevcut durumun belirlenmesi farklı yöntemleri bu alana uyarlanarak etkilerinin incelendiği araştırma-inceleme türündeki çalışmaların sayıca fazla olması olumlu olarak algılanabilir. Özsoy’un (2001) da belirttiği gibi GSE/ Resim-iş Eğitimine yönelik bilimsel-sa-natsal araştırmaların yapılması özellikle çeşitli kuramlar geliştirilmesi, sanatın hangi yöntemlerle öğretilmesi ve böyle bir öğretimin neleri içermesine yönelik planlamalara yardımcı olacaktır.

**Tablo 4: Makalelerin Yöntemi**

Araştırmada Kullanılan Desen	Araştırmada Kullanılan Yöntem	f	%	
NİCEL	Gerçek deneysel yöntem	0	0	
	Yarı deneysel yöntem	26	14.0	
	Zayıf deneysel yöntem	0	0	
	Tek denekli yöntem	0	0	
	Ara toplamı	26	14.0	
	Deneysel Olmayan	Betimsel model	80	43.3
		İlişkisel model	0	0
		Karşılaştırmalı model	4	2.1
		Ara toplamı	84	45.4
		NİTEL	Kültürel analiz yöntemi	1
Olgubilim yönemi	3		1.6	
Kuram meydana getirme yöntemi	0		0	
Durum çalışması yöntemi	7		3.8	
Eleştirel çalışma yöntemi	3		1.6	
Eylem araştırması yöntemi	2		1.0	
Ara toplam	16		8.6	
Etkileşimsiz	Kavramsal analiz yöntemi		1	0.5
	Tarihsel analiz yöntemi	52	28.3	
	Meta analizi	1	0.5	
	Ara toplamı	54	29.3	
	KARMA Karma	Açıklayıcı	5	2.7
Keşfedici		0	0	
Çeşitleme		0	0	
Ara toplamı		5	2.7	
Toplam		185	100	

Tablo 4 incelendiğinde makalelerin 110'u (59.4%) nicel, 70'i (% 37.9) nitel ve 5'i (% 2.7) de karma yöntem olarak desenlediği görülmektedir. Deneysel yöntemde gerçekleştirilen nicel makalelerin 9'u (% 7.6) yarı deneysel yöntemde gerçekleştirildiği görülmektedir. Deneysel yöntemde gerçekleştirilmeyen nicel makalelerin 80'i (% 43.3) ise betimsel tarama modelinde yapıldığı belirlenmiştir. Nitel makalelerin 1'i (% 0.8) kültürel analiz, 2'si (%1.6) olgu bilim, 5'i (%4.0) durum çalışması türüdeyken, etkileşimli olmayan desendeki nitel makalelerin ise 1'i (% 0.8) kavram analizi, 52'i (%28.3) tarihsel analiz türündedir. Karma desendeki çalışmaların 5'i de (% 2.7) açıklayıcı türündedir. Gerçek deneysel, zayıf deneysel, tek denekle, ilişkisel tarama, karşılaştırmalı, kuram oluşturma, eleştirel çalışma türünde bir araştırma bulunmadığı belirlenmiştir. Alandaki çalışmaların birçoğu betimsel tarama türünde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu durum GSE / Resim-iş Eğitimi alanındaki makalelerin daha mevcut durumu tespit etmek amacıyla yönelik gerçekleştirildiği görülmektedir. Ayrıca karma araştırma yönteminin ise sayıca az olduğu ve yeterince kullanılmadığı sonucuna da ulaşılmıştır. Küçüköğlü ve Ozan'ın (2013) gerçekleştirdikleri araştırma sonuçları bu bulguyu destekler niteliktedir. Deneysel yöntemlerin de sayıca oldukça az olduğu görülmektedir. Bu sonuç sanat eğitimcisi Şen'in (2005), Türkiye'de sanat eğitimi alanında yapılan bilimsel çalışmalarını incelediği araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Şen yaptığı çalışma sonucunda incelediği araştırmaların çalışmaların çoğunda literatür tarama yönteminin tercih edildiği bulgusuna ulaşmıştır.

**Tablo 5:** Makalelerde Kullanılan Veri Toplama Araçları

Kategori	Alt Kategori	f	Kategori	Alt Kategori	f
Gözlem	Katılımcı	3	Anket / Ölçek	Açık uçlu ölçek	0
	Katılımcı Olmayan	8		Likert tipi ölçek	59
	Belirtilmemiş	1		Toplam	59
	Toplam	12			
Görüşme Formu	Yapılandırılmış Model	0	Dokümanlar		49
	Yarı Yapılandırılmış Model	20			
	Yapılandırılmamış Model	2			
	Odak gruplu Model	3			
	Toplam	25			
Akademik Başarı testi	Açık uçlu testler	0	Tamamlayıcı (Alternatif) değerlendirme		11
	Çoktan seçmeli testler	10			
	Toplam	10			
Yetenek / Kişilik testi	Açık uçlu	0	Diğer (Çeşitli Form veya listeler)		4
	Çoktan seçmeli	2			
	Toplam	2			

Tablo 5 incelendiğinde makalelerde en çok likert tipi anket ( $f=59$ ) ve yarı yapılandırılmış görüşme formu ( $f=20$ ) kullanıldığı görülmektedir. Gözlemlerin çoğunlukla ( $f=8$ ) katılımcı olmayan türünden olduğu belirlenmiştir. 4 makalede ise form şeklindeki araçların kullanıldığı belirlenmiştir. Bir makalede birkaç veri toplama aracı kullanıldığından yüzde değerlerinin hesaplanmadığı görülmüştür. Betimsel tarama yönteminin daha çok tercih edilmesi nedeniyle veri toplama aracı olarak anket veya ölçeklerin tercih edilmesine neden olduğu düşünülmektedir. Makalelerde yer alan örneklem gruplarının frekans değerleri aşağıda verilmiştir.

**Tablo 6:** Makalelerin Örneklem Grubuna İlişkin Frekans Değerleri

Kategori	f	Kategori	f
Okulöncesi	8	Lisansüstü	6
İlkokul	13	Öğretmenler	23
Ortaokul	32	Veliler	1
Ortaöğretim	17	Öğretim Elemanları	8
Lisans	10	Müfettişler	2

Tablo 6’da verilen örneklem gruplarını en fazla ortaokul öğrencileri ( $f=32$ ) ve öğretmenler ( $f=23$ ) oluşturduğu görülmektedir. Bu sonuca dayanarak GSE / Resim-iş eğitimi alanındaki makalelerin sahada dersin işlenişine yönelik ger-



çerleştirildiği söylenebilir. Bu duruma araştırmacıların dersin işlenişi sırasında gerçekteşen sorunlara odaklanmalarının neden olduğu ileri sürülebilir.

**Tablo 7:** Makalelerin Örneklemleri

Kategori	f	%	Kategori	f	%
1 ile 10 arası	9	6.3	101-300 arası	26	7.7
11 ile 30 arası	23	29.2	301-1000 arası	4	0
31 ile 100 arası	55	56.8	1000'den fazla	0	0

Tablo 7 incelendiğinde makalelerin % 56.8'i 31 ile 100 arasında, % 29.2'si 11 ile 30 arasında örnekleme sahip oldukları görülmektedir. Makalelerin çoğunluğu küçük örnekleme gruplarına ait olduğu görülmektedir. Bu durumun geniş çaplı örnekleme grubuna ulaşmadaki güçlükler göz önüne alındığında normal olduğu ileri sürülebilir.

**Tablo 8:** Makalelerde Kullanılan Analiz Tekniği

Kategori	Alt kategoriler	f
Betimsel	Frekanslar / yüzdeler /çizelge	55
	Ortalamalar / Standart sapma	24
	Grafik ile ifade	9
	Toplamı	88
Kestirimsel	Korelasyon Analizi tekniği	19
	t-testi tekniği	27
	ANOVA tekniği	23
	ANCOVA tekniği	13
	MANOVA.	3
	MANCOVA.	-
	Faktör Analizi y-tekniği	-
	Regresyon Analizi tekniği	-
	Non-Parametrik Testler tekniği	-
	Yapısal Eşitlik Modeli tekniği	-
Diğer	-	
Toplam	85	
Nitel	İçerik analizi	1
	Betimsel analiz	48
	Diğer	-
	Toplam	49

Tablo 8'de verilen makalelerin veri analiz teknikleri bakımından ise makalelerin 88'inde betimsel, 85'inde kestirimsel ve 49'unda da nitel analiz teknikleri kullanıldığı belirlenmiştir. Betimsel analiz yapılmış olan makalelerin 55'inde frekans/yüzde/çizelge değerleri, 24'ünde ortalama/standart sapma değerleri hesaplanmış, bunun yanı sıra 9 makalede grafik kullanılmıştır. Kestirimsel analizlerde en çok t-testi (f= 27) ve ANOVA (f= 23) kullanılmıştır. Bu sonuçlar bakımından araştırmacı Göktaş vd.'nin (2012) Türkiye'de eğitim teknolojileri

araştırmalarındaki eğilimlere ilişkin gerçekleştirdikleri araştırma sonuçları örtüşmektedir. Nitel makalelerin 48’inde betimsel analiz ve 1’inde içerik analiz tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Bunlara karşın analiz tekniklerinden ANCOVA, MANOVA ve MANCOVA’nın kullanılmadığı gözlemlenmiştir. Bu istatistiklerin kullanılmaması alan için bir eksiklik olarak nitelendirilebilir. Nitel veri toplama yöntemlerinden betimsel analizine sıklıkla başvurulduğu görülmektedir.

**Tablo 9:** Makalelerde Tercih Edilen Konuların Alanları

Kategoriler	f	Kategori	f
Öğretme (yapılandırıcılık)	29	Alternatif (Tamamlayıcı) Değerlendirme	8
Öğrenci-öğretmen özellikleri (Öğretmen yeterlikleri- özyeterlik algısı- eleştirel düşünme becerisi- problem çözme becerisi vd.)	33	Eğitim Teknolojileri	8
Öğrenme (Öğrenme stratejileri- öğrenme stilleri- öz düzenleme- öğrenme yaklaşımları-öğrenme ortamı- başarı yönelimi vb. )	27	Ölçek Geliştirme/ Uyarlama/ Sınama	2
Görsel Sanatlar Öğretmeni Yetiştirme	19	Sanat Eğitimi Tarihi	15
Program değerlendirme	11	Müze Eğitimi ve Uygulamaları	12
Değerler Eğitimi	3	Toplam	185

Tablo 9’da verilen makalelerin konu alanları incelendiğinde ağırlıklı olarak öğretim (47), öğrenme (27) ve sanat eğitimi tarihi (15) konu alanlarında yapıldığı görülmektedir. Ayrıca 14 makalenin görsel sanatlar öğretmeni yetiştirme, 19 makalenin de öğrenci-öğretmen özellikleri konusunda gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu sonuçlara dayanarak GSE /Resim-iş eğitimi alanında gerçekleştirilen makalelerin uyarlama ya da sınama çalışması şeklinde olduğunu, yapılandırıcı yaklaşım çerçevesinde aktif öğretim uygulamalarına, öğretmen yetiştirme, gibi araştırmaların yanı sıra sanat eğitimi tarihi gibi literatür taramaya dayalı yönelik makalelerin üzerinde yoğunlaşma olduğu; ölçek geliştirme/uyarlama/sınama, değerler eğitimi, eğitim teknolojileri konu alanlarındaki çalışma sayısının ise yeterli olmadığı söylenebilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

2000-2018 yılları arasında Türkiye’de “Güzel Sanatlar Eğitimi / Resim-iş Eğitimi alanında” ULAKBİM veri Tabanında yayın yapan 35 dergide yayınlanmış olan makalelerin yılı, yazar sayıları, yöntemleri, verileri toplama araç ve analiz teknikleri, örneklem büyüklükleri ve konu alanları değerlendirilerek alandaki araştırma eğilimlerinin belirlenmesi temel olarak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ulaşılan sonuçlar şunlardır;

Görsel sanatlar eğitimi ile ilgili çalışmalardaki problem durumunun genellikle çalışmaların amaçlarına göre formüle edildiği; ancak, araştırmancının önemi hakkındaki bilgilerin çoğu durumda yeterince açıklanmadığı belirlenmiştir. Oysa araştırmacı Karasar'ın da (2008) belirttiği gibi, problem durumunun açık bir şekilde belirtilmesi bir çalışmanın geçerliliği üzerinde yoğunlaştırıcı bir etkiye sahip olabilir. 2000-2018 yıllarında yayınlanmış olan makalelerin sayılarında son sekiz yılda dengeli bir artışın gerçekleştiği belirlenmiştir. İncelenen 125 makalenin büyük çoğunluğunu oluşturan 123'ü (% 66.5) tek yazarlı, 53 tanesini (% 28.7) iki yazarlıdır. Buna karşın üç yazarlı makale sayısı üçte kalmış, dört ve daha fazla yazarlı makaleye ise rastlanamamıştır. Yazar sayısını belirlemek alandaki çalışma eğilimlerini belirlemek açısından önemli olarak görülebilir. Dolayısıyla ülkemizde sanat eğitimi alanında akademisyenler arasında işbirliği yetersizliği olduğu da ileri sürülebilir. Araştırma sonuçlarına göre ayrıca Türkiye'deki görsel sanatlar eğitimi alanında 2014 yılından itibaren bir artışın olduğu görülmektedir. Araştırmacılar Islek ve Asiksoy'un da (2019) 2014-2017 yılları arasında sanal müzeler konusunda yapılan çalışmalara göre araştırma eğilimlerinin analiz edildiği çalışmada en fazla yayın yapılan yılın 2016 olduğu belirlenmiştir. Sanat eğitiminde de 2016 yılından itibaren bir artışın olduğu görülmektedir. Bu bulgular araştırma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Makale sayılarındaki bu artış akademik yükselme, atanma kriterleri ve özellikle 2015 yılından itibaren uygulamaya konulan akademik teşvik uygulaması gibi akademisyenlerin kariyerlerine ilişkin kaygılarının artırmasına neden olan bir takım unsurların bir sonucu olduğu ileri sürülebilir. Alper ve Gülbahar (2009) ve Ozan ve Köse (2014) çalışma sonuçları bu verileri destekler niteliktedir.

Makalelerin deseni incelendiğinde büyük çoğunlukta nicel yöntemin tercih edildiği yöntem olarak ise betimsel tarama yönteminin kullanıldığı, deneysel çalışmaların ve karma yöntemlerin yeterince işe koşulmadığı ve dolayısıyla, araştırmacıların tek bir yöntemle sınırlı kalarak daha dar ve eksik bir biçimde araştırma sorularını cevaplamaya çalıştıkları ileri sürülebilir. Araştırmaların büyük çoğunlukta betimsel tarama modelinin tercih edildiği bu durumun ise var olan durumu tespit edilmesinin dışında farklı bir sonuca ulaşmadığı düşüncesini doğurmaktadır. Dolayısıyla gerçekleştirilen çalışmalarda özgün çalışmalar yaparak bilime katkıda bulunmak yerine akademik anlamda yükselmek için koşulları tamamlamaya yönelik çalışıldığı ileri sürülebilir.

Veri toplama araçları olarak daha çok likert tipi ölçeklerin kullanıldığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar araştırmacı Erdoğan vd., (2009), Alper ve Gülbahar (2009)'ın gerçekleştirdikleri çalışmada elde ettikleri sonuçlarla örtüşmektedir. Görsel Sanatlar Eğitimi /Resim-iş Eğitimi alanında çoğunlukla betimsel tarama yönteminde anket ve ölçeklerin kullanılması araştırmacıların süre ve ekonomik

nedenlerden dolayı tercih edilmesi nedeniyle gerçekleştirilmiş olabilir.

Makalelerdeki örneklem grupları incelendiğinde en çok sırasıyla ortaokul (32), öğretmenler (23), lisans öğrencileri (Öğretmen adayları) (17) çalışıldığı görülmektedir. Örneklem grupları içinde okul öncesi öğrencileri, veliler, lisansüstü öğrencilerinin sayısının ise daha az olduğu görülmektedir. Ortaokul öğrencilerinin, öğretmenlerin ve öğretmen adayları ile çok çalışma yapılması sahada yaşanan sorunlara odaklanıldığına bir sonucu olduğu ileri sürülebilir. Bu durumun alan için olumlu bir gelişme olduğu düşünülebilir. Örneklem büyüklükleri açısından ise daha çok 31-100 arası (55 makale) kişi araştırmada örneklem grubunu oluşturduğu belirlenmiştir. Araştırmacılar Namdar ve Önder’in (2019) araştırma sonuçları bu bulguları destekler niteliktedir. Tez çalışmalarına göre sınırlılıkları daha fazla olan makalelerde tarama türünde gerçekleştirilen çalışmaların çoğunluğunda genel olarak örneklem sayılarının yeterli olduğu görülmüştür. İncelenen makaleler konuları bakımından sayı yoğunluğuna göre şu şekilde sıralanabilir; öğretim (47 makale), öğrenme (27 makale) ve sanat eğitimi tarihi (15 makale) konu alanlarında makale yayınlandığı belirlenmiştir. Buna karşın en az ölçek geliştirme (2) ve eğitim teknolojileri (8) konu alanlarında makale yayınlandığı görülmektedir. Bilimsel bir araştırmadan elde edilecek sonuçların sağlıklı ve geçerli olabilmesi uygun ölçek ve ölçüm işlemlerinin işe koşulması ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla alanın kendine has özellikleri göz önünde bulundurularak hazırlanacak ölçek çalışmaları alan yazına sağlayacağı katkılar bakımından oldukça büyük bir önem taşımaktadır.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular ışığında şu öneriler yapılabilir: GSE /Resim-iş Eğitimi alanında daha fazla karma yöntemli çalışmalar yapılabilir. Türkiye’de ve yurtdışında gerçekleştirilen makaleler karşılaştırmalı olarak incelenebilir. İleri istatistik tekniklerinin kullanıldığı çalışmaların sayısı artırılabilir. Araştırmalarda daha geniş örneklem gruplarına ulaşılabilir. Ayrıca akademisyenlerin GSE /Resim-iş Eğitimi alanındaki makaleler nitelikleri bakımından incelenebilir. Böylece alana yönelik daha kapsayıcı bir içerik analizi gerçekleştirilerek elde edilen yeni fikirler, yöntemler ve uygulamalar içeren araştırmalar birleştirilip alanın geleceğine yönelik durumunu öngörmeye yardımcı olarak, çeşitli çözüm önerilerinin sunulmasına yol açacaktır.

## KAYNAKÇA

- Alper, A. ve Gülbahar, Y. (2009). Trends and Issues in Educational Technologies: A Review of Recent Research in TOJET. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 8(2), 124-135.
- Altınkurt, L. (2007). Sanat Eğitimi ile İlgili Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi, *Milli Eğitim*, 173, 105-113.
- Aydın, A., Erdağ, C. ve Sarier, Y. (2010). Eğitim Yönetimi Alanında Yayınlanan Makalelerin Konu, Yöntem ve Sonuçlar Açısından Karşılaştırılması. *Eurasian Journal of Educational Research*, 39, 37-58.
- Bacanak, A., Değirmenci, S., Karamustafaoğlu, S. ve Karamustafaoğlu, O. (2011). E-dergilerde Yayınlanan Fen Eğitimi Makaleleri: Yöntem Analizi. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 8(1), 119-132.
- Bozkaya, M., Erdem A. İ. ve Genç, E. (2012). Research Trends and Issues in Educational Technology: A Content Analysis of TOJET (2008-2011). *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(2), 264-277.
- Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education* (6th ed.). New York: Routledge.
- Cook, R. M., Welfare, L. E. ve Romero, D. E. (2018). Counselor in Training Intentional Nondisclosure in Onsite Supervision: A Content Analysis. *Professional Counselor*, 8(2), 115-130.
- Çiltaş, A., Güler, G. ve Sözbilir, M. (2012). Türkiye’de Matematik Eğitimi Araştırmaları: Bir İçerik Analizi Çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(1), 565-580.
- DeVries, I. (2019). Open Universities And Open Educational Practices: A Content Analysis of Open University Websites. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*. 20 (4), 167-178.
- Dirlikli, M, Aydın, K. ve Akgün, L. (2016). Cooperative Learning in Turkey: A Content Analysis of Theses. *Educational Sciences: Theory & Practice*. 16 (4), 1251-1273.
- Erdoğan, M., Marcinkowski, T. ve Ok, A. (2009). Content Analysis of Selected Features of K-8 Environmental Education Research Studies in Turkey, 1997-2007. *Environmental Education Research*, 15 (5), 525-548.
- Erişti, S., D. (2017). Sanat ve Tasarım Öğrencilerinin Tez Oluşturma Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlar ve Gereksinimlerine Dayalı Olarak Kazanması Gereken Yeterliliklerin Belirlenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(4), 1499-1514.

- Falkingham, L. T. ve Reeves, R. (1998). Context Analysis- A Technique For Analysing Research in A Field, Applied to Literature on The Management of R and D at The Section Level. *Scientometrics*, 42(2), 97-120.
- Göktaş, Y., Hasaıçebi, F., Varışoğlu, B., Akçay, A., Bayrak, N., Baran, M. ve Sözbilir, M. (2012). Türkiye’deki Eğitim Araştırmalarında Eğilimler: Bir İçerik Analizi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(1), 443-460.
- Güven, A., Kaplan, Ç. ve Acungil, Y. (2017). Türkiye’deki Akademik Teşvik Çalışmalarının Akademik Personelin Motivasyonu Üzerine Etkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 73 (1). 245-268.
- Islek, D. ve Asiksoy, G. (2019). The Studies Conducted Regarding Virtual Museum Area: A Content Analysis Research. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*. 11(1), 087–093.
- Karasar, N. (2008). *Research Methods*. Ankara: Nobel.
- Küçükoğlu, A. ve Ozan C., (2013). Sınıf Öğretmenliği Alanındaki Lisansüstü Tezlere Yönelik Bir İçerik Analizi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(12), 27-47.
- Namdar, A. O. ve Önder, V. (2019). Türkiye’de İlköğretimde Görsel Sanatlar İle İlgili Yapılan Lisansüstü Tezlerin Eğilimleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*. 27 (2), 765-784.
- Ozan, C. ve Köse, E. (2014). Eğitim Programları ve Öğretim Alanındaki Araştırma Eğilimleri, *Sakarya University Journal of Education*, 4/1, 116-136.
- Özsoy, V. (2001). Güzel Sanatlar (Resim-İş) Eğitiminde Bilimsel Araştırmalar. *Eğitim ve Bilim/Education and Science*, 26 (121), 51-57.
- Ralston, M. M., Dally, K. A. ve Dempsey, I. (2019). Content Analysis of Australian Special Education Research 2005-2015. *International Journal of Whole Schooling*, 15 (1), 82-131.
- Seçer, İ., Ay, İ., Ozan, C. ve Yılmaz, B. Y. (2014). *Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Alanındaki Araştırma Eğilimleri: Bir İçerik Analizi. Türk Psikolojik Danışma Alanındaki Araştırma Eğilimleri: Bir İçerik Analizi*.5 (41), 49-60.
- Sözbilir, M. ve Kutu, H. (2008). Development and Current Status of Science Education Research in Turkey. *Essays in Education* [Special issue], 1-22.
- şen, Ü. (2005). Sanat Eğitiminde Bilimsel Araştırma Yöntemlerinin Kullanılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 ( 1), 343-360.
- şen, H. (2005). *Sosyal ve Davranışlar Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Ankara: şekın Yayınevi.

- Telli, H. (2004). Neden Sanat Eğitimi? İmece Üç Aylık Eğitim Bilim Sanat Kültür Dergisi. (Ağustos), 39-42.
- Vural, D. Ü. (2011). Sanat Eğitiminin Gerekliliği ve İşlevi. A. O. Alakuş ve L. Mercin (Ed). *Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Öğretimi* içinde (ss. 35-37). Ankara: Pegem Yayınevi.



## Ek 1. İncelenen Dergiler ve Makale Sayıları

Dergiler	Makale Sayısı
Abant İzzet Baysal Eğitim Fakültesi Dergisi	5
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2
Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	3
Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi	6
Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	5
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	7
Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi	10
Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi	8
Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	7
Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	3
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2
Ege Eğitim Dergisi	4
Eğitim ve Bilim	8
Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi	10
Erken Çocukluk Araştırmaları Dergisi	3
Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi	6
Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	3
Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	8
Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	6
İlköğretim Online	4
İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	3
İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi	3
Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	6
Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	5
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	3
Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	3
Milli Eğitim	15
Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	4
On dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	5
Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	6



The Turkish Online Journal of Design Art and Communication	4
Türk Eğitim Bilimleri Dergisi	6
Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	6
Van YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi	2
Yaratıcı Drama Dergisi	4
Toplam	185

## Ek 2. Makale Sınıflandırma Formu

A. MAKALENİN KÜNYESİ				
Makalenin Adı :				
Yazarlar :				
Yayınlandığı Dergi/Yıl/Cilt/Sayı:				
B. MAKALENİN KONUSU :				
C. ARAŞTIRMA DESENİ / MAKALENİN YÖNTEMİ				
1. NİCEL		2. NİTEL		3. KARMA
1. Deneysel	2. Deneysel Olmayan	3. Etkileşimli	4. Etkileşimli Olmayan	5. Karma
1. ( ) Gerçek Deneysel 2. ( ) Yarı Deneysel 3. ( ) Zayıf Deneysel	1. ( ) Betimsel tarama 2. ( ) İlişkisel tarama 3. ( ) Karşılaştırmalı	1. ( ) Kültür Analizi 2. ( ) Olgubilim 3. ( ) Kuram Oluşturma 4. ( ) Örnek Olay (Durum Çalışması) 5. ( ) Eleştirel Çalışma 6. ( ) Diğer.....	1. ( ) Kavram Analizi 2. ( ) Tarihsel Analiz 3. ( ) Meta Analiz 4. ( ) Diğer.....	1. ( ) Açıklayıcı (Nitel / Nitel) 2. ( ) Keşfedici (Nitel / Nitel) 3. ( ) Çeşitleme (Nitel + Nitel)
D. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI			E. ÖRNEKLEM	
1. ( ) Gözlem ( ) Katılımcı ( ) Katılımcı Olmayan 2. ( ) Görüşme Formu ( ) Yapılandırılmış ( ) Yarı Yapılandırılmış ( ) Yapılandırılmamış ( ) Odak grup 3. ( ) Başarı Testleri ( ) Açık Uçlu ( ) Çoktan Seçmeli ( ) Diğer 4. ( ) Tutum/Algı/Kişilik/Yetenek Testleri ( ) Açık Uçlu ( ) Çoktan Seçmeli ( ) Diğer 5. ( ) Anket/Ölçek ( ) Açık Uçlu ( ) Likert ( ) Diğer 6. ( ) Dokümanlar 7. ( ) Alternatif değerlendirme araçları (Kavram haritası, Portfolyo vb.) 8. ( ) Diğer (adını yazınız).....			E1. Örneklem E2. Örneklem Büyüklüğü	
1. ( ) Okul öncesi 2. ( ) İlköğretim 1-5 3. ( ) İlköğretim 6-8 4. ( ) Ortaöğretim 5. ( ) Lisans 6. ( ) Lisansüstü 7. ( ) Öğretmenler 8. ( ) Yöneticiler 9. ( ) Veliler 10. ( ) Öğretim elemanları 1. ( ) 1-10 arası 2. ( ) 11-30 arası 3. ( ) 31-100 arası 4. ( ) 101-300 arası 5. ( ) 301-1000 arası 6. ( ) 1000'den fazla				

VERİ ANALİZ YÖNTEMLERİ		
NİCEL VERİ ANALİZİ		NİTEL VERİ ANALİZİ
<b>1. Betimsel (Descriptive)</b>	<b>2. Kestirimsel (Inferential)</b>	<b>3. Nitel Analiz</b>
4. ( ) Frekans/Yüzde	7. ( ) Korelasyon	14. ( ) İçerik Analizi
5. ( ) Ortalama-Standart Sapma	8. ( ) t-testi	15. ( ) Betimsel Analiz
6. ( ) Grafikte gösterim	9. ( ) ANOVA	16. ( ) Diğer.....
	10.( ) ANCOVA	
	11.( ) MANOVA	
	12.( ) MANCOVA	
	13.( ) Faktör Analizi	
	14.( ) Regresyon	
	15.( ) Non-Parametrik Testler	
	16.( ) Diğer.....	

# MİLLİ EĞİTİMİN ORTAYA ÇIKIŞI\*

## The Emergence of National Education

Gönderim Tarihi / Received: 15.10.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 24.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.810906>

Ahmet UYSAL<sup>1</sup>

**ÖZ:** Her sistem gibi eğitim sistemi de ait olduğu siyasi ve toplumsal yapıya göre biçimlenerek dayandığı sosyal zeminde örgün ve yaygın eğitim faaliyetlerini sürdürmeyi amaçlar. Bundan dolayı cemaat ve seçkinleri merkeze alan toplumların eğitimi gelenekçi, ümmeti merkeze alan toplumların eğitimi teolojik, vatandaşlığı merkeze alan toplumların eğitimi kozmopolit, sınıfı merkeze alan toplumların eğitimi sınıfçı, ulusu merkeze alan toplumların eğitimi de milli hedefler üzerine kurulur. Milli eğitim, toplumsal örgütlenme biçimi olarak “ulus toplum” yapısına göre oluşan ve varlığını bu yapının temel ilkeleri üzerinde korumayı amaçlayan devletlerin eğitim yaklaşımıdır. Modernleşme ile birlikte gelişen milli eğitim, 19. yüzyılda Avrupa’da ortaya çıkan ve gelişimi yüzyıllar süren bir dizi ekonomik, siyasi ve toplumsal değişimlere dayanmaktadır. Uzun bir tarihi geçmişe dayanan bu eğitim anlayışının gelişiminde Avrupa’da yaşanan; Coğrafi Keşifler, Rönesans, Dinde Reform Hareketleri, Aydınlanma Düşüncesi, Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi gibi toplumsal değişimler etkili olmuştur. Bu çalışmada; Avrupa’da milli eğitimi ortaya çıkaran siyasi ve toplumsal gelişmeler “milletleşme” ve “milli eğitim” düşüncesi çerçevesinde incelenerek bu gelişmelerin eğitimin millileşmesine etkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada tarama yöntemi kullanılmış, bu doğrultuda konuyla ilgili yerli ve yabancı literatür taranarak elde edilen bulgular kronolojik sırayla değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Milli Eğitim, Uluslaşma, Modernleşme, Modern Eğitim.

**ABSTRACT:** The education system, as every system, aims to continue formal and informal education activities on the social ground it is based on by being shaped according to the political and social structure it belongs to. For this reason, the education of the societies that center the congregation and the elite is traditional, the education of the societies that

\* Bu çalışma, yerli ve yabancı kaynaklar taranarak milli eğitimin ortaya çıkış sürecini açıklamayı amaçlamaktadır. Çalışmada etik kurul izni gerektirecek bir veri toplanmadığından ilgili belgeye ihtiyaç duyulmamıştır.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Necatibey Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi ABD, auysal@balikesir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9006-5876>.

center the ummah is theological, the education of the societies that center the citizenship is cosmopolitan, the education of the societies that center the class is classist, and the national goals are dominant in the education of the societies that center the nation. The national education, which improves with modernization, is an educational approach that emerged in Europe in the 19th century, whose development took centuries with a series of economic, political and social changes, and based on the “nation society” structure that is a form of social organization. The national education has emerged at the end of a long historical process and social changes in Europe such as; Geographical discoveries, Renaissance, Reform Movements in Religion, Enlightenment Thought, French Revolution and Industrial Revolution have been effective in its formation. In this study, it is aimed to evaluate the effects of the political and social developments, which brought out national education in Europe, on the nationalization of education by examining these developments within the framework of “becoming a nation” and “national education”. The screening model was used in the study, and accordingly, the findings obtained by screening the domestic and foreign literature were compared in a chronological order.

**Keywords:** National Education, Becoming a Nation, Modernization, Modern Education.

## GİRİŞ

Eğitim, öngörülen hedefler doğrultusunda bireyin fiziksel, zihinsel, duygusal ve sosyal gelişim ihtiyaçlarının karşılanmada; bilgi, beceri, değer ve davranış aktarımını esas alan ve içeriği birey, toplum, siyaset gibi temel değişkenlerin ağırlığına göre şekillenen planlı bir faaliyettir. Temelde birey ve toplumu geleceğe hazırlamayı amaçlayan ve erken yaşlardan itibaren başlayan bu sosyalleştirme faaliyetlerinde hedefler, öğretilecek içerik, kullanılacak yöntemler, eğitimin süresi, yönetimi ve öğrenenlere sunulacak fırsatlar, bu faaliyetlerin yapıldığı ülkenin toplumsal ve siyasi egemenlerinin kararlarına göre şekillenir. Bu bakımdan eğitim sistemleri doğal olarak, içinde bulunulan dönemin evrensel kuram ve ilkelerini yansıttığı gibi, ait olduğu ülkenin milli, mahalli ve idari yapısını da yansıtır. Bütün bunların yanında, eğitim uygulamalarında içeriğinin daha çok belli dönemde geçerli anlayış ya da sistemde etkin olan ana öğeye göre belirlenmesi etkili olmuştur. Buna; geleneksel eğitim, modern eğitim, skolâstik eğitim, evrensel eğitim, ulusal eğitim, dini eğitim, liberal eğitim, sosyalist eğitim kavramları ile ifade edilen uygulamalar örnek verilebilir.

Bu yaklaşımlardan en önemlisi, 19. yüzyılda ortaya çıkan ve günümüzde de yaygınlığını koruyan milli eğitimidir. Milli eğitim, Avrupa merkezli olarak ortaya çıkan ve çok yönlü toplumsal ve siyasi değişimlerin sonucunda şekillenen ulus toplumuna dayanan bir eğitim anlayışıdır. Bu anlayışı kavrayabilmek için milli eğitimin, eğitim ihtiyacını karşılayacağı insan ve topluma yönelik kabulleri, bu kabulleri yerleştiren tarihi ve sosyal dönüşümü ve bu dönüşüm arkasında yatan psikolojik, toplumsal, ekonomik, siyasi ve dini faktörleri anlamak

gerekir. Bu yüzden bugünkü eğitim yaklaşımlarını değerlendirmek için Avrupa'yı milli eğitim uygulamalarına götüren gelişmeleri gözden geçirerek günümüzdeki kapsayıcılık ve geçerliliğine yeniden karar vermek gerekir. Çünkü eğitim, müfredatını gelecek öngörülerine göre belirlerken, aydınlatmayı üstlendiği toplumun köklendiği geçmiş ve süregeldiği birikimlerle şekillenen bir faaliyettir. Bu bakımdan modernliğin siyasi ve sosyal örgütlenme biçimi olan ulus devletlerin ekonomik, siyasi ve sosyal zemininde biçimlenen milli eğitim, bu gelişmelerin ortaya çıkardığı toplumsal yapının bütün fertlerini fırsat ve imkân eşitliği ilkesi etrafında bütünleştirmeyi amaç edinen bir anlayışa dayanır (Gramer ve Browne,1982:3).

Milli eğitim uygulamalarının yorum ve değerlendirilmesinde tarihsel dayanakları kadar psiko-sosyal dayanakları da dikkate alınmalıdır. Çünkü eğitim kurumları bütün toplumsal kurumlar gibi siyasi ve sosyal bir temele dayanır. Bu temel, eğitim yoluyla kazandırılmak istenen bilgi, beceri, alışkanlık ve değerler ile o sosyal birime ait bireysel ve toplumsal anlamları belirler. Eğer toplum kabile, zümre, sınıf, soy esasına göre oluşmuş ise eğitim sistemi de doğal olarak toplumun bu yapısını sürdürmeyi ve geliştirmeyi amaçlar. Yine toplum ulus, ümmet ya da daha gevşek bir toplumsal yapı olan vatandaşlık esasına göre oluşmuş ise eğitim mevcut yapının aracı olarak işlev yürütür. Bir anlamda siyasi ve toplumsal örgütlenme şekli ne ise toplumsal yapı ve unsurları da o'dur. Bu noktada genel yapı ile o yapının araçları(kurumları) arasında sistemli bir ilişkinin olması, en başta devlet ve toplumun varlığını sürdürme güdüsüne, daha sonra siyasi, hukuki ve toplumsal değişkenlere dayanır. Çünkü toplumun örgütlenmiş biçimi olan devlet, egemenliğin kaynağına ve uygulanış biçimine göre kurumsallaşır ve kurumların işleyişine yön verir. Doğal olarak burada belirleyici unsur iradeyi kullanan ya da elinde bulunduran güçtür. Bu sebeple her eğitim sistemi bağlı bulunduğu siyasi ve toplumsal üst yapının gelişim ve devamında kendisine yüklenen rolü yerine getirir. Bu yönüyle bütün toplumlar eğitimi, üyelerinin uyumu ve sosyalleşmesi için kullanırlar. Amaç, bir sosyal düzenin kurulması, yaygınlaşması ve devamı için gerekli bilgi, alışkanlık ve değerler sistemini yaratmaktır (Gaworek, 1977:55). Bu anlamda eğitim sistemleri, örgütlendikleri topluma göre farklı fonksiyonlar üstlenirler. Bu fonksiyonlar, devrimci toplumlarda kültürel değişimi yayma ve yeni bir ideoloji ahlâkı kazandırma; durağan toplumlarda (reaksiyoner) geçmiş toplum düzenlerini ve ahlâk sistemlerini koruma ve aynen devam ettirme şeklinde olmaktadır (Wallace,1961). Bu durumu, eğitim kurumlarının ülkelere göre değişen siyasi ve sosyal işlevlerinde açıkça görmek mümkündür.

Ulus sosyal birimi üzerine örgütlenmiş bir toplumun eğitim anlayışı, eşitlik ve ortak üst kimlik esasında bütünleşen üyelerin birliğini esas alan "ulus" yapısı-



nı temele aldığı için milli eğitim olur. Bunun aksi düşünülemez. Burada belirli bir dönüştürme amacı güdülse bile; varoluş biçimi gereği, halkın siyasi ve toplumsal sosyalleşmesinde gereksinim duyulan bilgi, beceri ve değerlerin kazandırılması söz konusu olduğundan, siyasi ve toplumsal yapı ile onun kurumları arasında bir tutarlılık söz konusudur. Bu konuda ulusun yapay, siyasi ya da tamamen modernite ürünü olduğu yönündeki görüşler (Kedourie, 1971; Gellner, 1992; Anderson, 1995) olmakla birlikte; toplumsal örgütleniş biçimi, dayandığı sosyal temel ve devamı arzulanan birlikteliğin niteliği eğitimi millileştirir.

Modern toplumun ortaya çıkışına paralel olarak gelişen; ulus birimi etrafında insanın bireysel, sosyal ve siyasi yönlerini geliştirmeyi amaç edinen milli eğitimin ortaya çıkışı, felsefi temelleri, gelişim seyri ve uygulamalarının anlaşılabilmesi için farklı sosyal bilim alanlarının ürettiği bilgilerle kapsamlı ve çok yönlü bir analize ihtiyaç vardır. Böylece elde edilen bulgular ışığında milli eğitim anlayışının yapay mı, doğal mı, siyasi mi, toplumsal mı, eklektik mi ya da bu birim çerçevesinde sosyalleşen bireylerin insani bir talebi mi gibi temel sorulara olabildiğince objektif cevap bulunabilir. Aynı zamanda milli eğitim yaklaşımını ortaya çıkaran iç ve dış faktörlerin ne kadar yerel, milli ve evrensel etkilere dayandığı ve bunların milli eğitimleri ne düzeyde farklılaştırdığı “milli eğitimin” ortak ilkelerinin belirlenmesi bakımından da önem arzeder.

Milli eğitimin temele aldığı millet (ulus), Türkçe sözlüğe (TDK, 2011:1683) göre, “çoğunlukla aynı topraklar üzerinde yaşayan, aralarında dil, tarih, dil, kültür, gelenek ve görenek birliği olan insan topluluğu” olarak tanımlanır. Hobsbawm (1995:30), ulusu; “belirli bir toprak parçası üzerinde yaşayan, aralarında ortak gelenek, özlem ve çıkarlar bulunan, birliğini sürdürme sorumluluğunu merkezi iktidara bırakmış bir devlete bağlı halk”; Giddens (2005: 159), “hem dâhili devlet hem de diğer devletler tarafından tepkisel olarak gözetilen, üniter bir yönetime konu olan ve açıkça belirlenmiş bir bölge içerisinde var olan bir ortaklık.” Smith (2013:21) ise; “tarihi bir toprağı (ülkeyi), ortak mitleri ve tarihi belleği, kitlesel bir kamu kültürünü, ortak bir ekonomiyi, ortak yasal hak ve görevleri paylaşan bir insan topluluğu” şeklinde açıklar. Guibernau (1997:92) ise; “bir topluluk oluşturma bilincine sahip, ortak bir kültürü paylaşan, açıkça belirlenmiş bir toprak üzerinde yerleşik, ortak bir geçmiş ve gelecek projesine sahip ve kendi kendini yönetme hakkına sahip bir insan grubu” olarak tanımlar.

Sosyolojik açıdan ulus; aynı kültür ve egemenlik alanı üzerindeki kültürel, ekonomik ve siyasi sistemlerin kesişmesi ile yerel kültürlerin standartlaşarak merkezi iktidar tarafından desteklenen bir üst kültür ile çevrenmesini ifade eder (Leca, 1998:3). Bu aşamada ulus yapısına göre örgütlenme, devleti ya da siyasi iktidarı merkezileştirmeyi, kültürü standartlaştırmayı, hukukta eşitlik

ve ekonomide bütünleşmeyi sağlamayı gerektirir (Sarıbay 1998: 217; Aydın, 2018). Yani Ulus-devlet; aile, cemaat, köy, aşiret gibi birincil toplumsallık alanlarının yerine devletin merkeziliğinde ikincil toplumsallaşma alanını hâkim kılmayı amaçlar. Bu süreç, toplumsal birim olarak cemaatten-cemiyete geçişi, insanın kazandığı özgürlükler ile de cemaat içerisinde kaybolan bireyin tekil şahsiyet kazanımını sağlar (İnsel, 2000:61). Bu yönüyle uluslaşma, gelişen yeni toplumsallaşma biçimiyle geleneksel toplum yapılarının ve bütünleşme araçlarının işlevsizleşmesi sonucu, yeni bir sosyal bütünlüğün ortaya çıkışını ifade eder. Bu yapılanmada; ortak dil, tarih ve gelecek arzusu ile kültürel ve siyasal yönden bütünleşmiş homojen bir halk ve üniter devlet oluşumu söz konusudur (Akıncı, 2012:70).

## ULUS ÖNCESİ TOPLUMLARDA EĞİTİM

Ulusal eğitimin ortaya çıkışına kadar insanlık; avcı, kır ve tarım toplumu, aşamalarından geçmiştir. Her dönem eğitim açısından kendine has özellikleri ile incelemeye değer olsa da özellikle modernlik öncesi dönem (tarım toplumu) ulusal eğitimin ortaya çıkışını açıklamak bakımından daha önemlidir. Eğitim faaliyetleriyle, ilk insandan (Homo Sapiens) zamanımıza sürekliliğin sağlanabilmesi için genç kuşaklara mevcut bilgi, beceri ve değerlerin birikiminden oluşan muhtevanın aktarımı söz konusudur. Hayatın devamı için kültürleme mecburiyetiyle başlayan bu süreç, eğitim kurumunu ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle, tarihsel süreçte eğitime yüklenen anlama göre müfredat ve yöntemler değişmekle birlikte, eğitim olgusunun değeri artarak süregelmiştir. İnsanlık; avcı-toplayıcı, tarım, sanayi olarak adlandırılan farklı toplum biçimleri yaşamış, her toplum biçimi beraberinde kendi eğitimini yaratmıştır (Şimşek, Küçük ve Topkaya, 2012: 281).

Modern dönemin kökenleri bir önceki evre olan geleneksel toplum (tarım) dönemine uzanır. Bu bağlamda tarım toplumu; tarımsal üretim ve yaşam biçiminin hâkim olduğu, halkın büyük bölümünün kırlarda yaşadığı cemaat tipi sosyal yapılaşma nedeniyle insanın kişisel yönünün sınırlı olduğu bir toplumdur. Bu yönüyle tarım toplumlarında; ailesiyle, klanıyla, köyüyle, kasabasıyla, loncasıyla mutlaka bir cemaat içinde yer alan ve bundan dolayı biz duygusuna sahip insan vardır (Tönnies,2019). Dayanışma ruhunun ve cemaat iradesinin üst düzeyde olduğu bu zamanda ilişkiler yakın ve samimidir. Akrabalık bağları ve aile kavramı ön plana çıkmaktadır. Çünkü toplumsal yaşamın temel birimi ailedir. Soy ve akrabalık bağına göre oluşan aileler genellikle geniş aile şeklindedir. Aynı zamanda durağan olan bu toplum yapısında statüler doğuştan gelmektedir. Bu nedenle sınırlı bir toplumsal değişmeden söz edilebilir (Bozkurt, 2009:160). Dolayısıyla daha çok fiziksel ihtiyaçlara bağlı yaşamın

hüküm sürdüğü bir toplumsal yapı dikkat çeker. Yol güzergâhlarında az sayıda kent ve bu kentlerde ticaretle uğraşan küçük bir zümre olmakla birlikte, üretimde temel kaynak toprak olduğu için Batı'da insanlar toprakla ilişkilerine göre soylular, köleler, serfler olarak sınıflara ayrılmıştır.

Geleneksel toplumlarda sosyal hayatın işleyişi geleneklere dayanır. Din, bu toplumlarda tüm yaşamı biçimlendiren esas unsurlardan biri durumundadır. Din ve ona bağlı gelenek, örf ve adetler toplumsal yaşamın başlıca normlarını oluşturmaktadır. Hukuk sistemi akıl dışı kaynaklara bağımlı olduğu için beşeridir. Bu nedenle tarım toplumunda din, kral (yönetici) çevresinde teşekkül eden düzenin meşruluğunu sağladığı için, idari yapılarda monarşi ve oligarşi yönetimleri yaygındır. Bunlardan mutlak monarşilerde, egemenlik otoritesinin dinsel niteliğinden dolayı, doğuştan ve paylaşılamaz olan hükümdarlık yetkileri uhrevidir. Bu yüzden modernlik öncesi toplumlarda insan; varlığını kral, sultan, papa, halife, derebeyi ve oligarşik zümreye adanmış "kul, tebaa, ümmet" olarak adlandırılan varlıktır. Bu nedenle üst sınıfla halk arasında derin sınıf ayrımı ve bu ayrıma bağlı statü farkı vardır. Bu dönem siyasi coğrafyalar; yönetim işleyişi kişiselleşmiş küçük idari birimlere (derebeylik) bölündüğünden, her bir bölgenin, dil, inanış, hukuk, askerlik ve vergi gibi konularda birbirinden farklı olmasından dolayı, merkezi otorite ile bağın daha çok vergi ve askerlik yoluyla kurulduğu bir dönemdir (Bloch, 1983). Bu nedenle dönemin devletleri fetihçi oldukları için güçlü ordular bulundururlar. Diğer taraftan bu toplumsal yapının geçerli olduğu coğrafyalarda ulaşımın kısıtlı oluşu, iletişimin söze dayanması, toplumda çok az sayıda okur-yazarın bulunması ve günümüzdeki gibi matbu eserlerin bulunmaması nedeniyle geniş halk kitleleri arasında merkezi kültür gelişmemiştir. Sosyal yapının üst tabakasında yöneticiler, toprak sahipleri, din adamları ve üst düzey yöneticiler bulunmaktadır (Poloma,1993:328).

Tarım toplumunda örgün eğitim sınırlı olduğu için halk kesimleri yaygın eğitim yoluyla kültürleniyordu. Bu dönemde eğitim, seçkinlerle sınırlı saraylarda, ya da Hıristiyan katedral ve manastır mektepleri ve medrese gibi dini mekânlarda belirli uzmanlık alanları dışında daha çok dinsel eğitim şeklindeydi. Örgün eğitim, sadece üst zümrenin gidebildiği saray çevresindeki okullarda yapılmaktaydı. Bunun dışında, toplumun törenlerinin yürütülmesi, tedavi, bilgelik ve kâtiplik gibi alanlarda yarı profesyonel hizmet verecek insanların usta-çırak ilişkisi içerisinde eğitilmesi söz konusuydu. Aynı şekilde o yıllarda, modern dönemdeki gibi okullarda geçen uzun eğitim yaşantısı yoktur. Zaten döneme ait bulgular, devletlerin birçoğu eğitimi yönetici adayları ve bürokratik hizmetleri yürütecek kişilerin yetiştirilmesi dışında görevi olarak görmediğini de göstermektedir (Aytaç, 1992). Bu nedenle modern zamanlara kadar Avrupa'da eğitim kurumları kilise kontrolündedir. Diğer toplumlarda da eğitim

faaliyetlerinin yürütülmesi, öğretmen ihtiyacının karşılanması, maddi kaynak temini bakımından benzer durum söz konusudur.

Erken dönemde Yunan, Sümer, Çin uygarlık bölgelerinde zaman zaman Orta Çağ döneminden daha ileri düzeyde eğitim anlayışı ve uygulamaları görülse de, toplumunun orta ve alt kesimlerinde bilgi ve değerler, aileden başlamak üzere, sosyal çevre içerisinde “deneyim” yoluyla aktarılmaktadır. Erkekleri yetişkinliğe hazırlayan erkek yeterlilikleri baba ve yakın sosyal modellerden, kızları hazırlayan kadın yeterlilikleri de anne ve aile içi modellerden öğrenilmekteydi. Usta-çırak ilişki içerisinde mesleki yeterliliklerin kazanıldığı tarım toplumunda, çırak, bir ustanın yanında yetişerek mesleğin gerektirdiği becerilere sahip olurdu. Bu nedenle tarım toplumunda temel iktisadi faaliyetler tarım, el sanatları ve kısmi hizmet sektörü olduğundan işgücü tarımsal işkolları kapsamında loncalar yoluyla küçük esnaf şeklinde örgütlenmiştir (Gellner, 1992:75).

Modernlik (milli eğitim) öncesi dönemde eğitimin kamusal bir faaliyet olmaması nedeniyle belirli bir siyasi sınırlar içinde birbirinden kopuk halde yaşayan toplulukları kaynaştıracak merkezi bir kültür oluşmamıştır. Bu duruma iletişim ve ulaşım imkânlarının dar bir coğrafi yaşam alanındaki sosyalizasyona imkân verdiği de düşünülürse o dönemde eğitimin gücünün birincil grup sınırı içinde kalması da anlaşılabilir. Bu durum toplumsal yapı içerisinde ihtiyaç duyulan nitelikli insan gücünün eğitilemediği anlamına da gelmemektedir. Zamanın şartları içerisinde ihtiyaç duyulan alanlarda eğitim alan küçük bir kesim vardı ve bu kesime eğitim verenler de sahip oldukları bilginin öneminden dolayı halkın üzerinde bir statüye sahibi olmuşlardı. Ancak bu dönemde; ulema, bilgin sıfatına sahip bu kişilerin tecrübe ve yazma kitaplar üzerinden aktardığı bilgi, gerek niteliği gerekse dolaşım alanının sınırlılığından dolayı toplum yaşamında değiştirici güce sahip değildir. Zamanla yazı kullanımının yaygınlaşması ile birlikte kütüphanelerin devreye girmesi, çağın bilgi birikimini ve dağılımını hızlandırmıştır. Bu birikimin belirli bir sınıf içerisinde kitleselleşmesi ise yüksek öğretimin karşılığı olan medrese, kolej ve batılı ilk üniversiteler yoluyla gerçekleşmiştir. Özellikle bu gelişimde skolâstik eğitim kurumlarının rolü büyüktür (Makdisi, 2015). Manastır mekteplerinin birleştirilerek kent merkezlerinde üniversite düzeyinde okulların açılmaya başlaması Orta Çağ’ın sonlarına doğru Bologna, Paris, Oxford, Modena, Cambridge gibi Avrupa’nın birçok şehrinde bugünkü üniversitelerin temelini oluşturmuştur (Aytaç, 1992). Bu okullar, dini eğitimin yanında edebiyat ve sanat alanlarına yönelik dersler ve Yunan ve Latin kaynaklarına önem veren eğitim anlayışları ile moderniteyi hazırlayan kaynakların öncüsü olmuştur. Bütün bu gelişmeler, Orta Çağ’ın sonlarına doğru eğitim imkânlarını belirli bir zümrenin dışındaki kesimlere açmaya başlasa da yine de toplumun çok küçük bir kesimi ile sınırlı

oluşunu değiştirememiştir.

Ulus öncesi dönem eğitim faaliyetlerinin yaygın eğitim ağırlıklı oluşu planlı bir durum olmayıp tamamen dönemin şartları ve anlayışı ile alakalıdır. Bu anlayış dünyanın her bölgesinde benzerlik göstermektedir. Eğitim plansız, geleneksel ve daha çok modeller üzerinden gerçekleşmektedir. Anne-baba, akran, topluluk önderleri, büyücü, şifacı, asker ve papaz gibi dini temsilciler bu kişilere örnek verilebilir. Yaygın eğitim, toplumsal sınıflara benimsetilen geleneğin korunması amacını güttüğü için aile üzerinden başlayıp cemaat içerisinde gerçekleşen sosyalizasyon ön plana çıkar. Bu nedenle karakter, beden ve askerlik yeterliklerini merkeze alan eğitim uygulamaları, daha çok sınıf ve cinsiyet temeline göre belirlenmiş görevlerin öğretiminden oluşmaktadır. Öğrenciye ortak kültür değil de aşirete dair kısmi kültür verilir (Tezcan, 1993:31). Ayrıca okuma yeterliliği daha çok dini metinlerle sınırlıdır.

## AVRUPA'DA MİLLİ EĞİTİMİ HAZIRLAYAN GELİŞMELER

Avrupa'da milli eğitimin ortaya çıkışında 13. yüzyıldan itibaren gerçekleşen bir dizi askeri, dini, siyasi, ekonomik, bilimsel ve kültür-sanat alanındaki gelişmeler rol oynamıştır. Ortaya çıkan bu gelişmeler 19. yüzyıla gelindiğinde bütün dünyayı etkileyerek başta batı Avrupa coğrafyası olmak üzere kuzey Amerika ve diğer Avrupa toplumların da kapsamlı bir sosyal değişime yol açmıştır. Akabinde ortaya çıkan değişim ve bu değişime dayalı toplumsal düzen, dünya sathına yayılarak bugünkü "batı" merkezli uygarlığın oluşumunu hazırlamıştır.

## TOPLUMSAL DEĞİŞİMİN TARİHİ TEMELLERİ

### Kavimler Göçü

Dördüncü yüzyılın ortalarında Orta Asya'dan batıya göç eden Hunlar, doğu Avrupa'da yaşayan diğer Türk grupları ile birlikte Gotlar, Alanlar ve Cermen kavimlerini sıkıştırarak batı ve güneye doğru sürüklemiş, tarihte "Kavimler Göçü" olarak adlandırılan büyük yer değiştirme hareketini başlatmışlardır. Bu göçle Hunlar; İngiltere, İspanya ve kuzey Afrika'ya kadar bütün Avrupa üzerinde göç dalgasına ve sosyal hareketliliğe neden olmuşlardır. Saksonların Britanya'ya saldırmaları, Cermenlerin ren bölgesine yerleşmeleri, Sarmatlarla yaşanan çatışmalarla Gotların balkanlara yerleşmeleri ve Germen saldırıları ile Batı Roma İmparatorluğunun yıkılışı (476) bu dönemde olmuştur. Bu yönüyle önlerine çıkan yerleşik kavimleri yurtlarından atarak Avrupa kavimlerinin yeniden harmanlayan ve yıllarca süren 'kavimler göçü', günümüz Avrupa devletlerinin temellerini atan çok önemli bir tarihi olay sayılır (Kurat, 1972:13; Kafesoğlu, 1998: 80; Roux, 2007: 71). Bu tarihten itibaren Batı Roma İmparatorluğu toprakları

üzerinde Ostrogotlar, Vizigotlar, Franklar gibi kavimler kendi krallıklarını kurmuşlardır (Vasiliev, 1943: 132). Sonuçta kavimler göçü Avrupa'da bazı kavimlerin yer değiştirmesine, bazılarının birbiri ile etkileşime girerek kaynaşmasına, bazılarının da ileride ortak kimlik oluşturacakları coğrafyaya yerleşmelerine yol açmıştır. Bu anlamda kavimler göçü, batı Roma devletini yıkarak feodaliteyi ortaya çıkardığı gibi topluluklar arasındaki teması artırarak yeni kaynaşmalarla Avrupa'nın etnik yapısını etkilemiştir (Gat ve Jakobson, 2013:183).

### Feodalitenin Yıkılışı

Roma İmparatorluğunun yıkılışı ile Avrupa toplulukları üzerindeki merkezi otoritenin kaybolması sonucu oluşan boşlukta kendi bölgelerinde toprağa hâkim olan soylular, ruhbanlar ve savaşçı senyörlerin her biri nüfuzları altına aldıkları coğrafyada ekonomik düzenden hukuka kadar özerk, toprağa dayalı kişisel bir yönetim yapısı oluşturmuşlardır. Bu anlamda Feodalite; eski Roma toprakları üzerindeki egemenliğin parçalandığı, beylikler arasında birliğin olmadığı, beylerin hükümlerini altındaki insanlar üzerinde sınırsız hakkının bulunduğu, halk arasında çok derin sınıfsal eşitsizliğin olduğu ve merkezi otorite rolünü de kilisenin üstlendiği bir siyasi yapıyı ifade eder (Bloch, 1983; Göze, 2000; Aydemir ve Genç, 2011:228). Bu nedenle Feodal düzende; geniş topraklara sahip olması, örgütlü hiyerarşik yapısı ve ana bilgi kaynağı olan din gücünü temsil etmesi nedeniyle kilisenin özel bir konumu vardır.

Bütün Orta Çağ döneminde geçerli olan bu düzen, Yunan ve Roma devletlerinde görülen köleliği kendi şartlarına göre yeniden yorumlayarak, toprak merkezli yeni bir üretim düzeni getirmiş bu düzen geçmiş dönemlerden çok daha derin ve sürekli çatışmalar ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda Feodal üretim ilişkilerinin ortaya çıkışı, Roma İmparatorluğunu yıkan kabilelerde ilkel ilişkilerin çözülmesi ve özel mülkiyete dayalı sınıf ilişkilerinin oluşması sayesinde hızlanmıştır. Ancak bu hızlanmanın zamanla çeşitli sosyal sınıflara ayrılan ve aralarında büyük eşitsizlik bulunan toplumda alt sınıfları bütünlendirdiği görülür. Böylece, dönemin gerginlik ve çatışmalarıyla zirveye ulaşan aristokrasi ile orta ve alt sınıflar arasındaki çatışmalar, ulusal devletlerle ortaya çıkan birleştirici ve eşitleyici ilke ve değerlerin belirginleşmesini sağlamıştır (Göze, 2000:140). Bu bakımdan köylü ayaklanmalarının feodal düzeni sarsarak zayıflatması, ilerleyen yıllarda ortaya çıkacak köklü toplumsal değişimlerin öncüsü burjuvazinin yerini pekiştirmiştir. Bu, aynı zamanda burjuvazinin feodalite sonrası politik iktidarı ele alarak egemen sınıf haline gelmesine de yol açmıştır. Zaten sosyolojik bir olgu olarak ulus devlet, feodal karakterdeki bir siyasi düzenden, merkeziyetçi özellikleri ağır basan bir siyasi düzene geçişi temsil eder (Smith, 2002:7).



## Coğrafi Keşifler

Coğrafi keşifler, Avrupalıların; 15. yüzyılın sonu ile 16. yüzyılın başlarında Ümit burnu, Amerika, Afrika kıyıları, Hindistan, Yeni Zelanda, Kanada, Meksika, Brezilya gibi kıta aşırı coğrafya ve yolları keşfetmesidir (Arnold,1995). Bu keşifler sonucunda doğu-batı arasındaki iki ana yol güzergâhı olan ipek yolu ve baharat yolu önemini yitirmiş, Atlas okyanusu üzerinden deniz yolları önem kazanmıştır. Böylece altın ve gümüş gibi değerli madenler, baharatlar, daha önce bilinmeyen domates, kakao, vanilya ve tütün gibi bitkiler, ipek, kürk gibi ticaret mamulleri ve ilerleyen yıllarda sanayi hammaddeleri Avrupa kıtasına taşınmaya başlamıştır. Portekizli ve İspanyol denizci ve seyyahların öncülüğünde başlayan dini görünümlü bu keşiflere daha sonra İngiltere, Hollanda, Fransa ve diğer devletler de katılmıştır.

Coğrafi keşifler, Avrupa'da tarım merkezli ve belirli bir zümrenin refahı ile sınırlı ekonomiyi sarsarak geleneksel aristokrasi dışında ticaretle zenginleşen yeni bir zümrenin doğuşuna yol açarak kuram ve uygulamaları ile moderniteye temel oluşturacak yeni ekonomik yapının oluşumunu başlatmıştır. Diğer taraftan coğrafi keşiflerle deniz aşırı ülkeler, topraklar ve kültürler keşfeden Avrupa ülkeleri, sömürgeciliğin ilk adımlarını atarak bu bölgelerden elde ettikleri birikimleri yeniden bu bölgelere ihraç ederek merkezi konuma yükselmenin adımlarını atmışlardır. Keşiflerle Avrupa, dünyanın farklı bölgelerinden sadece ticaret mamulleri taşıyor aynı zamanda Amerika gibi bölgelerde elde ettiği yeni tarım alanlarına da sahip oluyordu. Bu durum, keşiflerle dış kaynaklar bulan ya da ticarete maliyeti düşüren ülkelerde oluşan refahla birlikte, toplumsal hayatı etkileyecek birtakım düşünce ve uygulama değişikliklerini de beraberinde getirmiştir.

Coğrafi keşifler, Avrupa'nın sadece iktisadi yapısını değiştirerek yeni kaynaklar bulması anlamına gelmemektedir. Şüphesiz kazanılan bu yeni kaynaklara sahip olma yeteneği, aynı zamanda Avrupa'yı iktisadi araçların dışında kültürel araçlarla da kıta dışına açılımının yolunu açmıştır. Kendi içinde feodal yapıyı sarsan etkenlerden biri olan bu keşifler, Portekiz, İspanyol, İngiliz krallarına güç katarken, tarım karşısında ticaret ekonomisi genişledikçe geleneksel aristokrasi karşısında yeni orta sınıfın doğuşunu da başlatmıştır. Diğer taraftan oluşan yeni sosyo-ekonomik yapı ve o yapının dayandığı kesimin sadece refah gücü artmamış; aynı zamanda yeni ticaret bölgelerinden yansıyan kültürel birikimler, bu yeni sınıfın ufkunu da etkileyerek kilise dışı sanat, edebiyat ve düşüncenin gelişimini de hızlandırmıştır (Burke, 2004). Çünkü yeni yollar ve ülkelerin keşfi; maceraperestler, denizciler, seyyahlar, tüccarlar dışındaki kesimlerin hem eski medeniyet bölgelerine ulaşabilirliğini artırmış hem de yeni bölgeler görmeleri bilim ve uygarlık anlamında da Avrupa'nın merkezileşmesini başlatmıştır.



Bu yüzden yöneticilerin de desteği ile doğunun, Müslümanların, Yahudilerin, Mısırın, Yunanın Orta Çağ ve öncesine ait uygarlık aracı olabilecek birikimleri daha yakından izlenmeye başlanmış, Avrupa'da dar bir çevre arasında paylaşılan bu bilgilere daha geniş bir zeminde dolaşım imkânı doğmuştur. Bu nedenle, Avrupa'da toprağa sahip olanlar dışındaki kentli burjuvanın yükselişi, elde edilen deniz aşırı kaynaklarla doğrudan ilişkilidir (Arnold, 1995).

Avrupa tarihi açısından coğrafi keşiflerin ekonomik sonuçları kadar Avrupalı orta sınıfla başlayan zihniyet değişimine yol açması; sömürgecilik, misyonerlik, köle ticareti gibi iktisadi refahı daha çok artırma arzusu ile kapitalizmin aşırı uygulamalarını da beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte, Yeniçağ başlarında Avrupa'da doğan bu keşifçi ruh, yalnızca bilinmeyen yerlerin keşfini değil aynı zamanda birçok alandaki buluş ve yenilikleri de tetikledi. Ortaya çıkan merak ve keşfetme güdüsü, doğayla insanın mücadelesinde yeni bir dönem başlatarak keşifler için gerekli azim, istek ve kararlılığı ve **öncülerin** cesaretini kamçıladi. Bu yönüyle, 15. yüzyıldaki keşiflerle başlayan merak, keşfetme ve sahip olma arzusu; sömürgecilik, soykırım ve ırkçılık gibi uygulamalara dönüşse de Avrupalıların özgüven duygusunu yükselten gelişmelerin temelinde Coğrafi Keşiflerin payı büyüktür (Hanılçe, 2010:70).

### Milli Kiliselerin Oluşması

Batı Roma İmparatorluğunun yıkılmasından sonra Avrupa, uzun bir süre Feodalite düzeninin belirleyici olduğu bir hayat sürmüştür. Bütün Avrupa kıtasına hâkim olan bu yapıda geniş siyasi etki ve kontrol alanları olan devletler olmadığı için merkezleşme aracı olarak kilise ön plana çıkmıştı. Hıristiyanlık dininin iki yaygın yorumundan biri olan Katolikliğin, Ortodoksluğun hâkim olduğu doğu Avrupa dışında adeta tek kalması, nüfuz alanındaki köklü siyasi geleneğin ortadan kalkması ile dini konumunu daha da yükseltmişti. Bu durum Roma Katolik Kilisesini, dönemin siyasi, ekonomik ve toplumsal alanlarını kontrol eden merkez haline getirmiştir. İmtiyazlı evrensel merkez olma hedefindeki Katolik kilisesi, dinin ana bilgi ve düşünce kaynağı olduğu Orta Çağ dünyasında toplum hayatını kendi yorumları çerçevesinde kontrol ederken gün geçtikçe artan gücünü özellikle tarım alanlarının önemli bir kısmına sahip olması, kilise mahkemelerini etkin olarak kullanması, eğitim kurumlarını tekeline alması sayesinde karşı çıkan çevreler üzerinde çok yönlü bir baskıya dönüştürmüştü (Braudel, 2014). Bu durumun meydana getirdiği huzursuzluk bazı kilise mensupları başta olmak üzere, kilise baskısından bunalan düşünürleri, toprağı işleyen köylüleri ve yerel beyleri araya itmiştir.

Reform ihtiyacının ortaya çıkmasında kilise düşüncesinin iki özelliğinin önemli rolü olmuştur. Bunlardan ilki kilisenin gelenekçi din yorumu ve bu yorum-

larla halkın dünyevi hayatının sarmala alınmasıdır (Smith, 2001). Kilise mensupları bunu yaparken kendilerine tanrısal bir anlam yükleyerek halkın İncili okuma, anlama ve yorumlamasına izin vermemekte, oluşturdukları bağımlılığı kullanarak, önemli bir nüfusu topraklarında çalıştırmakta, halktan ağır vergiler yüklemekte, karşı çıkanları aforoz etmekte, kendi özel mahkemelerinde (engizisyon) yargılayarak hapishanelerine atmaktadır (Demirci, 1995:239). Ayrıca elde ettikleri statüleri sürdürmeye çalışırken büyük mabetler inşa etmeleri ve abartılı yaşamlarından dolayı ekonomik darboğaza sebep olmaları, bununla yetinmeyip endüjans kâğıtları satmak, paralı unvanlar dağıtmak gibi yöntemler geliştirmeleri kiliseye olan güveni sarstığı gibi öfkeyi de artırmıştır.

Katolik kilise düşüncesinin dikkat çeken ikinci özelliği, irrasyonel kaynak olan İncil'in okunmasında, ibadet ve okullardaki dini eğitimde Latince kullanılmasında ısrarcı olmasıdır. Bu durum Latinceyi din dili haline getirirken, farklı yerel çevrelere sıkışan halkın Latinceyi konuşamaması ve anlamaması nedeniyle dini okuryazarlığın bile kilise dışına çıkışını engellemiştir. Çünkü bu dönemde toplumun içe kapanmasıyla birlikte parçalanmışlığın giderek derinleştiği düşünülürse hiç değilse belirli bölgelerdeki yaygın yerel dillere çevrilmesi veya dinin mesajlarının halkların dillerinde verilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Ancak, mevcut Katolik inancı buna izin vermemektedir. İşte 15. yüzyılla birlikte ruhbanlar egemenliğinde içe kapanmış Avrupa'da; Rönesans, Coğrafi keşifler gibi toplumsal yapıyı sarsan gelişmelerle katı dogmatik geleneğe karşı çıkan din adamları ve bilginler öncülüğünde bazı kıpırdanmalar ortaya çıkmıştır. Düşünce dünyasında iz bırakan bu hareketlilikte eleştirilerin odağındaki ilk kurum Katolik kilisesi olmuştur (Casanova, 2014:33).

Erasmus, Luther gibi düşünce adamlarının öncülüğünde Katolik kilisesine karşı ortaya çıkan başkaldırıda Luther ve Calvin gibi din adamı ve düşünürlerin hem kilise dışı bilgi kaynaklarını önemseyen yaklaşımları hem de mevcut teolojik yorumları şiddetle eleştirmeleri ile ortaya koydukları dini yorumlar çok etkili olmuştur. Böylece, Luther ve Calvin gibi kilise mensuplarının başlattığı bu çalışmalar sonucunda, mevcut Katolik Kilisesinin teoloji anlayışı ve uygulamaları sorgulanmış, ortaya konan yeni yorumların kabul ve destek görmesi ile Katolik kilisesinin merkezi otoritesi ortadan kalkarak, evrensel cemaat oluşturma ideali de sarsılmıştır. Bu nedenle milli kiliselerin ortaya çıkışı ile birlikte ana diller üzerinden yerel kültür unsurları ile barışık bir dini sosyalleşmenin başlaması, aynı zamanda ulusal dillerin de gelişimine hizmet ederek geleneği temsil eden Katolik düşüncesinin hâkimiyet alanının daraltmıştır (Acar, 2001; Braudel, 2014).

Dinde reform hareketlerinin ortaya çıkışında "Deliliğe Övgü" isimli eseriyle kilisenin görkemli ayin ve törenlerini eleştirip, Hz. İsa ve ilk Hıristiyanların

gösterişten uzak sade yaşamlarını dile getirerek modernleşmenin evrensel niteliğine de yön veren Desiderius Erasmus'un hazırlayıcı rolü büyüktür. Daha sonra "95 Maddelik Tez" adını verdiği kapsamlı reform önerileri ile önce Latince, sonra ulusal dillere çevrilerek Avrupa'ya yayılan ve Hıristiyanlık tarihine üçüncü büyük mezhebi kazandıran Martin Luter'in yenilikçi din yorumu etkili olmuştur. Luther (Luther, 2019) tezinde; endüljans uygulamalarını din dışı bulması, papalık otoritesinin sınırsız yetkilerini eleştirisi, ruhban sınıfının çeşitli uygulamalarını sorgulaması, iman, kurutuluş, tövbe ve din-birey ilişkisinde kilisenin yorumuna karşı çıkması, din dışı bilgi kaynaklarına tolerans, ana dilde ibadet gibi modern uygarlığa ışık tutan mesajları toplumsal hareketlere rehber olmuştur. Reform hareketinin diğer önemli ismi Jean Calvin'dir. Calvin, üretim ve çalışmayı teşvik eden fikirleriyle üretim, tasarruf ve zenginleşmeyi inanç sisteminin temelini alması burjuva sınıfının oluşması ve gelişiminde önemli bir rol oynarken, insanlara, siyasi otoritenin kötüye kullanılması durumunda karşı koyma izni vermesi, sermaye birikimine ve alt zümrelerin baskıcı otoritelere karşı direnişe yol açmıştır.

Martin Luther'in öncülüğünü yaptığı reform hareketi, Hıristiyanlıkta Roma Kilisesinin ve Papanın tekeline kıvrarak ruhban sınıfının Tanrı ile fert arasındaki rolünü sınırlamış, kısa sürede Almanya, Fransa, İngiltere ve Kuzey Avrupa ülkelerinde taraftar bularak ulusal kiliselerin kurulmasına yol açmıştır. Böylece dinde reformasyon hareketi ile Katolik mezhebin katı ve değişmez din yorumu yerini Protestanlığın daha ılımlı yorumlarına bırakmıştır (Çüçen, 2006:26). Bu tarihten sonra Almanya, Fransa, İngiltere gibi ülkelerde Protestan, Calvinist, Anglikan kiliseleri gibi milli kiliseler yaygınlık kazanmıştır. 16. yüzyılın ortalarına doğru Almanya, İngiltere, Fransa'da kurulan yeni mezhebin inanışlarını temele alan kiliseler bu bölgelerde merkezi konumda olan dillerle ibadet yapmaya başlamış, İncil ve Luther'in görüşlerini anlatan kitaplar matbaanın da etkin olarak kullanılmasıyla birlikte Avrupa'ya hızla yayılmıştır. Bu durum bölgede prenslerin kendi mezheplerini seçme özgürlüğüne kavuşması sonucu uyruğu ile bütünleşen dinlerin yayılışını artırdığı gibi halk dilinin aynı zamanda yazı ve devlet dili olmasını sağlamıştır (Acar, 2001; Burke, 2016: 31).

Avrupa'da, milli mezheplerin ortaya çıkışıyla zamanın tayin edici unsuru olan dinin ana diller aracılığı ile kısa sürede kitlelere ulaşmaya başlaması, gelişmeye başlayan eşitlik ve özgürlük ruhunun da etkisiyle halkı uyandırmış, pasif cemaat üyesi olan fertleri toprağa bağlı vatandaşlara dönüştürmeye başlamıştır. Bu dönüşüme, matbaa ile birlikte bilginin dolaşım hızının artması, kiliselerin yanında dinin öğretildiği diğer alan olan okullarda da ana dillerin kullanılmasına başlanması sekülerleşmeyi hızlandıran kaynakların toplum üzerinde etkisini daha da belirginleştirmiştir. İtalya ve İspanya dışındaki ülkelerde geniş

toplumsal destek bulan bu anlayış, toplum merkezinde yer alan dinin ulusal zeminde yorumlanmasıyla, birey din ilişkisinin modern dünyaya kapı açacak şekilde düzenlenmesinin önünü açılmıştır. Bu yönüyle Orta Çağ Hıristiyanlığı, insanları ruhban sınıfına eklemleyip kilisenin mülkü haline getirirken on yedinci yüzyıl reformuyla gelişen Protestan Hıristiyanlığı ise, eşitleyip özgürleştirerek ulus kimliğinin oluşumunu hızlandırmıştır (Eino,2011:72).

### **İngiliz, Amerikan ve Fransız Devrimleri**

Avrupa'da ulus devletin yolunu açan siyasi devrimler 1215 tarihinde İngiltere'de Magna Carta Libertatum (Büyük Hürriyet Fermanı)'u olarak adlandırılan Kral ile parlamento arasında imzalanan belge ile başlamıştır. Bu belge parlamento geleneğini başlatması ve kişi egemenliğini paylaşılr hale getirmesinden dolayı demokrasi geleneğinin temelini oluşturur (Arsel,1964). Oluşan yeni meclis, dönemin şartları gereği ruhban ve soylular gibi üst toplumsal kesiti temsil etse de, kralın mutlak egemenliğini paylaşması ile Avrupa kıtasındaki diğer toplumlara örnek olmuş ve Birleşik Krallık içerisinde daha sonraki yıllarda yayılacak olan geniş tabanlı demokrasiye öncülük etmiştir. Nitekim 1688 İngiliz devrimi ile parlamentonun yayımladığı "haklar Sözleşmesi"; özgürlük, eşitlik ve adalet gibi ilkeleri ve egemenliği orta sınıfa açması, parlamentoyu tek karar organına dönüştürmesi gibi özellikleri ile günümüzdeki İngiliz geleneğinin temellerini atmıştır. Bu temelin İngiltere'de diğer Avrupa ülkelerinden daha önce atılmasına rağmen ülkedeki tüm vatandaşları kapsayıcı bir anlayışa dönüşmesi on dokuzuncu yüzyılı bulmuştur.

Uluslaşmayı hazırlayan siyasi gelişmelerden ikincisi Amerikan bağımsızlık savaşı sonrası yayınlanan 1776 tarihli "Bağımsızlık Bildirgesidir". Bağımsızlık bildirgesi, soya dayalı monarşi ve onunla ilişkili olan aristokratik hiyerarşileri yıkmış ve tüm vatandaşların eşit kabul edildiği, yaşama hakkı başta olmak üzere temel hakların güvence altına alındığı halk egemenliğine dayanan demokratik bir yönetim için koloniler arasında bütünleşmeyi sağlamıştır. Bu bildirge aynı zamanda eşitlik ve halk egemenliğine dayanan Amerika Birleşik Devletleri yönetim ve toplum yapısının yasal metni olan 1787 Amerikan Anayasasının temelini oluşturur. İngiliz yönetimine başkaldırı niteliğinde başlayan, aslında oluşmakta olan İngiliz demokrasi geleneğinin de bir uzantısı olan bu değişim, ulus devlete temel oluşturan söylem ve ilkeleri ile koloniler arasındaki çatışmaları sonlandırmış Birleşik Krallığa karşı verilen ortak mücadelenin kazanılması ile eşitlik esasında bir bütünleşmeyi sağlamıştır. Bu bildirge ile ilan edilen ilkeler, 1789 Fransız Devrimi'nin "özgürlük, eşitlik, kardeşlik" anlayışına esin kaynağı olmuştur (Reşad, 2018; Greenfeld, 2016).

Siyasal gelişmelerin en önemlisi ve kapsayıcı özelliği ile Avrupa kıtasında uluslaşmanın siyasi ve toplumsal yapılara dönüşümüne öncülük eden olay 1789 Fransız ihtilalidir (Reşad, 2018). Avrupa'daki coğrafi keşifler, sanayileşme, yeni bilgi teknolojilerinin kullanılmaya başlanması, üretimi ve özgürlüğü teşvik eden din anlayışı ve matbaa kullanımının yaygınlaşması gibi pek çok toplumsal etkenlerle hız kazanan sosyal hareketlilik, 1789 yılında mevcut monarşik idari yapıyı yıkan halk isyanı ile ilerleyen yıllarda bütün dünyayı etkileyecek gelişmelerin başlatıcısı olmuştur. Bu olay sonrasında milli meclis tarafından kabul edilerek yayımlanan “İnsan ve Yurttaş Hakları ve Bildirgesi”, sadece Fransa topraklarında yapılacak siyasi ve toplumsal reformlara yön veren metin olmanın ötesinde bütün dünyada uluslaşma ve demokrasinin temelle aldığı belge anlamı kazanmıştır.

1789 yılında Milli Meclis tarafından kabul edilen ve 17 maddeden oluşan İnsan ve Yurttaş Hakları Beyannamesi (Lefebvre, 1947:221); tüm insanların özgür doğduğunu ve haklar açısından eşit olduğunu, siyaset kurumunun amacının; elden alınmaz bu özgürlük, mülkiyet, güvenlik ve baskıya direnme gibi haklarını korumak olduğunu ilan ederek yeni değerler etrafında Fransa'da bağlı kalınacak yurttaşlık esaslarını ortaya koymuştur. Aynı zamanda bu bildirme, egemenliğin kayıtsız şartsız millete ait olduğunun açıkça ifade edilmesi (madde:3) ve ulus kavramının metinde yer vermesi özelliği ile Avrupa'da ilk örnek metin durumundadır. Bu yönüyle söz konusu bildirgenin özünün, monarşi sonrası kurulan modern devletlerin temel değerleri olan eşitlik, özgürlük ve adalet olması bu belgeyi evrensel nitelik kazandırmaktadır (Greenfeld, 2016). Ayrıca bu ihtilal yeni aidiyet biçimi ile insanın devlet ve seçkinler nezdindeki “teba, kul” konumunu “yurttaş” olarak değiştirerek bugünkü anlamda hukuki bir hüviyet kazandırmış, başkaları için yaşayan değil, kendisi için varolan bir kişiye dönüştürmüştür. Feodal dönemle birlikte Senyör-vassal ilişkisiyle kişiselleşen siyasi bağlar, insanları ya kilise ya da senyörler için yaşayan bir varlık yapmıştı. Bu olayla Fransa'da, mevcut siyasi sınırlar içerisinde (vatan) yaşayan ve devrimde payı olan her insanın devlete bağlılığı hukukileşmiştir (Erözden, 1997:51). Çünkü modern devlet oluşumlarının en önemli ayırt edici yönü, ulus birimi etrafında bütünleşen eşit vatandaşları kazanılmış temel hak ve özgürlükler ile hukukun üstünlüğü çerçevesinde anayasal teminat altına almasıdır (Reisenberg,1992:87). Bu anlamda İhtilal, Avrupa ve dünya tarihinde, başka ulusların kendi kaderini tayin hakkına bağlı devletleşmesini sağlamıştır. Aynı zamanda modernleşme ile yeni dünyanın 19. yüzyıldan beri ilan edilen bu ilkeler etrafında yapılandığı düşünülürse Fransız İhtilali'nin tarihsel ve toplumsal önemi bir kez daha anlaşılmaktadır.

## Sanayi Devrimi

On sekizinci yüzyılın ikinci yarısından itibaren İngiltere’de ortaya çıkmaya başlayan Sanayi Devrimi, basit usulde el işçiliği ile üretim yapan işletmelerin yerine makineler aracılığı ile üretim yapan işletmelerin kurulması olarak tanımlanabilir. Başka bir ifade ile bir dizi teknolojik yeniliğin üretim alanında kullanılmasının, ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alanlara yansımaları kapsayan bir süreç olarak açıklanabilir (Şimşek ve Akın, 2003). Bu noktada sanayileşme; tarımsal üretimin hâkim olduğu dönemlerdeki insan ve hayvan gücüne dayalı üretim tarzının yerine makine gücünün hâkim olduğu üretim tarzına geçişi ifade etmekle birlikte belirli bir üretim tarzının ötesinde daha geniş bir anlam sahiptir. Çünkü sanayileşme, geleneksel tarım toplumu üretim araçları olan toprağın yerine sermayenin makineye dönüşümünü, kas gücü yerine makine gücünün ikame edilmesini, el emeğine bağlı üretim yerine seri üretimin geçişini temele alan üretim biçimidir. Bu değişim, yalın üretim araçlarının değişmesinin ötesinde ortaya çıkardığı toplumsal yapı ve araçlarıyla yeni örgütlenmeleri içeren sosyal değişimleri ve yeni toplumsal düzeni anlatır (Erkan, 1999:9).

Sanayileşmeyi hazırlayan pek çok gelişme olmakla birlikte, coğrafi keşifler sonucunda ticaretle başlayan tarım dışı kaynakların itici gücü ile beliren arayışlar ve bu arayışlara karşılık aydınlanma atmosferinde gelişen bilimsel bilgi ve yöntemler vardır. Bu sebeple Kant, Comte, Newton, Boyle, Lavoisier, Watt, gibi bilim adamlarının bilimsel katkıları; amprizim, pozitivizm, rasyonalizm gibi akımların düşünce ve genel yöntemleri ile olgunlaşan sistematik birikimler yeni teknolojilerin bilimsel ve sosyal altyapısını oluşturur. Bu nedenle sanayileşme, bir bakıma Avrupa’da on dokuzuncu yüzyıldan itibaren gerçekleşen Coğrafi keşifler, Rönesans, Aydınlanma gibi bir dizi değişimin Avrupa sathına yayılması sonucu üretilen yeni yöntem ve bilgi teknolojilerinin ortaya çıkardığı gelişmelerin sonucudur (Garda ve Temizel: 2016). Avrupa’da bu süreç, 1768 yılında İngiltere’de Watt’ın buhar makinesini icadı ile başlamıştır. Buhar makinesine; elektriğin bulunması, yeni yakıtlarla çalışan motorların kullanılmaya başlaması eşlik etmiş, beraberinde tekstil, demir çelik, ulaşım, kimya, sektörlerindeki yeni buluşlarla bu süreç daha da genişleyerek Fransa, Almanya, Hollanda, İspanya, İtalya gibi Avrupa ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri’nin öncülüğünde dünyaya yayılmıştır. İngiltere’de başlayan bu değişimle birlikte buhar teknolojisinin kullanılması ile deniz ve tren yolu taşımacılığında büyük bir gelişmeye yol açmıştır. Özellikle deniz yolu taşımacılığının gelişmesi başta İngiltere olmak üzere bazı Avrupa ülkelerini coğrafi keşifler sonrası elde edilen deniz aşırı ülke ve topraklar üzerindeki hâkimiyeti perçinleyerek elde edilen hammadde ve ticaret mamullerini daha hızlı ve düşük maliyetle kıtaya taşıma fırsatı sağlamıştır. Aynı şekilde tren yolu taşımacı-



lığı Avrupa ülkeleri içindeki hareketliliği hızlandırarak bütünleşmenin önünü açmıştır (Llobera,2007:105)

Sanayileşme ile birlikte geleneksel toplumun köylüleri endüstri işçisine; toprak sahibi aristokratları, sermaye sahibi burjuvazilere dönüşmüştür. Böylece batıdaki feodal üretim ilişkileri sona ermiş, yeni bir üretim ilişkisi başlamıştır (Hobsbawm,1995b:228). Tek zenginlik kaynağının toprak olduğu ve ilişkilerin toprağa sahip olanlarla olmayanlar arasında biçimlenip geliştiği bir ortamda, ticaret sermayesinin ortaya çıkması, ticaret hayatının gelişmesiyle ihtiyaçların sürekli artması, feodal düzenin yapısını değiştirmiş ve yeni bir sosyo-ekonomik sistem olan Kapitalizmin doğmasına sebep olmuştur. Aynı zamanda İngiltere’de başlayan Sanayi Devrimi sonucunda Avrupa’daki mevcut kentlerin nüfusu artmış ve bazı sanayi bölgelerinde de yeni kentler ortaya çıkmıştır. Böylece bütün Avrupa’da sanayi merkezli toplumsal yapı değişiklikleri meydana gelmiş, burjuva sınıfına paralel olarak yeni emek gücüne dayanan kentli işçi sınıfı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle ortaya çıkan toplumsal yapıda; makine teknolojilerinin günlük hayata girmesi, bilimin toplumca benimsenmesi, rasyonel akla bağlı kapitalizm, rasyonel hukuk düzeni, hukuka dayanan siyasi otorite ve rasyonel yönetim anlayışı, sanayileşme sonrası ortaya çıkan sosyal yapının ayırt edici özellikleri olarak dikkat çeker (Badham,1984).

Ayrıca sanayileşme olgusunun bir yönü bilim ve teknik alanında yeni teknoloji araçlarına sahip olmayı ifade ederken diğer yönü de, yeni üretim biçimi ve ekonomik kaynakları ifade etmektedir (Sezal, 1999:20). Bu nedenle sanayi devrimi ile ortaya çıkan yeni teknolojiler, yeni bir üretim ortamı ve yaşam biçimi doğurdu. Merkezi krallıklarla birlikte gelişen şehir ekonomileri milli ekonomiye dönüştü. Fabrikalardaki kitlesele üretim kentleşmeyi ve kent hayatını değiştirdi. Sanayi bölgeleri etrafında kurulan kentlerde çok sayıda insan bir arada yaşamaya başladı (Şimşek ve Akın, 2003). Bu yaşam cemaat tarzı ilişki biçimini değiştirerek mekanik birliktelikleri geliştirdi. Bu durum, yeni kültürleme araçlarının kullanımını yaygınlaştırırken ortaya çıkan standartlaşma bireyleri uluslaşmaya hazırladı. Geleneksel toplumdaki insan merkezli değer ve adalet anlayışı yerini; aklın, bilimin ve hukukun ilke ve yöntemlerinin belirleyici olduğu seküler anlayışa bırakarak modernite gelişmeye başladı. Akıl ve bilimin ekonomiye uyarlanması sonucu modern iktisat sistemin oluşumu ülkelerin sermaye birikiminde büyük artışlara neden olduğu gibi bu birikimi sağlayan kâr olgusu meşrulaştı (Aron, 1997). Değer para ile ölçülmeye, servet çalışmanın, kazancın ve birikimin göstergesi sayılmaya başladı. Ayrıca emeğin temel üretim değişkenlerinden biri haline gelmesiyle birlikte alt sınıfların emeğinin satın alınması ya da kiralanması uygulaması gelişti. Bütün bu değişimle birlikte ülke içi ticaretin genişlemesi, Avrupa ülkelerinde iç piyasanın oluşma-



sını hızlandırırken aynı zamanda milli ekonomilerin zeminini hazırladığı da söylenebilir (Braudel, 2013).

Böylece sanayi toplumunun oluşumunu hızlandıran yeni araçlar ve bu araçların artırdığı refah iç ve dış ticaret ve sanayi üretimi sürecinde rol alan kesimlerin özgüvenini yükselterek başta İngilizler olmak üzere burjuvazinin; kendi toplumlarından başlayarak, doğa ve uluslar üzerinde egemen olma düşüncesi ve inancını geliştirdiği görülür (Rostow:1999: 5).

### **Bilim ve Kültür Alanında Ortaya Çıkan Gelişmeler**

Avrupa'da ulusal eğitim öncesinde uluslaşmanın yolunu açan önemli gelişmelerden biri, bilim kültür ve sanat alanında gerçekleşen yeniliklerdir. Şüphesiz bu yeniliklerin başında Avrupalıların zihniyet dünyasını etkileyen, 15 ve 16. yüzyılda bilim, felsefe ve sanat alanında bölgeyi etkileyen Rönesans (yeniden doğuş) dönemidir (Burckhardt, 2018). Rönesans asırlar sonra modern Avrupa'nın, kültürel temellerini oluşturan kaynaklardan biri olan Yunan ve Roma birikimi ile bağ kurulması anlamına gelir. Bu dönem Yunan ve Roma yanında doğu uygarlık alanlarında üretilmiş eserlerden çeviri yoluyla faydalandığı, deneysel düşüncenin önem kazandığı, insancıl (hümanist) bakışın hâkim olduğu ve matbaanın bulunması ile Avrupa dillerine çeviriler yapılarak kilise dışı bilgi dolaşımının hızlandığı bir dönemdir (Smith, 2001).

Kilise dışındaki düşünürlerin öncülüğünde ortaya çıkan bu düşünce hareketi, orta çağın geneline hâkim olan dünya hayatına sırt çevirmeyi öğütleyen Katolik kilisesi öğretilerine karşı; dünya hayatını değerli bulan, bireye değer veren ve rasyonel bilgi kaynaklarını önemseyen görüşleriyle Hıristiyanlık öncesi antik uygarlıklara merak ve ilgiyi artırmıştır. Rönesans düşüncesiyle zihinler metafizik âlemden, fizik âleme yönelmeye başlamış, somut insan değerleri idealleştirilip, insanın doğaya üstünlük kurma çabaları yüceltilmiştir. Bu yönüyle Rönesans, Avrupalıların Orta Çağa hâkim olan kilise merkezli dünya ve evren anlayışından kopuşu ifade ederek akılcı aydınlanma kültürü, felsefe, bilim ve edebiyat alanında ortaya koyduğu ürünleriyle batı uygarlığının başlıca kaynağı olmuştur. Bu kaynaklar, "bilmek egemen olmaktır" düşüncesi ile batılıların mistik öbür dünya merkezli yaşamını değiştirerek, okuryazarlık ve kültürel birikimin verdiği güvenle mutluluk ve hazzı bu dünyada aradıkları, bilim ve akılcı ilke haline getirdikleri bir yaşam düzenine dönüşün yolunu açmıştır (Şimsir, 1992:19).

On beşinci yüzyılın sonlarında İtalya'da başlayan Rönesans hareketi, kısa sürede Fransa, Portekiz, İspanya, Hollanda, İngiltere gibi ülkelere yayılarak merkezinde Hümanizm olarak adlandırılan bir düşünce hareketine dönüşerek Avrupa'ya yayıldı. Bu dönemde kendinden önceki devirlerde üretilen

eserlerin batıya kazandırılması yanında, günümüze ışık tutan fikir, edebiyat ve sanat klasikleri ortaya çıkmıştır. Machiavelli, Erasmus, Luther, Montaigne, Leonardo da Vinci, Mikelanj, Shakespeare, Kopernik gibi fikir ve sanat önderleri ortaya koydukları düşünce ve estetik anlayışları ile Avrupa'yı aydınlanma dönemine hazırlamışlardır (Burke, 2000; Çüçen 2006). Çünkü Rönesans'a düşüncede devrim karakterini veren doğrudan bir düşünce akımı olmamasına rağmen, kilise kontrollü teolojik bir edebiyat ve sanat yerine, hümanist ve ulusal nitelik taşıyan bir edebiyat ve sanatın doğmaya başlamasıdır (Topçu, 2020). Bu nedenle Rönesans hareketi, sadece modernleşmenin önünü açan bir hareket değil, aynı zamanda ortaya çıkacak çağdaş uygarlığa evrensel nitelik kazandırarak Avrupalılık ruhu veren bir harekettir.

Uluslaşmanın kültür ve düşünce arka planını oluşturan bir diğer gelişme Aydınlanma hareketidir. Aydınlanma, 15 ve 16. yüzyıl Rönesans ve Reform akımları ile din dışı düşünce araçlarına yöneliş ve daha önceden bu yönelişi ve sorgulamayı engelleyen din olgusunun zayıflaması üzerine, birey ve toplum hayatında geleneksel yapıların geri plana itilerek akıl, gözlem ve deney gibi bilgi üretme süreçlerine dayalı yeni toplum ve dünya tasarımına yönelik arayış ve gelişmeleri ifade eder. Artık 17.ve 18. yüzyılın Avrupa'sı rakipleri karşısında önceki yüzyıllarda yakaladığı avantajı modern bilim dallarının öncüleri aracılığı ile demokrasi, akıcılık, bilimsellik, milli din, ilerlemecilik, insancılık, bireycilik, insan hakları ilkeleri çerçevesinde kullanarak yeniden yapılanmak istemektedir (Leca,1998). Aydınlanma düşüncesi bu gelişmenin pek çok alandaki uygulamalarına yön veren felsefi yönünü oluşturur (Hof,2004:7). Bu yönüyle Aydınlanma, kültürleme boyutuyla bir taraftan insan aklının etkin kullanımına dayalı herkese açık bir eğitimi öngörürken diğer taraftan da akla dayanan kuramsal süreci öngörmektedir (Şekerci, 2015:156).

Aydınlanma düşüncesi çok geniş değerler manzumesine dayanmakla birlikte daha çok rasyonel bilgi ve düşünce kaynaklarını merkeze alması, deney, gözlem ve deneyim gibi araçları vazgeçilmez olarak görmesi ile bilinir. Aydınlanma düşüncesinde öne çıkan düşünürlerin öne sürdükleri fikirler belirli bir kavramı önceleyen bir toplumsal yapı ve insanı atıfta bulunsa da genel olarak gelenekselin karşısında dünyevi değişkenlerden beslenen bir dünya ve toplum tasavvuru söz konusudur. Bu yenilenmeye özellikle yeni dini anlayışın kabul gördüğü ve eski dini müesseselerin büyük oranda tasfiye olduğu İngiltere, Fransa, Almanya, gibi ülkelerdeki bilim ve düşünce adamları öncülük etmektedir. Aydınlanma hareketinde; Almanya'da Kant, Herder; Fransa'da Montesquieu, Rousseau, Voltaire, Diderot; İngiltere'de Bacon, Locke, Hume gibi düşünürlerin yerleri farklıdır. Bu noktada bu düşünürlerden Kant'ın "Saf Aklın Eleştirisi", Rousseau'nun "Toplum Sözleşmesi ve İnsanlar Arasındaki

Eşitsizliğin Kaynağı”, Montesqueu’nun “Kanunların Ruhı”, Locke’un insan, toplum ve siyaset üzerine denemeleri, Hume’in “İnsanın Doğası Üzerine Bir İnceleme” adlı eserlerinde öne sürdüğü fikir ve öneriler, modernitenin şekillenmesi ve ulus toplumların kurumsallaşmasında belirleyici olmuştur (Cevizci, 2008; Toku, 2003:115).

Modernleşmeyi hazırlayan aydınlanma dönemi düşünürlerin yanında bilim ve teknoloji alanındaki yeniliklere ışık tutan görüş ve teorileri ile matematik, fizik, kimya, astronomi gibi bilimlerinin modern anlamda ortaya çıkışını sağlayan başka öncü kişilikler de vardır. Bu kişilerden Kopernik, Bruno, Galile gibi aydınlanma öncesi düşünürlerin yaptığı çalışmalar ve ortaya koyduğu fikirler, bilimsel öncü olmalarının yanında meydana getirdikleri sosyal etki, Orta Çağ kilise anlayışına dayalı evren, dünya, insan, hakkındaki kabullerin sorgulanmasına yol açmış, neden oldukları çözülme engizasyon mahkemelelerine rağmen durdurulamamıştır. Bugünkü bilimsel anlayışa da temel oluşturan kuramları ile bunlardan Kopernik’in Astronomi ve fizik bilimine ışık tutan “Güneş Merkezli Evren Teorisi”, Gaile’nin “Dünyanın Dönüşü Teorisi”, Newton’un fizik ve matematiğe ufuk açan; hareket, etki-tepki, yer çekimi kanunu, Descartes’ın akıl ve düşünce üzerine geliştirdiği fikirler, modern düşüncenin gelişimine katkı sağlayan bilimsel ve sosyal gelişmelerden bazılarıdır (Asımov, 2006; McClellan ve Dorn, 2006).

Matbaanın bulunması Avrupa’yı standartlaşma ve kültürlenme anlamında en çok etkileyen gelişmelerden biridir. Matbaa öncesi bilgi, ya kilise ya kilise kontrolündeki eğitim kurumları, ya da saraylarda oluşmaktaydı. Bu durum toplumda metafizik temelli düşünce hâkimiyetini kolaylaştırıyordu. Çünkü kilisenin hem ibadet hem de eğitim kurumu işlevini yerine getirmesinden dolayı, bilgi üretim ve dağıtımını bu kurumun kontrolünde gerçekleştiriyordu. Bu anlamda insanların halk kültürü öğelerinin dışında toplum ve dünyaya yönelik kendi cemaatlerini aşan müşterek bir algı dünyasına sahip olması mümkün değildi. Matbaa bu noktada alt sınıfların eserlere ulaşabilmesini sağladığı gibi standart içeriklerin dağılımını imkân sağlayarak; din, dil, kültür alanlarında kitleleşmenin yolunu açmıştır (Ong, 2003:140; Tez, 2008). Çünkü reformla, İncil’in yerel dillerde basımına izin veren dini anlayışın gelişimi, Rönesans sonrası üniversitelerin kültürel alanda etkisinin artması ve orta sınıfın giderek güçlenmesi ile okuryazar kitesine din adamları ve soylulardan başkalarının da girmesini sağlamıştı (Fischer, 2004: 245). Matbaa öncesi kültür kaynaklarının el yazması olması kitaba ulaşımı zorlaştırdığı gibi ciddi bir alım gücü gerektiriyordu. Kaynaklara (Febvre ve Martin, 2000:215) göre; 15. yüzyılın sonunda tipik bir Fransız hâkiminin 50-60 kitabı olurdu. Matbaanın devreye girmesiyle 16. yüzyıl boyunca özel kitaplıklardaki kitap sayısının hızla yük-

seldiği, 1550'lerden sonra ünlü hukukçuların evlerindeki 500'ü aşkın eserden oluşan kitaplıklar doğal karşılanmaya başlanmıştır.

Avrupa'yı köklü değişime götüren Rönesans, reform ve aydınlanma çevresinde üretilen içerikler, önce matbaa sonra yerel dillere çeviri sonucunda kitleselleşebilmiştir. Bu noktada modern dünyanın gelenekselden farklarından birinin yazıya dayalı kültür olduğu düşünülürse yakın geçmişte bu kültürün taşınması noktasında matbaanın rolü ortaya çıkar. Ayrıca matbaanın seri ve standart çoğaltma imkânı sunmasıyla bilgiyi kalabalıklara yayarak metafizik düşüncenin karşısına akılcı ve şüpheli yaklaşımın hâkim olmasını sağlamış, sözlü aktarıma dayanan Orta Çağ'ın anonim kültürünün çöküşüne ve modern anlamda bireyin doğuşunu hızlandırmıştır.

Modern Avrupa'yı hazırlayan gelişmelerden biri de çeviri faaliyetleridir. Rönesans, Reform, Bilim devrimi ve aydınlanma gibi kültür hareketlerinin amaçladığı etki, iletilmek istenen mesajların hedef kitleye ulaşabilmesi ve okuyucu ile paylaşılmasını gerektirir. Bu dönemde Latince okur-yazarlığın çok düşük olduğu düşünülürse farklı Avrupa ülkelerinde ortaya çıkan bilimsel ve kültürel yaklaşımlar ve bu yaklaşımlara bağlı üretilen bilgilerin yazıldığı dilden diğer dillere aktarımı çok büyük önem kazanır. Zaten, Erasmus, Luther, Calvin gibi toplum önderleri ve diğer bilim adamları değişime yol açan yorum ve kuramlarını önce Latince yazmalarına rağmen istedikleri etkiyi yaratamadıklarını görünce farklı ana dillere çevirme yoluna gittikleri ve kısa bir süre sonra eserlerinin başucu kitaplar haline geldiği görülür. Hulasa, Katolikliğin sarsılmasındaki gibi, bilim devriminin yayılması; belli ölçüde Galileo ve Newton'ın çevirilerine; Aydınlanmanın yayılması da Montesquieu ve Locke'un çevirilerine bağlanır (Burke, 2012:7). Bu noktada ulusal dillerde çeviri faaliyetlerinin başlaması, Avrupa dışındaki birikimlere daha hızlı bir şekilde ulaşma imkânı sağlamıştır. Böylece hem Avrupa dışı dünyadan çeviriler hem de kıtada üretilen bilgiler kontrol edilen alan dışına taşarak daha hızlı bir şekilde kitleselmeye başlamıştır. Bu durum uygarlıklar arası etkileşimi artırdığı gibi belirli sınırlar içerisinde kültürel türdeşliğin de önünü açmıştır.

Avrupa'da kültür alanında ortaya çıkan diğer bir gelişme, 16. yüzyıldan itibaren gazete, dergi ve bültenlerin yayımlanmaya başlamasıdır. Gazete ve dergilerin bu süreçteki en önemli özelliği merkezi iktidarla halk arasında bağ kurma ve bilimsel nitelikli bilgilerin dışında günlük hayat, popüler tarih ve edebiyat bilgilerinden oluşan içerikleri kitlelere taşımasıdır. Böylece bu ülkelerde yaşayan halk, merkezi idarenin gereksinim duyduğu daha çok savaş, vergi, sağlık gibi konulardan gazete ve bültenler aracılığı ile haberdar olmaya başlamıştı. Bu yayınlar belirli bir yazı dilini işlevsel hale getirip merkezleştirirken aynı zamanda ulusal dillerin oluşumuna da katkıda sağlamıştır (Anderson,

1995:60). 17. yüzyılın sonlarında Avrupa genelinde, Latince, İtalyanca, Fransızca, İngilizce, Almanca, Flemenkçe ve Danca gibi çoğunlukla tek dilde yayın yapan 50 gazete vardı (Burke, 2012:169). Yine gazetelerin yanında haftalık, aylık, üç aylık toplumsal ve bilimsel içerikli yayınlar okuyucu ile buluşmaktaydı.

Avrupa'da ulusal dillerin oluşması, sosyo-kültürel anlamda milli eğitim gereksinimini ortaya çıkaran gelişmelerden bir başkasıdır. Özellikle Reform hareketinden sonra yerel diller, dini metinlerden başlayarak tüm kitaplarda Latince'nin yerini almaya başlamıştır. Reform hareketinin geliştiği Almanya'da 1519 yılında 40 adet Almanca eser mevcutken bu sayı 5 yıl sonra, 500'ze ulaşmıştır. Yine Anvers'te 1500-1540 yılları arasında basılan 2254 eserin yarısının Latince dışındaki dillerde yayınlanması dikkat çekicidir (Febvre ve Martin, 2000: 236). 17 ve 18. yüzyıla gelindiğinde bugünkü batı dillerine temel oluşturan yayınların yanında hukuk, eğitim, din, ticaret gibi başka alanlarda da Latince karşısında ulusal ve yerel dillerin kullanım alanının genişlediği görülür. Şüphesiz yerel dillerin Latince'nin gücünü kırarak halk tarafından kabul görmeye başlamasında Reform hareketinin öncüsü Luther'in milli kiliselere yol açan İncil çevirileri ve dini yorumlarını içeren kitaplarının başta Almanca olmak üzere Fransızca ve İngilizceye çevrilmesinin payı büyüktür (Acar, 2001; Tez, 2008: 238).

Avrupa toplumlarının bugünkü anlamda bağımsız kültür dili oluşturma süreci 18. yüzyılın sonlarını bulmaktadır. Her ne kadar Rönesans hareketi sonucunda yerel dillerde canlanma olsa da bu canlılık devlet desteği ile bütünlük gösteren bir anlayışa kavuşmamıştır. Avrupa'da din ve saray dili olan Latince karşısında İspanya'da bir dönem İspanyol yerel dilinin hükümet dili olması, Fransa ve İngiltere'de yerel dillerin mahkeme dili olarak benimsenmesi söz konusu olsa da yakın yüzyıla kadar Latince karşısında ulusal diller varlık gösterememiştir. Diğer taraftan aynı durum eğitim kurumları için de geçerlidir. Yerel dilde kolej açma girişimleri Rönesans ve reform hareketinin etkisine rağmen İspanya'da 1588, İngiltere'de 1590, Fransa'da 1640, Almanya'da 1687 yılında mümkün olabilmıştır (Burke, 2016:128). Hâlbuki Reform öncesi Rönesans, toplulukları kitleye dönüştürmeye başlamış milli devletin temelleri sayılabilecek birtakım gelişmeler ortaya çıkarak Avrupa genelinde kültürel bir canlanma olmuştu (Rocker, 2019:229). Yine bu yenilenmenin devamında bilim ve din alanındaki gelişmelerle kilise düşüncesi halkın gözünde güvenilirliği zedelenerek sorgulanır hale gelmişti. Fakat çağdaş anlamıyla ulusal diller gerçek oluşum evresine Fransız İhtilali sonucunda oluşan siyasi, toplumsal ve fikri destekle girmiştir.

Fransız devrimine kadar pek çok toplumsal faktöre bağlı olarak ulusal dillerin oluşumunu hazırlayan gelişmeler yaşanmıştı. Bu gelişmeler, ilk özgün örnekleri 8. yüzyılda görülen (Llobera, 2007:29) İngilizce, Almanca, Fransızca gibi Avrupa dillerini yaklaşık on asır sonra ulusal nitelik kazandırmıştır. Bu kazanım 18.

yüzyılı etkileyen düşünürlerin desteği sonucu olmuştur. Bu açıdan Yeniçağ'da devletler arasındaki siyasi sınırlar oluşmasına rağmen en önemli kültür aracı olan diller arasındaki sınırların daha belirginleşmediği görülür (Burke, 2016:27). Ancak bu dönemi hazırlayan öncü kişiler, uluslaşmada dilin önemini çok açık şekilde ifade ederek toplumların belirginleşen yönünü ortak ve standart bir dil çerçevesinde göstermeye çalışırlar. Fransa'da Rousseau, Montesquieu; Almanya'da Herder; İngiltere'de Locke; Amerika'da, Webster; İtalya'da, Alfieri bunların en önde gelenleridir. Bu anlamda 17. ve 18. yüzyıllarda Avrupa'da ortaya çıkan yeni felsefi, tarihi ve antropolojik söylemlerin siyasi ve toplumsal oluşumlara yön vermesi Avrupa toplulukları arasında ayniliğin yolunu açmıştır.

Yeni toplumsal ve siyasi zemine bağlı olarak şekillenen Amerikan ve Fransız devrimleri siyasi bir ilke olarak ulusal dili, yeni toplumsal yapının ana unsuru olarak ortaya koymuşlardır. Bu hedef hem ortak bildirge metinlerinde hem de devrimlerde aktif rol alan yönlendirici kişilerin söylevlerinde görülür. Kurulan yeni siyasi birlik olan Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Fransa, Almanya gibi devletlerin üst kimliğinin bir parçası olan ulusal dil, yasal ve kültürel olarak yeni üst kimliğin temel aracı haline gelir. Bunun yanı sıra, 1789'da Fransa'da nüfusun yalnızca yüzde 12-13'lük bir diliminin "Fransızca" konuşabildiği, ülkenin önemli bir kısmının merkezi Fransızca'yı bilmediği, yine İtalyanca, 1861 yılında milli devletin kurulmasında halkı birleştiren ana unsur olarak gösterilmiş olsa da kuruluş yıllarında halkın sadece yüzde 3'ünün bu dili konuşma dili olarak kullanabildiği aktarılmaktadır (Hobsbawm, 1995:44). Bu durum adı geçen ülkelerin bugünkü homojen yapıları göz önüne alınırsa uluslaşmada dilin ne kadar önemli olduğu gösterir.

## EĞİTİM ALANINDAKİ GELİŞMELER

Uluslaşmayı ortaya çıkaran toplumsal ve siyasi gelişmeler göz önüne alındığında, bu gelişmelerin ortak hedefleri çerçevesinde yeni eğitimin ilke ve amaçları da ortaya çıkmaktadır. Bu ilke ve amaçlar toplumları seküler bir anlayışla millet kimliğinde bütünleştiren; özgürlük, eşitlik, bilimsellik, evrensellik, laiklik ve toplumculuktur. Siyasi ve toplumsal yapının bileşeni olan eğitim sistemlerinin her birinin, buldukları ülkenin toplumsal koşulları içerisinde bu yönde yapılandıkları görülür. Yapılanmada, siyasetçi ve düşünürlerin fikirleri doğrultusunda; kamusal ve parasız eğitim, zorunlu eğitim, laik eğitim, karma eğitim, toplu eğitim, demokratik eğitim, ulusal dilde eğitim gibi ortak uygulamalar dikkat çeker. Avrupa ülkelerinde Yakınçağ'a girilmesi ile birlikte örgün ve yaygın eğitim kurumları aracılığı ile öğretim ve kültürlenme temelinde, hem okullaşma oranını artırmak hem de yeni toplumsal yapıya uyumu hızlandırmak için bir dizi gelişmeler yaşanmıştır.



Bu gelişmelerden ilki eğitimin merkezileşmesidir. Yakın çağ öncesi gerek Orta Çağ kilise kontrollü eğitim anlayışının değişmesi gerekse merkezi devletlerin oluşmaya başlaması ile birlikte Fransa, Almanya, İspanya gibi ülkelerde içerikleri birbirine benzeyen önce hümanist söylemlerden sonra, yerel ve ulusal oluşumlardan etkilenerek yeni okul tipleri oluşmaya başlamıştı. Krallıkların kontrol alanında oluşan bu okullar, aynı zamanda eğitim alanında merkezileşmenin yolunu da açmıştı (McLaren,1981). Daha sonra Rousseau, Herder, Hegel ve Montesquieu, gibi düşünürlerin ulus devlet yönündeki söylem ve düşüncelerinin (Smith,1999:123; Wiborg,2000:236) toplumlara yol göstermesi ve Chalotais gibi yenilikçilerin siyasi iradeleri etkilemesi sonucu 19. yüzyılda eğitim sistemlerinin büyük oranda merkezileştiği görülür. Bu merkezileşme Almanya, Fransa, İtalya, İspanya gibi kıta Avrupa'sı ülkelerde eğitimin kamu hizmetine dönüşmesi, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletlerinde ise devlet (merkezi idare) kontrolüne girmesi şeklinde olmuştur.

Eğitimde merkezileşme milli eğitim sistemlerinin en önemli basamağını oluşturur. Çünkü merkezileşme; devlet kontrolü, standartlaşma ve eğitimin devlet tarafından yürütülmesini beraberinde getirir. Smith, Comte, Herder, Fichte gibi öncülerin gerek demokrasi ve haklar, gerekse toplumcu fikirler bağlamında gündeme gelen eğitimin kamusal hizmet olması yönündeki görüşleri (Ergün, 2018:4) 19. yüzyılda eğitim sistemlerini; parasız, zorunlu, tüm halkı kapsayıcı devlet okulları sisteminin bütün Avrupa ülkelerine yerleşmesini sağlamıştır. Eğitimi devlet denetimi altına alma ve kamusal eğitim anlayışı içerisinde sunma sürecinin gelişimi, kamusal uygulamaların yerleşmesi bakımından ülkeler arasında bazı farklılıklar olmakla birlikte, Prusya'da 1781-1840, Amerika'da 1831-1865, Fransa'da 1806-1882, İngiltere'de ise 1839-1902 yılları arasında gerçekleşmiştir (Vaughan ve Archer, 2010; Green, 2013:3). Bu ülkelerden Prusya'da Protestanlığın gücü, çevre devletlerle yaşadığı savaş ve işgalin ortaya çıkardığı milli birlik düşüncesi ve 16. yüzyıldan itibaren eyaletler düzeyinde eğitim yönetmeliklerinin yayınlanması devlet denetiminin çok daha erken kurulmasını sağladığı görülür (Green, 2013:120). Diğer taraftan Amerikan ve İngiliz devletlerindeki sanayi temelli liberal bakış açısı eğitimin içeriğini çok daha erken yıllarda modernleştirmesine rağmen eğitimin dini gruplar ve sanayi etkisinde kalması devlet kontrolünü geciktirmiştir. Bu nedenle Almanya, Avusturya gibi ülkelerin eğitim kapsamındaki değişimi yeni anlayışın sisteme hâkim olması daha hızlı olmuştur (Taylor, 2014:115). Bunun yanında İspanya ve İtalya gibi ülkelerdeki Katolik kilisesi etkisi ve milletleşme sürecindeki kendilerine has dinamikleri bu ülkelerdeki devlet kontrolünü yüzyılın sonlarında mümkün kılmıştır.



Avrupa ülkelerinden Fransa'da zorunlu eğitim 1882 eğitim reformu ile işlerlik kazandı (McLaren, 1981: 323). Yine Almanya'da 18. yüzyılda başlayan zorunlu eğitim çabaları yüzyılın sonunda 1819 reformu ile kapsayıcı hale geldi. İngilizler 1833 yılında Almanların "Birlik Okulu" modelini örnek alarak başlattıkları zorunlu eğitim ve devlet kontrolünü, 1867 reform yasasından sonra 1880 yılında işlerlik kazandırarak ancak 20. yüzyılın başlarında bütün ülkeye yayabilmiştir (Hobsbawm, 1995:111; Ergün, 2018:6; Alkan, 2008). Geri kalan Avrupa ülkelerinde de eğitimin zorunlu hale gelmesi aynı seyri takip etti. Geleneksel olarak yerinden yönetim ilkesi ile örgütlenen Amerika'da bu süreç daha uzun sürerek 20. yüzyılın ortalarında ulusal bir nitelik kazanabildi. Ancak Avrupa devletlerinin tümünde zorunlu eğitimin bütün ülkeyi kapsayacak şekilde yerleşik hale dönüşmesi 19. yüzyılın sonlarını bulsa da, oluşan ulus yapısının eşitlik ilkesinin gerek yöneticilerde gerekse toplumsal sınıflar arasında daha erken benimsendiği görülür (Reisner, 1922; Vaughan ve Archer, 1971).

Fransız İhtilali'nin özgürlük, eşitlik ve demokrasi ilkeleri üzerine siyasi ve toplumsal yapı getirmesi eğitimde fırsat eşitliğinin önünü açmıştır. Avrupa'daki derin sınıf ayrımı nedeniyle yüzyıllarca ezilen ve toplumsal yükselme umudu kalmamış alt sınıflar için okul, asilzadelerin dışındaki kitlelere de hitap etmeye başlayınca özellikle alt tabakalar için; küçük memuriyetler, öğretmenlik ve rahiplik ulaşılabilecek hedef haline gelmişti. Gerek Locke, Montequieu, Rousseau gibi zamanın düşünürleri gerekse daha önceki yüzyıllardaki hazırlayıcı düşünürlerin de gündeminde olan bu konu, 18. yüzyıl eğitim politikalarının da temel konularından biri olmuştur. Gelişmeler, eğitimin orta ve alt tabakalara doğru yayıldığını gösterirken, cinsiyet konusundaki dağılımın aynı düzeyde olmadığını da göstermektedir. Bu bağlamda 1840-1880 yılları arasında Avrupa nüfusu %33 artarken ilkokullarda okullaşma oranında %150 oranında bir artış gerçekleşmiştir (Hobsbawm, 1995:111). Bu nedenle, 19. yüzyılın sonunda ulusal dillerde eğitimin yaygınlaşmadığı Katolik etkisinden kurtulamayan İtalya'da %20, İspanya'da %10 okuryazarlık düzeyine ulaşıldığı düşünülmüşse; Fransa, Almanya, İngiltere gibi yenilikçi ülkelerde ulusal eğitim yolunda önemli bir mesafe alındığı anlaşılır (Burke, 2016:261).

Parasız ve yatılı öğretim uygulamaları, ulus düşüncesinin sosyal bir tabana kavuşabilmesi ve ulusu oluşturan fertlerin toplumsal statüsünden kaynaklanan eşitsizliklerin azaltılabilmesi için başvurulan temel yöntemlerden biridir (Weber, 2017:409). Modernleşme öncesi eğitim, kamu hizmeti ve temel hak sayılmadığı için imkân olan ve statüsü gereği sürecin içinde bulunması gereken kişilerle sınırlı bir faaliyet alanıydı. Dolayısı ile toplum, verili kaynaklar çerçevesinde fırsat bulan insanlardan oluşmaktaydı. İnsanların görev, sorumluluk ve hakları ya da sınıf değiştirmesi alttan gelen dikey hareketlilikle değil; üst

katmanlardakilerin ihtiyacına göre belirleniyordu. Bu noktada askerlik, üst düzey memuriyetler, din adamlığı, sanatçılık gibi görevler sınırlı yükselme araçlarındandı. Bu nedenle, yatılı ruhban okulları uygulaması vardı. Zaten köylülerin en büyük arzusu çocuklarından en azından birisinin eğitimden geçmesiydi. Bu durum hem Katolik hem de Protestan bölgeleri için geçerli olan bir durumdu (Hroch, 2011:240). 19. yüzyılda eğitimin kitleleşmesi için hem alt sınıflara farklı mesleki seçenekler sunulması hem de bu kitlelerin eğitim talebinin engelleyen ekonomik faktörlerin bertaraf edilmesi gerekiyordu. Bu nedenle imkânlardan yoksun alt grupların eğitimi için devlet desteği ve yatılılık gün geçtikçe yaygınlık kazanan bir uygulama olmuştur. Böylece hem fırsat eşitliği sağlamak hem de daha önceden bu tür sosyal işlevleri de üstlenen kilisenin etkinliğini azaltmak için yöntemler bulunması gerekiyordu. Avrupa ülkelerinde bunun yöntemi doğrudan devlet okulları açmak yanında, İngiltere, Amerika, İtalya gibi ülkelerde eğitime devlet desteği sağlanarak sorun çözülmeye çalışılmıştır. Almanya'da 1888, İngiltere'de 1891 yılında yasal zemine kavuşan uygulamalarla alt ve orta sınıflardan gelen öğrenciler için parasız eğitim desteği başlamıştır (Rich,1970: 36). Böylece alt sınıfların ulaşabildiği yatılı okullar, kırsaldaki gönüllü Protestan ve Katolik okulları ve orta öğretimin düzeyindeki Cizvit okullarındaki kilise egemenliği kırılabilmiştir.

Avrupa'da eğitimin demokratik, laik ve evrensel bir boyut kazanması Orta Çağın dini eğitim anlayışının yanında yedi hür sanatın öğretilmesini esas alan asilzade okulları ve Rönesans'la filizlenen ve uygulama alanı bulan bu okullara dayanır. Almanya'da Erasmus'un, Fransa'da Montaigne'nin, İngiltere'de Thomas Elyot'un eğitime ilişkin hümanistik görüşleri daha sonra başlayacak olan demokratik eğitim anlayışının alt yapısını oluşturmuştur. Ayrıca Fransa'da Diderot, Rollant, Hevetius, Chalotais gibi düşünürlerin şiddetli laik eğitim vurgusuyla öğretmenlerin din adamı olmasına eleştirileri ile Napolyon devrinde Fransa ve Almanya'da hızlanan laikleşme, eğitimin modern, milli ve evrensel yönünü geliştirmiştir (Compayre, 1889:282). Fransa'da 1881 yasaları ile eğitim laik bir karakter kazanırken Almanya'da ise daha erken yıllarda bu yönde dönüşüm yaşanmıştır. Ancak, İngiltere, İspanya, İtalya ve Amerika Birleşik Devletlerinde laikleşme ve evrenselleşmede dersler ve müfredat anlamında ilerleme görülürken eğitimdeki kilise egemenliği konusunda köklü değişim söz konusu olmamıştır. Sonuçta eğitimin kitleleşmesi ile yürütülen yoğun siyasi toplumsallaşma programının nihai sonucu laik kitlesel milletlerin yaratılmasıyla sonuçlanmıştır (Smith, 1999:102).

Ulasal dillerin eğitim dili haline gelmesi eğitimi millileştiren gelişmelerden bir başkasıdır. Modernleşme oluşumu ile uluslaşma arasında eşgüdüm kurulan konulardan biri de eğitimin merkezi dille yapılması ya da ana dillerin eğitim dili

haline dönüşmesidir (Gellner, 1992:63; Schulze, 2005:159; Nınni, 2016:177). Bu gelişme bütün ülkelerin yenileşme uygulamalarında öne çıkan konulardan biridir. Bu süreçte İtalya, İspanya gibi Latin siyasi ve kültür coğrafyasın merkezinde bulunan ülkelerde bile yerel (ulusal) dillerin yaygınlık kazanması söz konusudur. Avrupa içinde Latince karşısında yerel dillerin kullanılmaya başlanmasının tarihi ve kapsamı mezhep coğrafyasına göre değişmekle birlikte yerel dillerin eğitim dili haline gelmeye başlaması bu dillerin kullanım alanının genişleyerek ortak dil haline dönüşümüne yol açmıştır. Bu konuda özellikle Alman coğrafyasında daha erken ve daha yaygın bir değişim göze çarpar. 16. yüzyılda Protestan öğretilerinin yerel dillerde halka ulaşmasına paralel olarak okullarda da eğitim dilinin yerleştiği görülür (Acar, 2001). Özellikle bu konuda Ratke, Komensky, Herder gibi öncülerin eğitimde Latince yerine ulusal dillerin kullanılması yönündeki çalışmaları Almanca ve Çekçe'nin ulusal dil haline dönüşümünü sağlayarak milli eğitim ve milli kimlik bilincinin oluşumunda etkili olmuştur (Aytaç, 1992:139). Aynı yöndeki çalışmalar önce Hümanist daha sonra Aydınlanmacı gelenekten gelen aydınların fikirleri ile başta Fransa ve İngiltere olmak üzere diğer Avrupa ülkelerinde dil ulus ilişkisi çerçevesinde devam ederek bugünkü İngiliz, Fransız, İtalyan, İspanyol kimliklerini hazırlamıştır.

Avrupa'da eğitimde Latince karşısında önce yerel dillere daha sonra ulusal dillere dönüş, din eğitimi ya da dini metinlerin okunması ile kilise çevrelerinde başlarken daha sonra yükseköğretim ve ilköğretime doğru genişleyen bir seyir izlemiştir. Avrupa'da 19. yüzyılın ortalarına gelindiğinde Latinofon kolejler, Gimnazyalılar ve bazı üniversiteler dışında eğitim dilinin ulusal dillere dönüğü görülür (Calhoun, 2007: 97; Burke, 2016:261; Ergün, 2018). Bu değişim, Britanya'da İngiliz orta tabakasının okuryazarlığı yanında kırsal bölgelerle bütünleşmeyi sağlayarak millet bilincini hızlandırmıştır (Llobera, 2007:43). Aynı durum diğer Avrupa ülkeleri için de geçerlidir. Almanya'da 17. yüzyıl, Fransa'da 18. yüzyıl reformları ile ulusal dilde öğretim yapılmaya başlanmıştır. 19. yüzyılda Avrupa'da eğitimde ulusal dillerin gücü ile yıllardan sonra ciddi bir okuryazar kitlesi oluşmuştur (Burke,1995:283). Bu gelişmeler asırlarca derin sınıf ayrımı içinde kaybolan kesimleri, ulusal tarih ve ulusal kültür çerçevesinde genişleyen sosyal aidiyet alanında yeni bir kimlik kazandırarak uyanışına yol açmıştır.

## SONUÇ

Milli eğitim, Avrupa'da eski toplum ve devlet yapılarının yarattığı sorunlar, medeniyet birikimi sonucu gelişen modern yöntem ve araçların biçimlendiği yeni dünya algısı ve bu algı çerçevesinde kurulan siyasi ve toplumsal yapıları sürdürme isteği ile ulus devletin bileşeni olarak ortaya çıkan bir eğitim

anlayışıdır. Her sistemde olduğu gibi ulusal eğitim sistemini de ortaya çıkaran işleyiş ve ilkelerini belirleyen sistemin sosyal zemindir. Çünkü sosyal yapılar belirli bir siyasi ve toplumsal oluşumun aracı konumundadır. İnsanların evrensel birikim ve ihtiyaçlarından doğmalarına ve benzer işlevleri yerine getirmelerine rağmen her birinin üst yapı içerisindeki rolü ve önemi ait oldukları sosyal birimin dokusu ve geliştikleri toplumsal üst yapı üzerinde egemen olan unsurların doğrudan ve dolaylı etkisi altındadır. Bu nedenle modern çağ dediğimiz zamanın eğitiminin anlaşılabilmesi ve nesnel değerlendirmelerin yapılabilmesi için onu şekillendiren sürecin ve bu sürece yön veren şartların çok daha derinlemesine incelenmesi gerekir.

Ulus devlet, insanoğlunun zaman değişkenine bağlı olarak dünya üzerindeki deneyimleri ve bu deneyimlerle gelişen değer ve anlamları üzerine Avrupa Kıtası üzerinde inşa ettiği örgütlenme biçimini ifade eder. Bu yönüyle ortaya çıkışında tarihsel süreçteki olaylar kadar, birbiri ile ilişkili değişkenlerin yansıması olan çatışma, rekabet ve uzlaşılar vardır. Bu nedenle ulusal eğitimin ortaya çıkışında Avrupa kıtası merkezli yaşanan; feodalitenin yarattığı gerilimler, Coğrafi Keşifler, Rönesans ve Reform Hareketleri, Sanayi İnkılâbı, Fransız ve Amerikan Devrimleri gibi toplumsal ve değişime neden olan; etkileyen, destekleyen yönleri ile aralarında sıkı bir bağ bulunan çok yönlü faktörler vardır (Buçukçu, 2020;89). Bu yüzden ulus devlete dayanan ulusal eğitim, yüzyıllar öncesinden yönü belirginleşen, büyük ölçüde Avrupa'nın daha önceki yüzyıllardaki toplumsal yapısı ve insanla ilgili sınıfçı anlayışının geniş halk kesimlerinde yarattığı sarsıntılara dayanan; adalet, eşitlik, özgürlük, katılım arayışının doğal bir sonucu olduğu gibi, bu yönelim sonucunda oluşan "ulus" olarak adlandırılan sosyal birimden askeri, siyasi ve ekonomik amaçlarla yararlanmak isteyen yönlendiricilerin kullanımına bağlı olarak ideolojikleşen bir tercihi de yansıtır.

Ulus yapısını hazırlayan faktörlerin her biri oluşan yeni siyasi yapılarda aynı düzeyde belirleyici olmamıştır. Genel anlamda bütün Avrupa ülkeleri benzer süreci yaşamakla birlikte her ulus, kendi siyasi, kültürel ve toplumsal dinamik ve yorumları çerçevesinde yeni değerlere anlam vererek işlev yüklemektedir (Greenfeld, 2016). Bu bağlamda, ulus devletleri şekillendiren faktörler arasında tüm uluslar için geçerli ilke ve değerlere esin kaynağı olan gelişme Fransız İhtilalidir. Bu ihtilal, yüzyılların birikimlerinin yeni siyasi ve toplumsal oluşumlara dönüşümünün başlangıcı, aynı zamanda Avrupa'dan dünyaya yayılan ulus temeline dayalı devlet modellerinin "Prototipi" özelliği taşır. Çünkü Fransız İhtilali, siyasi egemenlik ve kültürel aynileşmenin ötesinde bir millet olma bilincini yaratan, ortak bir geleneğe yönelik eğitimin de içinde bulunduğu kurumların oluşmasına neden oldu. Genel olarak Renan'ın milliyet düşün-

cesine dayanan Fransız modeli ortak bir tarihsel miras ve birlikte yaşama arzusu tarafından şekillendirilmiştir. Bu oluşumda ortak hedeflere ulaşmak için diğer toplumlarca da örnek alınan bilinçli bir sosyalleştirme söz konusuydu. Bu sosyalizasyon eğitim üzerinden hem dil ve kültür zemininde bilgilendirme, hem de mesaj olarak değerler üzerinden kültürlenme olarak aktarılmıştır (Pflanzen, 1966:129). Bundan dolayı Braudel (2014), Fransız ulusunun oluşumunda ordunun, zorunlu eğitimin ve demiryolu ağının önemini özellikle vurgular.

Avrupa'daki milletleşme süreci tüm boyutları ile birbirine benzer ve eşzamanlı bir gelişim seyri izlememiştir. Genel olarak aynı dönemler içerisinde birbirinden etkilenen benzer sosyal dalgalanmalar oluşmakla birlikte gerek bu uzun süreçte etkili olan olayların ortaya çıktığı ülke gerekse uluslaşmayı getiren öğelerin o merkezdeki etki düzeyi birbirinden farklı olmuştur. Bu nedenle Rönesans İtalya ve İspanya gibi ülkelerde daha çok değiştirici etkiye neden olurken (Smith, 2001), sanayileşmenin İngiltere, dini reformların Almaya, siyasi devrimin Fransa'da daha belirleyici olduğu görülür. Bu durum bu ülkelerde oluşan yeni toplumların ulus yapılanmasındaki baskın karakterini de farklılaştırmıştır. Bu yönüyle bazı ülkelerde refaha dayalı daha bireyci bir ulus yapısı oluşurken bazılarında ise tarih ve kültürü merkeze alan daha toplumcu bir ulus yapısı ortaya çıkmıştır.

Ulus toplumların oluşumu süreci genel anlamda bütün kurum ve kuruluşlarıyla toplumsal değişimi beraberinde getirmiştir. Bu değişim eski dünyadan farklı olarak "modernleşme" kapsamında yeni toplum ve devlet modelini ortaya çıkarmıştır. Bu model, günün anlayışa göre yeniyi, gelişmiş, ileriye temsil eden anlamıyla insanlığın ulaştığı ideali ifade eder. Bu kapsamda değişen, en gelişmiş kabul edilen insan ve toplum anlayışının oluşum sürecinin tamamlanması ve model olarak dünyada yaygınlaşması için yeni oluşan örgütlenme biçiminde hem insan yaşamının gereği hem de köklü değişimlerin getirilerinin geniş halk kitlelerine ulaşması için en temel sosyalizasyon rolü eğitime yüklenmiştir. Eşitlik, özgürlük, demokrasi zemininde belirli bir coğrafya üzerinde yaşayan insanların ortak kimliği olarak oluşan millet, doğal olarak hem kendini keşfetmede hem de varlığını sürdürmede eğitimi işe koşmaktadır. Bu süreçte eğitimin aracı olduğu sosyal yapıyı hazırlayan şartlar, aynı şekilde ilke ve hedefleri ile eğitimi "milli eğitim" olarak şekillendirmiştir.

Milli Eğitim düşüncesinin oluşumunda Avrupa sathındaki birbiri ile ilişkili çok farklı değişkenler kümesinden söz edilse de, bu süreçte daha çok ekonomik ve siyasi değişkenler üzerinde durulduğu tespit edilmiştir. Siyasi faktörler hem düşüncenin oluşumunda hem de kurulan toplumsal yapıların kurumsallaşmasında ön plana çıkmaktadır. Bu durum, ulus temelli yapıları oluşum ve sürdürme isteğinin daha çok siyaset ve ideoloji üzerinden okunmasını yay-

gınlaştırdığı gibi diğer faktörlerin geri plana itilmesine neden olmaktadır. Bu nedenle hem tek değişken üzerinden yapılan çalışma ve değerlendirmelerin gerçekliğinin değerlendirilmesi hem de bu değişkenler üzerinden elde edilen verilerin diğer değişkenlerle ilişkisinin betimleyici anlayıştan ziyade yorumcu bir anlayışla ele alınması gereği ortadadır. Diğer taraftan, milli devleti ortaya çıkaran gelişmelerin bütün toplumlarda aynı düzeyde belirleyici olduğu yönündeki kanaatin ortaya çıkarabileceği yanılgıları da göz ardı etmemek gerekir. Ayrıca, ulus devlet uygulamalarında milliyetçilikle bağdaştırılan yönelimlerin de ülkeler bağlamında ele alınarak, bu yönelimlerin oluşum süreci ve ulus örgütlenmesi ile ilişkisinin açığa kavuşturulması da önemlidir. Çünkü Avrupa, uluslaşma ile geçmişten getirdiği derin sorunlarını çözdüğü gibi, öncülük ettiği fikirlerle büyük çatışmalara da neden olmuştur. Bu durum milletleşme ve millet birimine yönelik yaklaşımları da etkilemektedir. Bu nedenle uluslaşmanın doğuşu, günümüzdeki geçerliği, uluslaşma ile oluşan homojen halk gücünün kötüye kullanımı, eğitime yüklenen işlev ve bu işlevlerin başlangıçta yaratılan; özgürlük, eşitlik, demokrasi gibi değerlerle ilişkisi önem kazanır. Aksi takdirde uluslaşma; kapitalizmin bir sonucu, burjuvanın kendini koruma çabası, egemen güçlerin icat ettiği yapay oluşum gibi ulus iradesi dışında gelişen bir örgütlenme olarak değerlendirilecek ve bu değerlendirmelerle yaygınlaşan ön yargılar araştırmacıları bilimsel zeminden uzaklaştıracaktır. Bu nedenle “ulus” örgütlenmesinin sonucu olarak gelişen milli eğitim anlayışının dayandığı temeller ve bu temeller üzerine bina edilen uygulamaların göz ardı edilen psiko-sosyal faktörleri, tamamlayıcı ve derinleştirici araştırmalarla açıklığa kavuşturulması gerekir.



## KAYNAKÇA

- Acar, S. (2001). Martin Luther'in İncil Çevirisinin Ortak Alman Dilinin Oluşmasındaki Rolü. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*,1 (1), 2-8
- Akıncı, A. (2012). Modern Ulus Devletlerin Doğuşu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34, 61-70.
- Alkan, M. Ö. (2008). Osmanlı İmparatorluğunda Modernleşme ve Eğitim. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, C. 6 (12), 22
- Anderson B. (1995). *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması* (D.Savaşır, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Arnold, D. (1995). *Coğrafi Keşifler Tarihi* (O. Bahadır, Çev.). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Aron, R. (1997). *Sanayi Toplumu* (2. Bs.). (E. Gürsoy, Çev.), İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Arsel, İ. (1964). *Anayasa Hukuku (Demokrasi)*. İstanbul: Doğuş Matbaası.
- Asımov, İ. (2006). *Bilim ve Buluşlar Tarihi*. (E. Topçugil, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Aydemir, C. ve Genç, S. Y. (2011). Orta Çağın Sosyo-ekonomik Düzeni: Feodalizm. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (36), 226-241.
- Aydın, R. (2018). Ulus, Uluslaşma ve Devlet: Bir Modern Kavram Olarak Ulus Devlet. *Siyasal Bilimler Dergisi*, 6(1), 229-256.
- Aytaç, K. (1992). *Aurupa Eğitim Tarihi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Badham, R. (1984). The Sociology of Industrial and Post-industrial Societies. *Sociologie (La) Contemporaine*, Paris: 32 (1), 1-136.
- Bloch, M. (1983). *Feodal Toplum* (M. A. Kılıçbay). Ankara: Savaş Yayınları.
- Bozkurt, V. (2009). *Değişen Dünyada Sosyoloji* (4. Bs.). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Braudel, F. (2013). *Kapitalizmin Kısa Tarihi* (İ.Yergüz, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Braudel, F. (2014). *Uygarlıkların Grameri* (M. A. Kılıçbay, Çev.). (4. baskı), Ankara: İmge Kitabevi.
- Brubaker, R. (1992). *Citizenship and Nationhood in France and Germany*, Cambridge: USA: Harvard University Press.
- Buçukçu, Ö. (2020). *Milliyetçilik*, İstanbul: Ketebe Yayınları.
- Burckhardt, J. (2018). *İtalya'da Rönesans Kültürü* (B.S.Baykal,Çev.). İstanbul: Okuyan Us Yayınları.



- Burke, P. (1995). *Yeniçağ Başında Avrupa Halk Kültürü* (G. Aksan, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Burke, P. (2004). *Bilginin Toplumsal Tarihi* (M. Tunçay, Çev.), (2. Bs). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Burke, P. (2000). *Rönesans*. (Ö. Akpınar, Çev.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Burke, P. (2016). *Yeniçağ Avrupa'sında Diller ve Topluluklar* (Ç. Çakın, Çev.). İstanbul: Isık Yayınları.
- Calhoun, C. (2007). *Milliyetçilik* (B. Sütçüoğlu, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Casanova, J. (2014). *Modern Dünyada Kamusal Dinler* (M.M.Gahin,Çev.). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Cevizci, A. (2008). *Aydınlanma Felsefesi Tarihi*. Bursa: Asa Kitabevi,
- Compayré, G. (1889). *The History of Pedagogy* (W.H. Payne, Trans.). Boston.
- Çüçen, A. K. (2006). Batı Aydınlanmasının Düşünsel Kökenleri ve Eleştirisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı*, 25-34.
- Demirci, K. (1995). "engizisyon". *TDV İslâm Ansiklopedisi*, 1995, XI, s.238-241.
- Eino S. (2011). *Martin Luther - Kutsal İnanç Adamı* (P. Karvanen,Çev.). İstanbul: GDK Yayınları,
- Ergün, M. (2018). *Modern Eğitim Sistemlerinin Doğuşu ve Gelişmesi I-II*. Ankara: Pegem Akademi.
- Erkan, H. (1999). Bilgi Toplumu ve Bilgi Toplumuna Geçiş, *Bilgi Toplumu*, İstanbul: TDAV Yayınları, (1), 9-13.
- Erözden, O. (1997). *Ulus Devlet*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Febvre, L. ve Martin, H. J. (2000). *Kitabın Doğuşu* (G. Batuş, Çev. ). İstanbul: Avcıol Basım.
- Fischer, S. R. (2004). *A History of Reading*. London: Reaktion Books.
- Gat, A.ve Yakobson, A. (2013). *Uluslar* (Ş. Özcan, Çev.). İstanbul: Bilge kültür Sanat.
- Garda, B. ve Temizel, M. (2016). Bilgi Çağında Eğitim. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (12), 23-43.
- Gaworek, N. H. (1977). Education, Ideology, and Politics: History in Soviet Primary and Secondary Schools. *The History Teacher*, Vol. 11, No. 1. pp. 55-74.
- Gellner, E. (1992). *Uluslar ve Ulusçuluk* (B. E. Behar ve G. G. Özdoğan, Çev.) İstanbul: İnsan Yayınları.

- Giddens, A. (2005). *Sosyal Teorinin Temel Problemleri* (Ü.Tatlıcan, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Göze, A. (2000). *Siyasal Düşünceler ve Yönetimler* (9.Bs.). İstanbul: Beta Yayınları.
- Gramer, J. F. ve Browne, G. S. (1982). *Çağdaş Eğitim: Milli Eğitim Sistemleri Üzerinde Mukayeseli Bir İnceleme* (A. F. Oğuzkan, Çev.). Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Green, A. (2013). *Education and State Formation: Europe, East Asia and the USA* (2 nd. Edit.). London: Macmillan Distribution.
- Greenfeld, L.(2016). *Milliyetçilik* (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Alfa.
- Guibernau, M. (1997). *20. Yüzyılda Ulusal Devlet ve Milliyetçilikler* (N.N.Domaniç, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Hanılçe, M. (2010). Coğrafi Keşiflerin Nedenlerine Yeniden Bakmak. *Tarih Okulu*, (7), 47-70.
- Hobsbawm, E. J. (1995). *Milletler ve Milliyetçilik* (O.Akıntaş, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hof, U. (2004). *Avrupa'da Aydınlanma* (Ş. Sunar, Çev.). İstanbul: Literatür yayınları.
- Hroch, M. (2011). *Avrupa'da Milli Uyanış: Toplumsal Koşulların ve Toplulukların Karşılaştırmalı Analizi* (A. Özdemir, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- İnsel, A. (2000). Kimlikler ve Devletin Hukuku. *Doğu Batı*, 4 (13), 59-64.
- Kafesoğlu, İ. (1998). *Türk Millî Kültürü* (14. Bs.). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Kedourie, E.(1971). *Avrupa'da Milliyetçilik*, (M.H. Demirtaş,Çev.). Ankara: MEB Basımevi.
- Kurat, A. N. (1972). *IV-XVIII. Yüzyıllarda Karadenizin Kuzeyindeki Türk kavimleri ve Devletleri*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Leca, J. (1998). *Neden Söz Ediyoruz? Uluslar ve Milliyetçilikler* (S. İdemen, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Lefebvre, G. (1947). *The Coming of the French Revolution* (R. Palmer, Trans.). Princeton University Press.
- Llobera, R. J. (2007). *Batı Avrupa'da Milliyetçiliğin Gelişimi* (E. Akman, Çev.). İstanbul: Phoenix Yayınevi.
- Luther, M. (2019). *Doksan Beş Tez*, (C.C. Çevik, Çev.). (3. Bs.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Makdisi, G. (2015). *Orta Çağ'da Yüksek Öğretim: İslam Dünyası ve Hristiyan Batı* (A.H.Çavuşoğlu,Çev.). İstanbul: Gelenek Yayıncılık.

- McClellan, J. E. ve Dorn, H. (2006). *Dünya Tarihinde Bilim ve Teknoloji* (H. Yalçın Çev.). Ankara: Arkadaş Yayınları.
- Mclaren, A. (1981). Revolution and Education in Late Nineteenth Century France: The Early Career of Paul Robin, *History of Education Quarterly*, Vol:21, No:3. pp.317 – 335
- Nımnı, E. (2016). Ulusların Kendi Kaderini Tayin Hakkı, 21. *Yüzyılda Milliyetçilik*, (E. Aktoprak, C. Kaya, Der.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ong, W. (2003). *Sözlü ve Yazılı Kültür* (S. P. Banon, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Pflanze, O. (1966). Nationalism in Europe, 1848-1871. *The Review of Politics*, 28(2), 129-143.
- Poloma, M. (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları* (H. Erbaş, Çev.). Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Reisenberg, P. (1992). *Citizenship in the Western Tradition, Plato to Rousseau*, The University of North Carolina Pres, U.S.A.
- Reisner, E. H. (1922). *Nationalism and Education since 1789: a Social and Political History of Modern Education*. Newyork: Macmillan Company.
- Reşad, A. (2018). *Fransa Büyük İhtilali* (E. Kılınç). İstanbul:Ötüken Neşriyat.
- Rich, N. (1970). *The Age of Nationalism and Reform 1850-1890*, New York: W. W. Norton ve Company Inc.,
- Rocker, R. (2019). *Milliyetçilik ve Kültür* (A. Çakıroğlu,Çev.). İstanbul: Kaos Yayınları.
- Rostow, W. W. (1999). *İktisadi Gelişmenin Merhaleleri* (E. Güngör,Çev.). İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Roux, J. P. (2007). *Türklerin Tarihi: Pasifik'ten Akdeniz'e 2000 yıl* (A. Kazancıgil ve L. Arslan Çev.), (2.Bs.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Sarıbay, A. Y. (1998). *Siyasal Sosyoloji* ( 4. Bs.). İstanbul: Der yayınları.
- Schulze, H. (2005). *Avrupa'da Ulus ve Devlet* (T. Binder, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Sezal, İ. (1999). İkinci Bin yıl İkinci Toplumdan Üçüncü Bin Yıl Üçüncü Toplum. *Bilgi Toplum*, İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı yayınları, (1), 19-26.
- Smith, A. D. (2013). *Milliyetçilik: Kuram, İdeoloji, Tarih* (Ü. H. Yolsal. Çev.). Ankara: Atıf Yayınları.
- Smith, A. D. (1999). *Milli Kimlik* (B.S. Şener, Çev.), (2. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Smith, A. D. (2002). *Ulusların Etnik Kökeni* (S.Bayramoğlu, Çev.). İstanbul: Dost Kitabevi.
- Smith, P. (2001). *Rönesans ve Reform Çağı* (S. Çağlayan, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Şekerci, A. E. (2015). Aydınlanmanın Ulusal Karakteri Üzerine Analitik Bir Deneme. *Doğu'dan Batı'ya Düşüncenin Serüveni* (B. A. Çetinkaya, Ed.), C. III, s.153-212.
- Şimşek, M. Ş. ve Akın, H.B. (2003). *Teknoloji Yönetimi ve Örgütsel Değişim*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Şimşek, U., Küçük, B. ve Topkaya, Y. (2012). Cumhuriyet Dönemi Eğitim Politikalarının İdeolojik Temelleri. *Turkish Studies- International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish*, C 7(4), 2809-2823.
- Şimşir, B. N. (1992). *Türk yazı devrimi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Taylor, C. (2014). *Seküler Çağ* (D. Körpe, Çev.). İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Tez, Z. (2008). *Kâğıdın ve Matbaanın Kültürel Tarihi*. İstanbul: Doruk Yayımcılık.
- Tezcan, M. (1993). *Kültür ve Kişilik:(Psikolojik Antropoloji)*. AÜ Eğitim Bilimleri Fakültesi yayınları.
- Toku, N. (2003). *John Locke ve Siyaset Felsefesi*, Ankara: Liberte Yayınları.
- Topcu, Y. (2020). Lutherizm ve Türk Din Reformu. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Tarih Dergisi*, 3 (1), 45-65.
- Tönnies, F. (2019). *Cemaat ve Cemiyet* (E. Güler, Çev.). İstanbul: Vakıfbank Kültür.
- Türk Dil Kurumu, (2011). *Türkçe Sözlük* (11. Bs.). Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Vasiliev, A. A. (1943). *Bizans İmparatorluğu Tarihi* ( A. M. Mansel, Çev.). C. I, Ankara: Maarif Vekaleti.
- Vaughan, M. and Archer, M. S. (1971). *Social Conflict and Educational Change in England and France 1789-1848*. Cambridge University Press.
- Wallace, A. F. (1961). Schools in Revolutionary and Conservative Societies. *Anthropology and Education*, 25-54.
- Weber, E. (2017). *Köylülerden Fransızlara* (Ç. Sümer, Çev.). Ankara: Heretik Yayınları.
- Wiborg, S. (2000). Political and Cultural Nationalism in Education. The Ideas of Rousseau and Herder Concerning National Education. *Comparative Education*, Vol:36, No:2, Special Number (22), pp,235-243.



# MATEMATİKTE ÖZYETERLİK ALGILAR, MOTİVASYONLAR, KAYGILAR VE TUTUMLAR ARASINDA İLİŞKİ\*

## Relationship between Self-Effective Perceptions, Motivations, Anxieties and Attitudes in Mathematics

Gönderim Tarihi / Received: 16.03.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 20.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.704334>

Ahsen FİLİZ\*\*1

Hülya GÜR<sup>2</sup>

**ÖZ:** Çalışmada ortaokul beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin matematik kaygıları, matematik özyeterlik algıları, matematik tutumları ve matematik motivasyonlarının cinsiyet, sınıf, ana-baba eğitim durumuna göre farklılıkları incelenmiştir. İkinci olarak da matematik özyeterlik algılarının; matematik kaygısı, matematik motivasyonu ve matematik tutumları üzerine etkileri araştırılmıştır. Matematik özyeterlik algıları üç boyutta, matematik kaygıları dört boyutta, matematik motivasyonları dört boyutta ve matematik tutumları üç boyutta ele alınmıştır. Çalışmanın örnekleminde Marmara Bölgesi'nde bulunan beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci sınıfta okumakta olan 633 öğrenci yer almaktadır. Çalışmada 'Matematik Kaygı Ölçeği', 'Matematik Özyeterlik Ölçeği', 'Matematik Tutum Ölçeği' ve 'Matematik Motivasyonu Ölçeği' veri toplama aracıdır. Çalışmadan toplanan veriler için analizler SPSS 21.0 paket programı ile yapılmıştır. Verilerin analizinde istatistiksel testler kullanılmıştır. Çalışma sonucunda ortaokul öğrencilerinin, matematik kaygılarının tüm alt boyutlarında anlamlı farklılık gösterdiği, matematik motivasyonu alt boyutlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği, matematik tutumları alt boyutlarının 'sınıf düzeylerine' göre anlamlı farklılık bulunurken 'anne eğitim durumuna' göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada beşinci sınıf öğrencilerinin matematiği kullanırken 'kendine olan güvenleri', 'davranışsal farkındalıkları', 'matematiğe yönelik tatminleri' ve 'içsel motivasyonlarının' diğer sınıf düzeylerinden yüksek bulunması

\* Birinci yazarın yüksek lisans tezinin bir kısmından oluşmuştur. Çalışmada veriler 2019 yılından önce toplandığından etik kurul iznine gerek yoktur.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Matematik Eğitimi (Bilim Uzmanı), Balıkesir Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü/Matematik ve Fen Alanlar Eğitimi Bölümü/Matematik Eğitimi Anabilim Dalı, [ahsenayanayan@gmail.com](mailto:ahsenayanayan@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-8886-5572>

<sup>2</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/ Necatibey Eğitim Fakültesi/Matematik ve Fen Alanlar Eğitimi Bölümü/Matematik Eğitimi Anabilim Dalı, [hgur@balikesir.edu.tr](mailto:hgur@balikesir.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-8479-8811>

literatürden farklı bir sonuçtur. Bu, yeni bir yaklaşım olan 4+4+4 eğitim sistemine göre değişiklik gösterdiği kabul edilebilir. Bu durumda öğretmenlere önemli görevler düşmektedir. Öğrencilerin matematik dersine motivasyonları yükselecek, kaygı seviyeleri azalacak ve matematik dersine karşı olumlu tutum geliştirecek şekilde eğitim ve öğretim almaları sağlanmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Matematik Özyeterlik Algıları, Matematik Kaygıları, Matematik Motivasyonu, Matematik Tutumları.

**ABSTRACT:** In the study, mathematics self-efficacy perceptions, mathematic anxieties, mathematic motivations and mathematic attitudes of secondary school of 5<sup>th</sup> to 8<sup>th</sup> grade students, the differences were examined according to gender, class, mother-father education level. Secondly, the perceptions of mathematics self-efficacy; effects on mathematic anxiety, mathematic motivation and mathematic attitudes were investigated. The perceptions of mathematics self-efficacy are three group, mathematics anxieties are four group, mathematic motivation are four group and mathematic attitudes are handled in three dimensions. The participants of the study involve 633 students studying in the 5<sup>th</sup> to 8<sup>th</sup> grade schools in the North Marmara Region. The study Mathematics Self-Efficacy Scale, Mathematics Anxiety Scale, Mathematics Motivation Scale and Mathematics Attitude Scale is a data tool. Analysis for the data collected from the study were made with the SPSS21.0 package program. Statistical analyses were used to examine the data. As a result of the study, secondary school students showed significance differences in all sub-dimensions of their math anxiety, math motivation sub-dimensions did not differ significantly by gender, while math attitudes sub-dimensions did not differ significantly according to 'grade level' but 'maternal education status'. In the study, the fact that fifth grade student's 'self-confidence', 'behavioral awareness', 'satisfaction with mathematics' and 'intrinsic motivation' when using mathematics were higher than other grade levels is a different result from the literature. This condition varies for a new approach of 4+4+4 educational system. Teachers should perform important roles. It is received to student take education with high mathematics lesson motivation, low anxiety level and positive attitude towards to mathematic lesson.

**Keywords:** Mathematics Self-Efficacy Perceptions, Mathematics Anxieties, Mathematics Motivation, Mathematics Attitudes.

## GİRİŞ

Matematik, ortaya çıkan yeteneklerin yönlendirilmesi, sistemli ve mantıklı bir düşünce yapısının kazandırılması gibi insanın bütün aktivitelerinde kullanıldığı önemli bir bilim dalı olarak hayatımızda yer almaktadır (Bulut, 1988; Baykul, 1999). Matematik hayatımızın önemli bir parçası olmasına rağmen, ülkemizde birçok öğrenci için zor bir ders olarak görülmekte ve öğrencilerin matematiğe karşı negatif tutum sergilediği, matematikte başarılı olamayacaklarını düşündükleri için kaygılandıkları ortaya çıkmaktadır. Öğrencilerin negatif tutumlarını azaltmak ve matematiğe karşı olumlu tutumlar geliştirmek Milli



Eğitimin hedefleri arasındadır. Eğitim-öğretim esnasında öğrencilerin matematik dersinde başarısız olmalarını da etkileyen birçok faktör vardır. Bunlardan bazıları matematik dersine yönelik özyeterlik algısı, matematik dersinde duyulan kaygı, matematik dersine yönelik motivasyon ve matematik dersine yönelik tutum olan bireysel farklılıklardan meydana gelen öğrenme stilleridir. Belirtilen öğrenme stillerinin incelenmesi ile öğrencilerin matematiği daha çok benimsemesi, kabullenmesi, sevmesi ve matematikten korkmaması için çeşitli faaliyetler gerçekleştirilebilir. Çalışmada, matematik özyeterlik algıları, matematik kaygısı, matematik motivasyonu ve matematik tutumlarının demografik değişkenleri (cinsiyet, sınıf, ana-baba eğitim durumu) bağlamında anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Daha sonra ise matematik özyeterlik algılarının matematik kaygısı, matematik motivasyonu ve matematik tutumları üzerine etkisi araştırılmıştır.

### Özyeterlik ve Matematikte Özyeterlik

Özyeterlik, sosyal bilişsel kuramın en önemli kavramlarından biridir. Akay ve Boz (2011)'a göre, özyeterlik; kişinin performansına dayalı aktiviteleri yaparken gerekli eylemleri düzenleme ve yürütme kapasitesidir. Özyeterlik önemli bir kavram olduğu gibi özyeterlik algısı da sosyal bilişsel kuramın önemli değişkenlerinden biridir. Kurbanoğlu ve Takunyacı (2012)'ya göre özyeterlik algısı; duygusal, sosyal, bilişsel ve davranışsal becerileri organize etmeyi ve durum üzerinde uygulama yapmayı içerir. Özyeterlik algısı kişilerin farklı durumlar arasında en uygun seçimi yapmalarını, ortaya çıkan engellere karşı ısrarcı olmalarını, duygusal tepkiler yerine üretken davranışlar gösterebilmelerini sağlayabilir. Bireyin sahip olduğu özyeterlik algısı motivasyon ve davranışların en önemli belirleyicisi en güçlü yönlendiricisidir (İpek, 2019). Demiralay ve Karadeniz (2010)'e göre yüksek özyeterlik algısına sahip olan kişiler, başarılı olacaklarına inanmakta ve gerçekleştirdiği faaliyetler tamamlanana kadar çaba göstermeye devam edeceklerdir. Düşük özyeterlik algısına sahip olan kişiler ise başarısızlıktan korkacak ve zorlandıkları faaliyetleri bırakmaya yatkın olacaklardır. Diğer yandan bir kişinin bir alanda yüksek özyeterlik algısı mevcut iken, diğer bir alanda ise düşük özyeterlik algısı olabilir. Bütün bu faktörler Bandura'ya göre dört kaynaktan oluşan bir unsur olarak ifade edilmiştir. Bu unsurlar:

1. Kişinin Bireysel Tecrübeleri: Bireyin geçmişte yaşamış olduğu başarı ve başarısızlıklar,
2. Başkalarının Tecrübeleri: Benzer kişilerin davranışlarını model alarak onun tecrübelerini paylaşmak.
3. Sözel İkna: Kişinin bir durumla mücadelesinde aldığı öneriler.

#### 4. Duygusal Durum: Bireyin özyeterliğin değerlendirmede korku, kaygı ve stresini kontrol altında tutabilmesidir.

Diğer taraftan Bandura'ya göre özyeterlik inançları; bireyin düşüncesinin negatif veya pozitif olmasını, hayatının amaçlarını belirlemedeki hedeflerini, yaşamının nasıl olacağını, zorluklarla karşılaştıklarında nasıl çaba sarf edeceğini ve stres düzeyini etkilemesinde önemli bir unsur olarak tanımlanmıştır. Ural, Umay ve Argün (2008) matematikte özyeterliği, bir bireyin matematikle ilgili görev ve sorumluluklarını başarılı bir biçimde tamamlayabilmesi için kendi yeteneğine ilişkin inançları şeklinde tanımlamıştır. İpek (2019) matematik özyeterlik inancını, kişinin matematiksel konularda kendini yeterli düzeyde görmesi ve matematiksel problemleri çözebileceğine inanması şeklinde tanımlamıştır.

Çalışmada özyeterlik algısı ve özyeterlik inançları bireylerin olumlu ve olumsuz düşünmesini, hayatındaki amaçlarını nasıl belirleyeceğini, zorluklar karşısında nasıl çaba harcayacağını ve sonucunda nasıl etkileneceği önemli bir faktör olarak ele alınmıştır. Matematikte özyeterlik ise bireylerin matematiği yaşamda kullanırken görev ve sorumluluklarını başarılı bir şekilde gerçekleştirmesi ve matematiksel benlik algılarının farkında olmalarına ilişkin inançları olarak ele alınmıştır.

#### Kaygı ve Matematik Kaygısı

Kaygı, bireyde bir durum karşısında duygusal, zihinsel ve bedensel rahatsızlık ve huzursuzluk olarak adlandırılır. Kaygıya neden olan olaydan daha çok bireyin olaya yüklediği anlamdır. Kaygı bireyde huzursuzluk verdiği gibi bu huzursuzluk da öğrenmesinin önünde en büyük engeldir. Son yıllarda matematik kaygısı ile ilgili çalışmalara alan yazınında sıklıkla rastlanmaktadır. Yenilmez ve Midilli (2006) matematik kaygısını öğrencilerin hem matematik performanslarını azalttığını hem de günlük hayat problemlerinde ve ders kitaplarındaki problemleri çözerken mantık dışı matematik korkusuna maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Sağlam (2019)'a göre matematik kaygısı, bireyin matematiği düşündüğünde başarısız olma fikrinin meydana getirdiği davranışsal ve duygusal tepkilerdir. Diğer yandan Aydın (2011) öğrencilerin matematik öğrenmelerinde en önemli faktörlerin başında matematik kaygılarının olduğunu savunmaktadır. Matematik kaygısını ele aldığımızda bu kavramın endişe, gerginlik ve tedirginlik gibi birçok kavramla yakından ilişkili olduğu görülmektedir. Literatürden matematik kaygısında, bireyin korkularının matematik öğrenmeye engel olduğu ve bireyin matematikte başarısız olmasına neden olduğu sonucuna ulaşabiliriz. Matematik kaygısı, bireyin matematikte karşılaştığı soruları çözerken mantık dışı korkuları olup öğrenmesini ve başarılı olmasını engellemektedir.

Matematik kaygısı birçok nedene bağlanmaktadır. Bu sınıflandırmalardan en çok karşılaşılan durumsal, kişisel ve kişiliğe bağlı nedenlerdir. Durumsal nedenler; matematik öğretimi sırasında kullanılan stratejiler, öğretmen tutum ve davranışları, kişisel nedenler; cinsiyet, yaş sosyo ekonomik durum, kişiliğe bağlı nedenler; kişilerin psikolojik ve duygusal özellikleri, kendine güven duyması ve bilişsel açıdan öğrenim tarzları ile ilgili sebeplerdir (Yelkenci, 2019).

Çalışmada kaygı, bireyin sıkıntı yaşanan durumlarla karşı karşıya kalındığında stres, gerginlik ve hoş olmayan duygusal tepkilerin tümü olarak ele alınmıştır. Matematik kaygısı ise günlük yaşamda başarıyı etkileyen bireyin öğrenmesini engelleyen sıkıntılı bir kaygı duygusu olarak ele alınmıştır.

### **Motivasyon ve Matematik Motivasyonu**

Motivasyon, bireylerin davranışlarına yön veren, öğrenmesinde etkili bir yoldur. Budak ve Demir (2016) motivasyonu, öğrencilerin yapması gereken görevleri gerçekleştirmek için emek harcaması, zamanını vermesi ve istekli olmaları olarak tanımlamıştır. Dede ve Yaman (2008) öğrencilerin öğrenme stilleri, yaratıcılıkları ve akademik başarılarında motivasyonun etkisinin yadsınamaz olduğunu vurgulamaktadır. Motivasyon, öğrenmenin anahtar kavramlarından biri olarak da öne çıkmaktadır. Bundan dolayı öğretim ortamlarında ihmal edilmemesi gereken bir unsurdur. İspir, Ay ve Saygı (2011) üstün başarılı öğrencilerin matematik öğrenmelerinde farklı motivasyonları olabileceğine vurgu yapmışlardır.

Külünk Akyurt (2019) matematik motivasyonunu, öğrencilerin matematiksel etkinliklere aktif olarak katılım sağlaması, gönüllü olması ve matematik öğrenmek için çaba sarf etmesi olarak tanımlamıştır. Matematik öğrenmede yüksek motivasyona sahip olan öğrenciler matematik problemlerini çözerken daha istekli olurlar diğer öğrencilerden daha fazla emek harcarlar. Matematik motivasyonu düşük olan öğrenciler ise matematiksel etkinliklere düşük katılım gösterirler, derse karşı isteksiz olurlar. Bu durum bir süre sonra öğrencide matematik dersine yönelik olumsuz tutum oluşturur ve matematiğin gereksiz bir ders olarak algılanmasına neden olur. (Kesici, 2018). Matematik öğrenmede motivasyonun iki boyutu; içsel motivasyon veya dışsal motivasyon karşımıza çıkmaktadır. Çalışmada motivasyon bireyin bir amaca yönelik davranışlarını yönlendiren bir güç olarak ele alınmıştır. Matematik motivasyonu ise öğrenme ve öğretme kavramları ile yakından ilişkili olup matematik başarısına etkisi üzerine ele alınmıştır.

### **Tutum ve Matematik Tutumları**

Tutum, bireyin duyuşsal davranışlar içinde bulunan doğrudan da gözlemlenemeyen tepki gösterme eğilimidir. Yelkenci (2019) tutumu, bireyin sorumlu-

luğunda olan, onun olay ile ilgili duygu, düşünce ve davranışlarını düzenli bir şekilde oluşturan eğilimler olarak tanımlamıştır. Bireyin tutumları olumlu veya olumsuz davranışların gösterilmesine neden olabilir. Kişi olumsuz bir tutum geliştirdiğinde ilgisi azalır, sevmekten vazgeçer, onunla uğraşmaktan vazgeçer ve yapamayacağı kanaati uyanır. Kişilerin tutumlarını gözle görmek mümkün değildir. Bir kişinin tutumu gözle görülemez ancak davranışları gözlemlendiğinde tutumuyla ilgili kanaate varılabilir. Örneğin, sadece matematik dersine devam etmeyen, matematik dersinin ödevlerini yapmayan bir öğrenci için o öğrencinin matematiğe karşı olumsuz tutum sergilediği sonucuna ulaşabiliriz. Buradan tutumun eğitimciler tarafından da dikkat edilmesi gereken bir olgu olduğu söylenebilir. Işık (2018)'a göre matematik dersinde bir tutum kazanıldıktan sonra değişmesi imkansız olduğu kadar zordur. Özellikle öğrenci derse karşı olumsuz tutum içindeyse ders çok zor başarılamaz bir hale gelir. Öğrencilerin matematikte olumlu tutuma sahip olmaları için matematiğin günlük hayatta her zaman ve her yerde karşılaşılan bir durum olduğu ve gerekliliği dile getirilmelidir. Burada öğrencilerin derse bakış açılarını etkileyen öğretmen, aile ve topluma önemli görevler düşmektedir.

Çanakçı ve Özdemir (2011)'e göre matematik başarısı ile matematik tutumu arasında bir ilişki mevcuttur. Matematik başarısının yükselmesi olumlu bir tutum kazanmakla mümkündür. Matematiğe karşı pozitif tutumu olan öğrencilerin, yüksek özyeterlik seviyesindedir. Bu öğrenciler matematik başarısı için çaba göstermenin önemine daha çok önem verirler. Yetenek ve şansın matematikte çok etkili olmadığını düşünürler. Buradan tutumun pozitif ve negatif duygusal yoğunluk içeren duygusal tepkiler biçiminde açıklanabildiğini de göstermek mümkündür.

Çalışmada tutum kişinin davranışlara olumlu veya olumsuz yönde tepki göstermesi ve güdüleyici bir unsur olarak önem arz etmesi açısından ele alınmıştır. Matematikte tutum, başarı faktörü ile ilişkilendirilmiş tutumun başarı ile pozitif ilişkisi olduğu ele alınmıştır.

## YÖNTEM

### Araştırmanın Önemi

Matematik, hayatımızın her alanında yer almaktadır. Hayatımızın içinde önemli bir yere sahip olan matematiğin öğrenciler için kaygı veren ve olumsuz tutum geliştirdikleri bir ders olması üzüntü verici bir durumdur. Öğrencilerde oluşan bu olumsuz tutumlar önleildiğinde, matematik dersinin amaçlarına ulaşılmış olunacaktır. Böylece araştırmanın; ortaokul öğrencilerinin özyeterlik algıları, matematik dersine yönelik tutumları, matematik dersine olan motivasyonları ve matematik dersine karşı kaygıları arasındaki ilişkinin be-

lirlenmesinin önemli açıktır. Matematik özyeterlik algıları, matematik motivasyonları, matematik kaygıları ile matematik dersine yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre ilişkisi ile ilgili ortaokul öğrencileri ile yapılan araştırmaların sınırlıdır.

### **Araştırmanın Amacı ve Örneklem**

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin matematiğe yönelik özyeterlik algıları, tutumları, motivasyonları ve kaygı düzeylerinin cinsiyet sınıf, anne-baba eğitimleri açısından farklılıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. “4+4+4 eğitim sisteminin” uygulanmaya başlanması ile birlikte ortaokul öğrencilerinin ele alınan demografik özelliklere göre nasıl etkilediğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evreni Kuzey Marmara bölgesindeki beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci sınıflarda okuyan öğrencilerdir. Araştırmanın örneklemini ise Kırklareli ili Lüleburgaz ilçesinde beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci sınıflarda okuyan öğrencilerden ulaşılanlardır. Bu kapsamda 633 öğrenciden veriler toplanmıştır.

### **Araştırma Problemi**

Araştırmanın amacı doğrultusunda çalışmanın problem cümlesi aşağıdaki şekilde belirlenmiştir: Ortaokul beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin matematik özyeterlik algıları, matematik kaygıları, matematik motivasyonları ve matematik tutumlarında demografik özelliklere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

### **Veri Toplama Araçları**

Araştırmada Umay (2001)'ın geliştirdiği “Matematik Özyeterlik Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek Hacettepe Üniversitesi ilköğretim matematik öğretmenliğinde okuyan 127 ilköğretim matematik öğretmenliği bölümü öğrencilerini kapsamaktadır. 14 sorudan meydana gelen ölçeğin güvenirlik katsayısı .88 olarak belirlenmiştir. Matematik özyeterlik ölçeği aşağıda verilen faktörden oluşmaktadır. Bunlar;

1. Matematik benlik algısı
2. Matematik konularında davranışlarındaki farkındalık
3. Matematiği yaşam becerilerine dönüştürebilmedir.

Matematik kaygısı ölçeği Erol (1989) tarafından geliştirilen bir ölçektir. Ölçek Bolu il merkezinde okuyan 440 ortaöğretim 2. sınıf (lise 2 ya da 10. sınıf) öğrencisini kapsamaktadır. Bu ölçek geliştirilme aşamasında Cronbach's Alpha değeri .91 olarak bulunmuştur. Matematik kaygısı ölçeği dört alt boyut ve 45 so-

rudan oluşmaktadır. Matematik kaygısı ölçeğinin literatüre göre alt boyutları;

1. Matematik sınavı ve değerlendirme kaygısı
2. Matematik dersine ilişkin kaygı
3. Günlük yaşamda matematik kaygısı
4. Matematik konusunda kendine güvendir.

Motivasyon ölçeği olarak Githua ve Mwangi (2003) çalışmasında kullandığı 28 soruluk öğrenci 'matematik öğrenme motivasyonu ölçeği' kullanılmıştır. Githua ve Mwangi (2003), matematik öğrenme motivasyonu ölçeğini Kenya'daki orta dereceli okullarda eğitim gören 320 erkek ve 329 kız olmak üzere toplam 649 öğrenci üzerine gerçekleştirmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri .89 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin literatüre göre dört alt boyutu vardır. Bunlar;

1. Matematik öğrenmeye ilgi
2. Memnuniyet
3. İlgi
4. Algılanan başarı olasılığıdır.

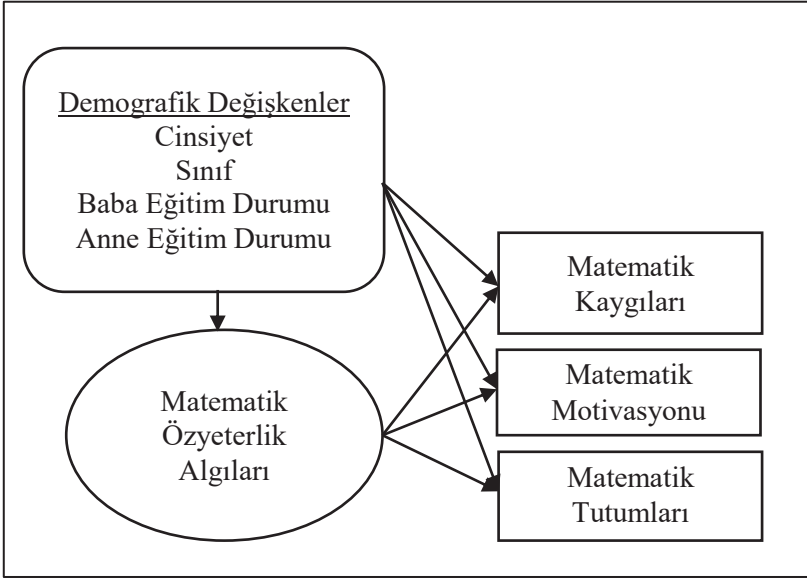
Araştırmada Duatepe ve Çilesiz (1999) in geliştirdiği 38 soruluk "Matematik Tutum" ölçeği kullanılmıştır. Araştırma, Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin çeşitli fakültelerinde eğitim gören 230 öğrenciye uygulanmış ve Cronbach's Alpha değeri .96 bulunmuştur. Ölçeğin alt boyutları;

1. İlgi, sevgi ve zevk
2. Korku ve güven
3. Meslek ve önemlilik
4. İlgi, sevgi ve zevktir.

### **Araştırma Modeli**

Araştırma modeline göre matematik özyeterlik algıları, matematik kaygıları, matematik motivasyonu ve matematik tutumları değişkenleri esas alınmıştır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Şekil 1'deki araştırma modeli kapsamında 'matematik özyeterlik algıları', 'matematik kaygıları', 'matematik motivasyonu' ve matematik tutumlarının 'sosyo-demografik değişkenlere' göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir (Karasar, 1999). Matematik özyeterlik algılarının matematik kaygıları, matematik motivasyonu ve matematik tutumları üzerine etkisi çoklu regresyon testleri ile test edilmiştir. Matematik özyeterlik algıları bağımsız değişken olarak alınmıştır. Ayrıca matematik kaygıları, matematik motivasyonu ve matematik tutumlarının her biri birer bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

## BULGULAR

Çalışmada katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin analizler yapılmıştır. Bunlar; frekans dağılımı, faktör analizi, güvenilirlik testi, Kolmogorov-Smirnov normal dağılım testidir. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 21.0 ile incelenmiştir. Matematik özyeterlik algıları, matematik kaygıları, matematik motivasyonu ve matematik tutumlarının demografik özelliklere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis testi ile araştırılmıştır. Matematik özyeterlik algılarının matematik kaygıları, matematik motivasyonu ve matematik tutumları üzerine etkisi için çoklu regresyon testleri kullanılmıştır.

Çalışmada matematik özyeterlik algıları ölçeğinin faktör analizi sonucunda üç alt boyut bulunmuştur:



1. Matematiği yaşamda kullanabilme ve kavrayabilme,
2. Matematik benlik algısı,
3. Matematikte davranışsal farkındalık.

Matematik kaygıları ölçeğinin faktör analizi sonucunda dört alt boyut bulunmuştur:

1. Matematik dersi ve hesap yapmaya ilişkin kaygı,
2. Matematik problemi çözme kaygısı,
3. Matematik konusunda kendine güven,
4. Matematik sınav sonucu kaygısı.

Matematik motivasyonu ölçeğinin faktör analizi sonucunda dört alt boyuta ulaşılmıştır:

1. Matematik tatmini,
2. Matematiğe yönelik ilgi,
3. Matematiğe yönelik içsel motivasyon,
4. Matematik başarısı.

Matematik tutumları ölçeğinin faktör analizi sonucunda üç alt boyut bulunmuştur:

1. Matematiği kullanmada kendine güven ve matematikten çekinme,
2. Matematiğe ilgi ve sevgi,
3. Matematiği meslek ve yaşamda kullanma.

### **Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı**

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet, sınıf, anne-baba eğitimi eğitimine ilişkin frekans dağılımı aşağıda Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1: Sosyo-Demografik Değişkenlere Göre Frekans Dağılımları**

Değişken	Gruplar	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	299	%47
	Kız	334	%53
	Toplam	633	%100
Sınıf	5. Sınıf	179	%28
	6. Sınıf	118	%19
	7. Sınıf	212	%33
	8. Sınıf	124	%20
	Toplam	633	%100
Baba Eğitim Durumu	İlköğretim	167	%26
	Lise	266	%42
	Yüksekokul	38	%6
	Lisans	133	%21
	Yüksek Lisans	29	%5
Anne Eğitim Durumu	Toplam	633	%100
	İlköğretim	216	%34
	Lise	249	%39
	Yüksekokul	40	%6
	Lisans	107	%17
	Yüksek Lisans	21	%3
	Toplam	633	%100

Çalışmaya katılan ortaokul öğrencilerinin sosyo-demografik değişkenlere göre dağılımı Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcıların %47’si erkek olup %53’ü kızdır. Katılımcıların %28’i beşinci sınıf, %19’u altıncı sınıf, %33’ü yedinci sınıf ve %20’si sekizinci sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır.

Öğrencilerin baba eğitim durumlarına bakıldığında, öğrencilerin %26’sının babasının ilköğretim, %42’sinin lise, %6’sının yüksekokul, %21’inin lisans ve %5’i yüksek lisans derecesine sahip olduğu; anne eğitim durumlarına bakıldığında ise, annelerinin %34’ünün ilköğretim, %39’unun lise, %6’sının yüksekokul, %17’sinin lisans ve %3’ünün yüksek lisans eğitimine sahip olduğu bulunmuştur.

### Değişkenlerin Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Çalışmanın değişkenlerinin normal dağılım gösterip göstermediği Kolmogorov-Smirnov normallik testi ile analiz edilmiştir. Normallik testi sonucunda dağılımın normal dağılım olmadığı bulunduğu non-parametrik testler kullanılmıştır. Çalışmada veriler Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis testleri kullanılarak analiz edilmiştir.

**Tablo 2:** Matematik Özyeterlik Algılarının Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Grup	Alt Boyut	Test	P
Cinsiyet	Matematiği Yaşamda Kullanabilme ve Kavrayabilme	Mann-Whitney U	.611
	Matematik Benlik Algısı	Mann-Whitney U	.000
	Matematikte Davranışsal Farkındalık	Mann-Whitney U	.138
Sınıf	Matematiği Yaşamda Kullanabilme ve Kavrayabilme	Kruskal Wallis	.000
	Matematik Benlik Algısı	Kruskal Wallis	.787
	Matematikte Davranışsal Farkındalık	Kruskal Wallis	.021
Baba Eğitim Durumu	Matematiği Yaşamda Kullanabilme ve Kavrayabilme	Kruskal Wallis	.000
	Matematik Benlik Algısı	Kruskal Wallis	.006
	Matematikte Davranışsal Farkındalık	Kruskal Wallis	.038
Anne Eğitim Durumu	Matematiği Yaşamda Kullanabilme ve Kavrayabilme	Kruskal Wallis	.000
	Matematik Benlik Algısı	Kruskal Wallis	.000
	Matematikte Davranışsal Farkındalık	Kruskal Wallis	.036

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin matematiği yaşamda kullanabilme ile kavrayabilme ve matematikte davranışsal farkındalık durumuna ilişkin algılarına göre anlamlı bir farklılık yoktur ( $p>.05$ ). Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflara göre hem matematiği yaşamda kullanabilme ve kavrayabilme hem de matematikte davranışsal farkındalık durumuna ilişkin algılarına anlamlı farklılık vardır. Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflara göre matematik benlik algıları arasında ise anlamlı farklılık yoktur ( $p>.05$ ). Öğrencilerin matematiği yaşamda kullanabilme ve kavrayabilme, matematik benlik algısı ve matematikte davranışsal farkındalık boyutları anne-baba eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir ( $p<.05$ ).

**Tablo 3:** Matematik Kaygısının Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Grup	Alt Boyut	Test	P
<b>Cinsiyet</b>	Matematik Dersi ve Hesap Yapmaya İlişkin Kaygı	Mann-Whitney U	.000
	Matematik Problemi Çözme Kaygısı	Mann-Whitney U	.120
	Matematik Konusunda Kendine Güven	Mann-Whitney U	.009
	Matematik Sınav Sonucu Kaygısı	Mann-Whitney U	.611
<b>Sınıf</b>	Matematik Dersi ve Hesap Yapmaya İlişkin Kaygı	Kruskal Wallis	.000
	Matematik Problemi Çözme Kaygısı	Kruskal Wallis	.018
	Matematik Konusunda Kendine Güven	Kruskal Wallis	.000
	Matematik Sınav Sonucu Kaygısı	Kruskal Wallis	.000
<b>Baba Eğitim Durumu</b>	Matematik Dersi ve Hesap Yapmaya İlişkin Kaygı	Kruskal Wallis	.002
	Matematik Problemi Çözme Kaygısı	Kruskal Wallis	.002
	Matematik Konusunda Kendine Güven	Kruskal Wallis	.001
	Matematik Sınav Sonucu Kaygısı	Kruskal Wallis	.371
<b>Anne Eğitim Durumu</b>	Matematik Dersi ve Hesap Yapmaya İlişkin Kaygı	Kruskal Wallis	.000
	Matematik Problemi Çözme Kaygısı	Kruskal Wallis	.008
	Matematik Konusunda Kendine Güven	Kruskal Wallis	.126
	Matematik Sınav Sonucu Kaygısı	Kruskal Wallis	.133

Tablo 3 incelendiğinde kız ve erkek öğrencilerin matematik dersi ve hesap yapmaya ilişkin kaygılarında ve matematik konusunda kendine güvenlerinde anlamlı farklılık vardır ( $p < .05$ ). Kız ve erkek öğrencilerin matematik problem çözme kaygısı ve matematik sınav sonucu kaygılarında ise anlamlı farklılık yoktur ( $p > .05$ ). Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre matematik dersi ve hesap yapmaya ilişkin kaygı, matematik problemi çözme kaygısı, matematik konusunda kendine güven ve matematik sınav sonucu kaygısı alt boyutlarında anlamlı farklılık mevcuttur ( $p < .05$ ). Öğrencilerin baba eğitim durumuna göre matematik dersi ve hesap yapmaya ilişkin kaygı, matematik problemi çözme kaygısı ve matematik konusunda kendine güven alt boyutlarında anlamlı farklılık mevcuttur ( $p < .05$ ). Öğrencilerin baba eğitim durumuna göre matematik sınav sonucu kaygısında ise anlamlı farklılık yoktur ( $p > .05$ ). Öğrencilerin anne eğitim durumuna göre matematik dersi ve hesap yapmaya ilişkin kaygısı ile matematik problemi çözme kaygısı alt boyutlarında anlamlı farklılık mevcuttur ( $p < .05$ ). Öğrencilerin anne eğitim durumuna göre matematik sınav sonucu kaygıları ve matematiği kullanma konusunda kendine güvenleri alt boyutlarında ise anlamlı farklılık yoktur ( $p > .05$ ).

**Tablo 4:** Matematik Motivasyonunun Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Grup	Alt Boyut	Test	P
Cinsiyet	Matematik Tatmini	Mann-Whitney U	.352
	Matematiğe Yönelik İlgi	Mann-Whitney U	.153
	Matematiğe Yönelik İçsel Motivasyon	Mann-Whitney U	.788
	Matematik Başarısı	Mann-Whitney U	.195
Sınıf	Matematik Tatmini	Kruskal Wallis	.005
	Matematiğe Yönelik İlgi	Kruskal Wallis	.357
	Matematiğe Yönelik İçsel Motivasyon	Kruskal Wallis	.001
	Matematik Başarısı	Kruskal Wallis	.319
Baba Eğitim Durumu	Matematik Tatmini	Kruskal Wallis	.046
	Matematiğe Yönelik İlgi	Kruskal Wallis	.005
	Matematiğe Yönelik İçsel Motivasyon	Kruskal Wallis	.071
	Matematik Başarısı	Kruskal Wallis	.244
Anne Eğitim Durumu	Matematik Tatmini	Kruskal Wallis	.336
	Matematiğe Yönelik İlgi	Kruskal Wallis	.194
	Matematiğe Yönelik İçsel Motivasyon	Kruskal Wallis	.095
	Matematik Başarısı	Kruskal Wallis	.046

Tablo 4'te görüldüğü gibi cinsiyet değişkeni matematik motivasyonu ölçeğinin alt boyutlarında anlamlı farklılık göstermemektedir ( $p > .05$ ). Öğrencilerin sınıfa göre matematik tatmini ve matematiğe yönelik içsel motivasyonları alt boyutlarında anlamlı farklılık vardır ( $p < .05$ ). Öğrencilerin sınıfa göre matematiğe yönelik ilgi ve matematik başarısı alt boyutlarında ise anlamlı farklılık yoktur ( $p > .05$ ). Öğrencilerin baba eğitim durumuna göre matematik tatmini ve matematiğe yönelik ilgi boyutlarında anlamlı farklılık mevcuttur ( $p > .05$ ). Öğrencilerin baba eğitim durumuna göre matematiğe yönelik içsel motivasyonu ve matematik başarısı alt boyutlarında ise anlamlı farklılık yoktur ( $p > .05$ ). Öğrencilerin anne eğitim durumuna göre matematik başarısı alt boyutu anlamlı farklılık göstermektedir ( $p < .05$ ). Öğrencilerin anne eğitim durumuna ( $p > .05$ ) göre matematiğe yönelik içsel motivasyonları, matematik tatmini ve matematiğe yönelik ilgi alt boyutlarında ise anlamlı farklılık yoktur.

**Tablo 5:** Matematik Tutumlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Grup	Alt Boyut	Test	P
Cinsiyet	Matematiği Kullanmada Kendine Güven ve Matematikten Çekinmeme	Mann-Whitney U	.047
	Matematiğe İlgî ve Sevgi	Mann-Whitney U	.764
	Matematiği Meslek ve Yaşamda Kullanma	Mann-Whitney U	.241
Sınıf	Matematiği Kullanmada Kendine Güven ve Matematikten Çekinmeme	Kruskal Wallis	.000
	Matematiğe İlgî ve Sevgi	Kruskal Wallis	.000
	Matematiği Meslek ve Yaşamda Kullanma	Kruskal Wallis	.000
Baba Eğitim Durumu	Matematiği Kullanmada Kendine Güven ve Matematikten Çekinmeme	Kruskal Wallis	.044
	Matematiğe İlgî ve Sevgi	Kruskal Wallis	.012
	Matematiği Meslek ve Yaşamda Kullanma	Kruskal Wallis	.463
Anne Eğitim Durumu	Matematiği Kullanmada Kendine Güven ve Matematikten Çekinmeme	Kruskal Wallis	.372
	Matematiğe İlgî ve Sevgi	Kruskal Wallis	.238
	Matematiği Meslek ve Yaşamda Kullanma	Kruskal Wallis	.617

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin cinsiyete göre matematiği kullanmada kendine güven ve matematikten çekinmeme boyutuna ilişkin anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır ( $p>.05$ ). Öğrencilerin cinsiyet alt boyutu incelendiğinde; matematiğe karşı ilgi ve sevgi, matematiği meslek ve yaşamda kullanma alt boyutlarında ( $p>.05$ ) anlamlı farklılık yoktur. Öğrencilerin matematik tutumları ölçeğinin tüm alt boyutları sınıfa göre anlamlı farklılık göstermektedir ( $p<.05$ ). Öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre matematiğe güven ve çekinmeme ile matematiğe ilgi ve sevgi alt boyutlarında anlamlı farklılık vardır ( $p<.05$ ). Öğrencilerin matematiği meslek ve yaşamda kullanma alt boyutunda ise baba eğitim durumuna göre anlamlı farklılık yoktur ( $p>.05$ ). Öğrencilerin anne eğitim durumuna alt boyutu incelendiğinde tüm alt boyutlarda anlamlı farklılık yoktur ( $p>.05$ ).

### Çoklu Regresyon Testleri

Matematik özyeterlik algılarının matematik kaygıları, matematik motivasyonu ve matematik tutumları üzerine etkisi çoklu regresyon testleri ile incelenmiştir. Araştırma kapsamında matematik özyeterlik algıları bağımsız değişken olarak alınmıştır. Ayrıca matematik kaygıları, matematik motivasyonu ve matematik tutumlarının her biri birer bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

**Tablo 6:** Matematik Özyeterlik Algılarının Matematik Kaygıları Üzerine Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Modeli

Model	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmamış katsayılar	T	Significance
	B	Standart Hata	Beta		
(Sabit)	5.114	.112		45.752	.000
Özyeterlik	-.756	.030	-.713	-25.545	.000

Tablo 6 incelendiğinde matematik özyeterlik algısının matematik kaygısı üzerine ( $p < .05$ ) negatif yönlü anlamlı ( $\beta = -.713$ ) bir etkisi bulunmuştur. Başka bir ifadeyle matematik özyeterlik algısı matematik kaygısını azaltmaktadır.

**Tablo 7:** Matematik Özyeterlik Algılarının Matematik Motivasyonu Üzerine Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Modeli

Model	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmamış katsayılar	T	Significance
	B	Standart Hata	Beta		
(Sabit)	3.462	.174		19.945	.000
Özyeterlik	.012	.046	.011	.268	.789

Tablo 7 incelendiğinde matematik özyeterlik algısının ( $p > .05$ ) matematik motivasyonu üzerine anlamlı değildir.

**Tablo 8:** Matematik Özyeterlik Algılarının Matematik Tutumu Üzerine Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Modeli

Model	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmamış katsayılar	T	Significance
	B	Standart Hata	Beta		
(Sabit)	3.4311	.182		18.870	.000
Özyeterlik	.076	.048	.063	1.586	.113

Tablo 8 incelendiğinde matematik özyeterlik algısının ( $p > .05$ ) matematik tutumu üzerine anlamlı bir etkisi bulunmamıştır.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Ortaokul öğrencilerin matematik kaygıları, matematik özyeterlik algıları, matematik tutumlarının, matematik motivasyonlarının ve demografik değişkenlere göre ilişkisi analiz edilmiştir.

Çalışmada matematik özyeterlik algıları 3 boyutta gruplandırılmıştır. Bu alt boyutlar: Matematiği yaşamda kullanabilme ve kavrayabilme, Matematik benlik algısı, Matematikte davranışsal farkındalık olarak tanımlanmıştır. Umay (2001) matematik özyeterlik algılarının alt boyutlarını: Matematik benlik algısı, Matematik konularında davranışlarındaki farkındalık ve Matematiği ya-



şam becerilerine dönüştürebilme şeklinde ifade etmiştir. Bulunan alt boyutlar arasında Umay (2001)'in çalışmasına kıyasla önemli bir farklılık yoktur.

Çalışmada ortaokul öğrencilerinin matematik kaygıları 4 boyutta gruplandırılmıştır. Bu alt boyutlar: Matematik dersi ve hesap yapmaya ilişkin kaygı, Matematik problemi çözme kaygısı, Matematik konusunda kendine güven, Matematik sınav sonucu kaygısı olarak tanımlanmıştır. Erol (1989)'a göre ise matematik kaygısı alt boyutları; Matematik sınavı ve değerlendirme kaygısı, Matematik dersine ilişkin kaygı, Günlük yaşamda matematik kaygısı ve Matematik konusunda kendine güven olarak tanımlanmıştır. Bulunan alt boyutlar Erol (1989)'un çalışmasına paralellik göstermektedir.

Çalışmada ortaokul öğrencilerinin matematik motivasyonları 4 boyutta gruplandırılmıştır. Bu alt boyutlar: Matematik tatmini, Matematiğe yönelik ilgi, Matematiğe yönelik içsel motivasyon, Matematik başarısı olarak tanımlanmıştır. Githua ve Mwangi (2003)'ye göre ise matematik motivasyonu alt boyutları Matematik öğrenmeye ilgi, Memnuniyet, İlgi, Algılanan başarı olasılığı olarak tanımlanmıştır. Bulunan alt boyutlar Githua ve Mwangi (2003)'nin çalışmasına benzerdir.

Çalışmada ortaokul öğrencilerinin matematik tutumları 3 boyutta gruplandırılmıştır. Bu alt boyutlar: Matematiği kullanmada kendine güven ve matematikten çekinmeme, Matematiğe ilgi ve sevgi, Matematiği meslek ve yaşamda kullanma olarak tanımlanmıştır. Duatepe ve Çilesiz (1999)'e göre ise matematik tutumları alt boyutları; İlgi, sevgi ve zevk, Korku ve güven, Meslek ve önemlilik, İlgi, sevgi ve zevk olarak tanımlanmıştır. Bulunan alt boyutlarda Duatepe ve Çilesiz (1999) çalışmasına benzerdir. Ancak ölçek alt boyutları Duatepe ve Çilesiz (1999) tarafından kısa olarak isimlendirilmiştir.

İlgili çalışmalar incelendiğinde; Yavuz-Mumcu ve Aktaş-Cansız (2015) araştırmasında lise öğrencilerinin matematik özyeterlik algılarını ve matematik tutumlarını cinsiyet, sınıf düzeyi, öğretim programı ve matematik başarı düzeyine göre incelemiş ve sonucunda öğrencilerin cinsiyete göre tutumlarının farklılaşmamakta olduğunu fakat özyeterlik algılarının farklılaşmakta olduğunu ve bu farklılığın erkeklerin lehine olduğunu belirtmiştir. Sınıf düzeyine göre ise özyeterlik ve tutumun farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Adal (2017), Huang (2013), Joët ve diğer (2011) çalışmalarında matematik özyeterlik algısının cinsiyet değişkeni açısından farklılığını incelemiş ve erkek öğrencilerin matematik özyeterlik algısında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Kız öğrencilerin özyeterlik algısında anlamlı farklılık olduğu çalışmalar da bulunmaktadır (Abalı Öztürk ve Şahin, 2015). Diğer yandan cinsiyet değişkeni ile özyeterlik algısı arasında anlamlı ilişki saptanmadığı çalışmalarda bulunmaktadır (Akay ve Boz, 2011; Gönülalan, 2019; Öztürk, 2017). Aydın ve Keskin

(2017) araştırmasında, sekizinci sınıf öğrencilerinin matematik kaygı düzeylerini cinsiyet, anne-baba eğitim durumu, anne-baba mesleği gibi bazı değişkenler açısından incelemiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin anne mesleğine göre kaygı düzeyi anlamlı farklılık gösterirken, cinsiyet ve anne-baba eğitim durumu ile kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Uluçay ve Güven (2017) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin motivasyon düzeyleri sınıf düzeyi, cinsiyet, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, akademik başarı gibi bazı değişkenler açısından incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, sınıf düzeyi, anne-baba eğitim durumu ve akademik başarı değişkenlerine göre öğrencilerin motivasyon düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu, cinsiyet değişkenine göre ise anlamlı bir farklılık olmadığı bulunmuştur. Geary, D. C ve diğerleri (2019) öğrencilerin matematik kaygısı ve matematik tutumlarını cinsiyet farklılıklarına göre değerlendirmiş ve düşük matematik başarısı olan erkeklere göre düşük başarıya sahip kızların matematik kaygısı ve matematiğe karşı zayıf tutum geliştirme riski daha yüksek bulunmuştur. Lijie Z. ve diğerleri (2020) çalışmasında öğrencilerin matematik tutumunun akademik başarıya etkisini incelemiş ve öğrencilerin matematik tutumunun matematik akademik performansı üzerinde olumlu ve doğrudan bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir.

Çalışmada çoklu regresyon testi ile öğrencilerin matematik özyeterlik algılarının matematik motivasyonu, matematik kaygısı ve matematik tutumu üzerine etkisi incelenmiştir. İkili ilişkiler incelendiğinde matematik özyeterlik algısının matematik motivasyonu ve matematik tutumu üzerine anlamlı bir farklılığın ortaya çıkmadığı görülmüştür. Bu sonucun aksine Üredi ve Üredi (2005) matematik özyeterliğinin matematik performansındaki motivasyonun ve özyeterlik inancının akademik başarıya pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Betz ve Hackett (1983) matematik performansı ve matematik özyeterlik algısı ile matematiğe yönelik tutum ve matematik dersine karşı olumlu ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuç yine çalışmanın sonucu ile örtüşmektedir. Diğer bir ilişki matematik özyeterlik algısının matematik kaygısı üzerine negatif anlamlı bir etkisinin bulunduğu üzerinedir. Buradan matematik özyeterlik algısı yüksek olan bireylerin matematik kaygılarının düşük olduğu ve daha az kaygı yaşayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak yapılan araştırma sonucunda ortaokul öğrencilerinin matematik kaygılarının tüm alt boyutlarında anlamlı farklılık gösterdiği, matematik motivasyonu alt boyutlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği, matematik tutumları alt boyutlarının sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılık gösterirken diğer yandan; anne eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Araştırmanın en önemli bulunan bulgusu ise beşinci sınıf

öğrencilerinin matematiği kullanırken kendine olan güvenleri, davranışsal farkındalıkları, matematik tatmini ve içsel motivasyonlarının diğer sınıf düzeylerinden yüksek olmasıdır. Bu durumu yeni bir yaklaşım olan 4+4+4 eğitim sistemi ilişkilendirilebilir.

## ÖNERİLER

Öğretmenlerin öğrencilerinin duyuşsal özelliklerini dikkate alarak yaklaşmaları, öğrencilerin matematik dersine yönelik tutumlarını ve motivasyonlarını olumlu yönde artırıp matematik dersine olan kaygılarının azalmasında etkili olacaktır. Matematik dersi soyut ve anlaşılması güç bir ders olduğundan öğretmenlerin konuları ilişkilendirirken g"ünlük hayatla bağlantı kurarak öğrenciye sunması öğrencinin derse ilgi ve motivasyonunu arttıracaktır. Öğretmenler öğretim programını uygularken öğrencinin ilgisini çekecek, öğrenciye aktif katılacağı sınıf ortamı oluşturacak etkinliklerde bulunurlarsa öğrencinin derse karşı olumsuz kaygı ve tutumunu azaltmış olacaklardır. Bundan sonra yapılacak olan araştırmalar için çalışma, ortaokul öğrencileri yerine ortaöğretim öğrencileri üzerinde uygulanarak ortaokul öğrencileri ile ortaöğretim öğrencileri arasındaki farklılıklar incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Abalı Öztürk, Y. ve Şahin, Ç. (2015). Matematiğe İlişkin Akademik Başarı-Öz Yeterlilik ve Tutum Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 31, 343-366.
- Adal, A. A. (2017). *Ortaokul Öğrencilerinin Matematik Öz Yeterlik Algıları İle Matematik Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Akay, H. ve Boz, N. (2011). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Matematiğe Yönelik Tutumları, Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algıları ve Öğretmen Öz-Yeterlik İnançları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 281-312.
- Aydın, B. (2011). İlköğretim İkinci Kademe Düzeyinde Matematik Kaygısının Cinsiyete Göre Farklılıkları Üzerine Bir Çalışma. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(3), 1029-1036.
- Aydın, M. ve Keskin, İ. (2017). 8. Sınıf Öğrencilerinin Matematik Kaygı Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(5), 1801-1818.
- Baykul, Y. (1999). İlköğretimde Matematik Öğretimi. İlköğretimde Etkili Öğretme ve Öğrenme El Kitabı Modül 6, Ankara: MEB Yayınları.
- Betz, N. E. ve Hackett, G. (1983). The Relationship Of Mathematics Selfefficacy Expectations to the Selection of Science-Based College Majors. *Journal of Vocational Behaviour*, 23, 329-345.
- Budak, H. ve Demir, M. K. (2016). İlkokul Dördüncü Sınıf Öğrencilerinin Öz Düzenleme, Motivasyon, Biliş Üstü Becerileri İle Matematik Dersi Başarılarının Arasındaki İlişki. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41, 30-41.
- Bulut, N. (1988). İnsan ve Matematik. İzmir: Delta Bilim Yayınları.
- Çanakçı, O. ve Özdemir, A.Ş. (2011). Matematik Problemi Çözme Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. *AİBÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 119-136.
- Dede, Y. ve Yaman, S. (2008). Fen Öğrenmeye Yönelik Motivasyon Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 2(1), 19-37.
- Demiralay, R. ve Karadeniz, Ş. (2010). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının, İlköğretim Öğretmen Adaylarının Bilgi Okuryazarlığı Öz-Yeterlik Algılarına Etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(2), 819-851.
- Duatepe, A. ve Çilesiz, Ş. (1999). Matematik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16-17, 45-52.

- Erol, E. (1989). *Prevalence and Correlates of Math Anxiety in Turkish High School Students*. Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.
- Geary, D. C., Hoard, M. K., Nugent, L., Chu, F., Scofield, J. E., & Ferguson Hibbard, D. (2019). Sex Differences in Mathematics Anxiety and Attitudes: Concurrent And Longitudinal Relations To Mathematical Competence. *Journal Of Educational Psychology*, 111(8), 1447-1461.
- Githua, B.N. ve Mwangi, J.G. (2003). Students "Mathematics Self-Concept And Motivation To Learn Mathematics: Relationship and Gender Differences Among Kenya" S Secondary-School Students in Nairobi and Rift Valley Provinces, *International Journal of Educational Development*, 23, 487-499.
- Gönülalan, G. D. (2019). *Ortaokul Öğrencilerinde Öz Yeterlik ve Narsisizm*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Huang, C. (2013). Gender differences in academic self-efficacy: A meta-analysis. *European Journal of Psychology of Education*, 28(1), 1-35.
- Işık, K. N. (2018). *Ortaokul Öğrencilerinin Kesirlerle İşlemler Konusunu Modelleme Becerileri ve Matematik Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- İpek, H. (2019). *Ortaokul Öğrencilerinin Matematik Kaygılarının Matematik Özyeterlik İnançlarının ve Matematik Dersine Yönelik Öz Düzenleme Becerilerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- İspir, O.A., Ay, Z.S., Saygı, E. (2011). Üstün Başarılı Öğrencilerin Özdüzenleyici Öğrenme Stratejileri, Matematiğe Karşı Motivasyonları ve Düşünme Stilleri. *Eğitim ve Bilim*, 36(162), 235-246.
- Joët, G., Usher, E. L., & Bressoux, P. (2011). Sources of Self-efficacy: An Investigation of Elementary School Students in France. *Journal of Educational Psychology*, 103(3), 649- 663.
- Karasar, N. (1999). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (9. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kesici, A. (2018). Lise Öğrencilerinin Matematik Motivasyonunun Matematik Başarısına Etkisinin İncelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37(2), 177-194.
- Kurbanoglu, N.İ. ve Takunyacı, M. (2012). Lise Öğrencilerinin Matematik Dersine Yönelik Kaygı, Tutum ve Öz-Yeterlik İnançlarının Cinsiyet, Okul Türü ve Sınıf Düzeyi Açısından İncelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 9(1), 110-130.

- Külünk Akyurt, G. (2019). İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Matematik Motivasyonu, Kaygısı ve Başarısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi, Ordu.
- Lijie Z., Zongzhao M., Ying Z. (2020). The Influence Of Mathematics Attitude On Academic Achievement: Intermediary Role Of Mathematics Learning Engagement. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 4(2), 460-467.
- Öztürk, B. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin Üstbilişsel Farkındalık Düzeyi İle Matematik Öz Yeterlik Algısının Matematik Başarısına Etkisinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Sağlam, Y. (2019). İlkokul 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Matematik Kaygı Düzeylerinin Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Uluçay, B. ve Güven, S. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin Matematik Dersi Motivasyon Düzeyleri İle Algılanan Öğretmen Yakınlığı Arasındaki İlişki. *Journal of Research in Education and Teaching*, 6(3), 2146-9199.
- Umay, A. (2001). İlköğretim Matematik Öğretmenliği Programının Matematikçe Karşı Özyeterlik Algısına Etkisi. *Journal of Qafqaz University*, 8(1) sayfa sayısı
- Ural, A., Umay, A., Argün, Z. (2008). Öğrenci Takımları Başarı Bölümleri Tekniği Temelli Eğitimin Matematikte Akademik Başarı ve Özyeterliğe Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35, 307-318.
- Üredi, I. ve Üredi, L. (2005). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Cinsiyetlerine, Buldukları Sınıflara ve Başarı Düzeylerine Göre Fen Öğretimine İlişkin Öz Yeterlilik İnançlarının Karşılaştırılması. *Yeditepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 1-8.
- Yavuz Mumcu, H. ve Aktaş Cansız, M. (2015). Multi-Program High School Students' Attitudes and Self-Efficacy Perceptions Toward Mathematics. *Eurasian Journal of Educational Research*, 15(59), 207-226.
- Yelkenci, D. (2019). 7. ve 8. Sınıf Öğrencilerinin Matematik Tutumları İle Matematik Kaygılarının İlişkisel ve Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Yenilmez, K. ve Midilli, P. (2006). İlköğretim Öğrencileri ve Velilerinin Matematik Kaygı Düzeyleri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2).

# ÖĞRENCİ VE VELİLERİN ÖĞRETMEN KAVRAMINA İLİŞKİN METAFORİK ALGILARI\*

## Metaphoric Perceptions of Students and Parents Regarding the Concept of Teacher

Gönderim Tarihi / Received: 24.05.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 06.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.742089>

Muharrem GENCER<sup>1</sup>

**ÖZ:** Bu araştırmada, öğrenci ve velilerin, öğretmen kavramı ile ilgili algılarını metaforlar aracılığıyla ortaya koymak amaçlanmıştır. Nitel olarak tasarlanan araştırmada, fenomenolojik desen kullanılmıştır. Çalışma grubu, kolay ulaşılabilir durum örnekleme tekniği ile belirlenen 252 öğrenci ve 90 veliden oluşmaktadır. Katılımcıların oluşturdukları metaforlar içerik analizi yaklaşımı ile çözümlenmiştir. Elde edilen araştırma bulgularına göre, öğretmen kavramına ilişkin üretilen 107 metafor, 10 kavramsal kategori altında toplanmıştır. Katılımcıların öğretmen kavramı için en sık pusula, anne-baba, melek, anne ve bahçıvan metaforlarını kullandıkları görülmüştür. Metaforların ortak özellikleri dikkate alınarak oluşturulan kategorilerden en çok sevgi unsuru olarak öğretmen, bilginin kaynağı ve aktarıcısı olarak öğretmen ve yol gösterici olarak öğretmen kategorilerinde metafor üretildiği belirlenmiştir. Araştırmanın bulguları dikkate alındığında, katılımcıların genellikle öğretmen kavramı ile ilgili olumlu algılara sahip oldukları tespit edilmiştir. Ancak öğrencilerin, velilerden farklı olarak sevilmeyen ve cezalandırıcı kategorisini temsil eden metaforlar da kullandıkları görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Öğretmen, Öğrenci, Veli, Algı, Metafor

**ABSTRACT:** In this research, it was aimed to reveal the perceptions of students and parents regarding the 'teacher' concept through metaphors. In the qualitatively designed research, phenomenological model was used. 252 students and 90 parents, determined by convenience sampling technique, constituted the study group. Created metaphors by the participants were analyzed with the content analysis approach. According to obtained research findings, 107 metaphors produced regarding the 'teacher' concept were collected under 10 categories. It was observed that participants mostly used compass, mother-father, angel, mother and gardener metaphors for the 'teacher' concept. From the categories created

\* Bu araştırmada kullanılan veriler 2020 yılı öncesinde toplandığı için etik kurul izni gerektirmemektedir.

<sup>1</sup> Öğretmen, Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, Burdur, muharremgencer1978@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7212-8551>



by considering the common characteristics of metaphors, it was found out that the most metaphors were produced in the categories of teacher as the element of love, teacher as the source and transmitter of information and teacher as the guide. Taking into account the research findings, it was determined that participants in general had positive perceptions regarding the 'teacher' concept. However, it was seen that unlike the parents, the students also used metaphors which represent the category of unlovable and punisher.

**Keywords:** Teacher, Student, Parent, Perception, Metaphor.

## GİRİŞ

Dünyada öğretmenlik mesleği geçmişte olduğu gibi günümüzde de eğitimin en önemli unsuru olmaya devam etmektedir. Her ne kadar teknolojideki gelişmeler eğitimde etkililiğini artırsa da bunların öğretmen kavramının yerini almaları mümkün görünmemektedir. Geleceklerinin şekillenmesinde öğretmenlik mesleğine ve öğretmenlere yeterince yatırım yapan ve önemseyen toplumların her alanda daha da ileri gidecekleri kabul edilen bir gerçektir. Bu açıdan bakıldığında profesyonel bir meslek olan öğretmenlik, hem alan bilgisi hem de pedagojik yeterlilik gerektiren bir meslektir.

Öğretmenler, öğrencileriyle birlikte okullarda eğitsel mal, hizmet ve düşünce üreten çalışanlardır. Toplumlarda eğitim kurumlarının oluşumu, bilgisini ve becerisini artırmak isteyenlerin kendilerine bunu öğretecek kişileri araması ve bulmasıyla ortaya çıkmıştır (Başaran, 1994). Günümüzde de nitelikli eğitimin, öğrenci başarısında en büyük belirleyicisinin öğretmenler olduğu kabul görmektedir (Coleman vd., 2012; Santoro vd., 2012). Öğretmen, tıpkı bir orkestra şefi gibi en kötü durumlarda bile etkili öğrenme için heyecanlı ve coşkulu bir ortam yaratarak sınıfı organize edebilir. Öğretimde verimliliği artıran kilit faktörler; öğretmenin alan bilgisi, öğrenme sürecinde aldığı sorumluluk, teşvik edici sınıf etkinlikleri, öğrenmeyi tesis eden geri bildirim ve öğretmen ile öğrenciler arasında kurulan olumlu iletişim olarak sıralanabilir (Gurney, 2007). Sosyal ve duygusal olarak yetkin öğretmenler, öğrencilerle pozitif ilişkiler geliştirerek, öğrencilerin güçlü yönleri ve yetenekleri üzerine ders ortamları tasarlayabilirler. Bunun yanında motivasyonu artırıcı yönde rehberlik sağlayarak ve öğrenciler arasında iş birliğini destekleyerek karşılıklı saygıya dayalı istenilen sınıf ortamları oluşturabilirler (Jennings ve Greenberg, 2009). O halde öğretmenlerin öğrencilerini, onların öğrenme tarzlarını, kişisel ihtiyaç ve özelliklerini anlaması çok önemlidir (Sieberer-Nagler, 2016). Okul gelişimi ve öğrenci başarısı için ortak payda olarak görülen öğretmenlerin (Stronge vd., 2011) rolleri; bilgi sağlayıcı, rol model, kolaylaştırıcı, değerlendirici, planlayıcı ve kaynak geliştirici olarak özetlenebilir (Harden ve Crosby, 2000). Öğretmenlerin kendilerinden beklenen rolleri etkin olarak yerine getirebilmeleri sabırlı,

özverili, araştırmacı ve mesleğine tutkuyla bağlı olmaları ile ilişkilidir. Beck (1990), öğretmenlerin öğrenciler ve toplumun diğer fertleri için daha iyi bir yaşam inşa etme arzusuyla mesleklerini gerçekleştirmeleri gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca öğretmenlerin kişisel ve mesleki yönden gelişimleri için kendilerini sosyal, ahlaki ve düşünsel açılardan beslemeleri gerektiğini vurgulamıştır. Öğretmenler, öğrenciler üzerinde akademik, kişisel ve sosyal bakımdan büyük etkiye sahip olduklarından başarılı öğretmenlerin özellikleri ile ilgili araştırmalar yapılmıştır. Örneğin Knoll (1987) başarılı öğretmenlerin özelliklerini mesleki bağlılık düzeylerinin yüksek olması, problemleri analiz etme ve çözüme yeteneğine sahip olma ve öğretim becerilerinin etkili olması ile ilişkilendirmiştir. Başka bir çalışmada başarılı öğretmenlerin öğrenci öğrenmesine odaklandıkları, alanlarında donanımlı oldukları ve bilgiyi aktarmasını çok iyi bildikleri açıklanmıştır (Stenfors-Hayes vd., 2011).

Eğitim sistemlerinde öğrenciler ile yüz yüze iletişim içerisinde bulunan ve onları toplumsal yaşama hazırlayan en önemli rehber öğretmenlerdir. Kanstoroom ve Finn'e (1999) göre öğrenciler, bireysel çalışmaktan ziyade, öğretmenleri tarafından gözetilerek geçirdikleri derslerde daha fazla verim elde ederler. Bunun yanında okul dışı unsurlar göz önünde bulundurulduğunda aile, öğrencinin okul başarısı üzerindeki başat belirleyicilerdendir. Sosyolojide en küçük toplumsal kurum olarak ifade edilen aile, çocuğun hayata ve insanlara bakışını biçimlendiren en önemli birim olarak tanımlanabilir. Zira aile, çocuğun biyolojik gelişim sürecinin önemli kısmının tamamlandığı kurum olmanın yanı sıra, psiko-sosyal gelişim evrelerinin kritik dönemlerinin de yaşandığı bir ortamdır (Aslanargun, 2007). Veliler, çocuklarının yeteneklerini ve kişilik özelliklerini en iyi bilen kişilerdir. Bu nedenle öğretmenler ile işbirliği yaparak okuldaki öğrenme faaliyetlerine destek sağlayabilir ve öğrencilerin başarı şansını artırabilirler. Ayrıca öğrencilerin okul ortamında kazandıkları bilgi ve becerilerin aile ortamında desteklenmesi öğrenmeyi pekiştireceğinden velilerin öğretmenler ile süreklilik arz eden etkili iletişim kurlmaları önemlidir. Alan yazındaki çalışmalar göstermektedir ki velilerin eğitim sürecine katılmasıyla öğrencilerin akademik başarıları olumlu etkilenmekte ve eğitim-öğretim daha nitelikli duruma gelmektedir (Çelenk, 2003; Jeynes, 2005; Pomerantz vd., 2007; Cripps ve Zyromski 2009; Çalışkan ve Ayık, 2015; Dsa vd., 2018).

İnsanlar, kelime ve imgeleri yaşamlarını, deneyimlerini ve hatta kendi benlik algılarını yorumlamak için kullanırlar (Mahlios vd., 2010). Örgütsel işleyişin analizine olanak sağladığı ve karmaşıklığı anlamamıza yeni bakış açıları kazandırdığı için yorumlayıcı bir araç olarak metaforlar kullanılır (Pipan, 2000). Okul örgütlerinde de öğrenci ve velilerin öğretmen kavramına yükledikleri anlamlar zihinlerinde oluşturdukları metaforlar aracılığı ile açıklanabilir. İki

kavramı birbirine bağlayan dilsel araç olan metaforlar, genellikle kişilerin bir deneyiminden diğerine aktarım veya karşılaştırma yapmak için iki farklı fikri ilişkilendirdikleri mecazi dil yapısı olarak kabul edilirler (Palmquist, 2001). Metafor, kavramlar arasındaki karşılaştırma sürecinde yeni bir anlayışa yol açar ve jeneratör olarak işlev görerek bilginin ortaya çıkmasını kolaylaştırır. İyiyi, kötüyü, olumluyu, olumsuzu ve olanakları artıran fikirleri görmemizi sağlayan metaforlar, eğitimde kullanılan teori ve uygulamanın çıkarımlarını daha bilinçli analiz etme fırsatı verirler (Jensen, 2006). Metafor çalışmalarının önemsenmesinin nedeni, metaforun akıl ve hayal gücünü birleştirmesidir. Akıl, sınıflandırmayı ve çıkarım yapmayı kapsar. Hayal gücü ise, bir şeyi başka tür bir şey yönünden görebilmeyi içerir. Bu nedenle, metafor kullanımı hayalperest bir akılçlıktır (Lakoff ve Johnson, 1980). Metaforlar, düşünce ve konuşmalarımızda iki şey arasında genellikle fark edilmeyen mecazi bir ilişki yaratarak (Maanen, 2005), olağan dilin gizlediği algılanması güç temaları yakalayabilirler (Bolman ve Deal, 2008). Araştırmacılar, metaforlar aracılığıyla kişilerin algılarının içsel dünyasına giriş yapabilirler (Jensen, 2006). Bu nedendir ki metaforlar, birçok araştırmacı tarafından kullanılan işlevsel araçlar haline gelmeye başlamıştır.

Öğretmenlerin öğrenciler, veliler ve toplumla etkileşimi, hem bireysel olarak öğretmenin hem de okulun başarısına büyük katkıda bulunur. Okulun değeri ve toplum tarafından gördüğü saygı genellikle öğretmen etkileşimlerinin bir sonucudur (Knoll, 1987). Öğretmenlerin mesleklerinde daha verimli olabilmeleri için paydaşlarının desteğine ihtiyaç duyulmaktadır. Öğrenci ve velilerin okulda en çok etkileşim içinde buldukları öğretmenler hakkındaki algı ve düşünceleri, öğretmenlerin mesleki yaşantılarına yön verebilir. Bu noktada gelecek kuşakları yetiştiren öğretmenlerin öğrenci ve velilerce nasıl algılandığı önemlidir. Alan yazında öğretmen kavramına yönelik çeşitli metaforik çalışmalar yapılmıştır (Çelikten, 2006; Cerit, 2008; Michael ve Katerina, 2009; Wan vd., 2011; Yıldırım vd., 2011; Koç, 2014; Ertürk, 2017). Bu çalışmada ise öğretmen kavramına yönelik hem öğrencilerin hem de velilerin görüşleri alınarak öğretmenlerin mesleki yaşantılarına katkı sağlayacak bilgilerin elde edileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, öğrenci ve velilerin öğretmen kavramı ile ilgili algılarını metaforlar aracılığıyla ortaya koymaktır. Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıda sunulan sorulara cevap aranmıştır:

1. Öğrenci ve velilerin öğretmen kavramına ilişkin ürettikleri metaforlar nelerdir?
2. Üretilen metaforların ortak özellikleri dikkate alındığında hangi kavramsal kategoriler oluşturulabilir?
3. Öğrenci ve velilerin birbirinden farklı olarak ürettikleri metaforlar nelerdir?

## YÖNTEM

### Araştırma Modeli

Öğrenci ve velilerin öğretmen kavramı ile ilgili algılarını metaforlar yoluyla inceleyen bu araştırma, fenomenoloji deseninde nitel olarak tasarlanmıştır. Ağırlıklı olarak tümevarımcı ve doğal ortamlarda yürütülen nitel yöntemler (Klenke, 2008), kapsamlı bir şekilde gerçekliğin “nasıl” ve “neden” yapılandırıldığı ve algılandığı sorularının cevabını ararlar (Broadbent ve Laughlin, 2005). Fenomenolojik araştırma, belirli bir olgunun altında yatan ortak anlamları keşfetmek amacıyla katılımcıların deneyimlediği dünyayı tanımlamaya çalışır (Baker vd., 1992). Araştırmada öğrencilerin ve velilerin eğitim ortamlarında en sık iletişimde buldukları “öğretmen” fenomen olarak düşünülerek katılımcıların kavram hakkındaki ortak algıları belirlenmeye çalışılmış, bu amaçla metaforlardan yararlanılmıştır.

### Çalışma Grubu

Çalışmanın katılımcılarını 2019-2020 eğitim öğretim yılı güz döneminde Burdur ili Yeşilova ilçesinde bulunan iki ortaokulda öğrenim gören 252 öğrenci ve 90 veli oluşturmaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Katılımcı	Demografik Özellik	n	%
Öğrenci	<i>Cinsiyet</i>		
	Kız	138	54.76
	Erkek	114	45.24
	Toplam	252	100
	<i>Sınıf</i>		
	5. Sınıf	61	24.21
	6. Sınıf	66	26.19
	7. Sınıf	54	21.43
	8. Sınıf	71	28.17
	Toplam	252	100
Veli	<i>Cinsiyet</i>		
	Kadın	49	54.44
	Erkek	41	45.56
	Toplam	90	100

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin 61’i (%24.2) 5. sınıf, 66’sı (%26.2) 6. sınıf, 54’ü (%21.4) 7. sınıf ve 71’i (%28.2) 8. sınıfta öğrenim görmektedir. Katılımcıların 138’i (%54.8) kız ve 114’ü (%45.2) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan velilerin 49’u (%54.4) kadın ve 41’i (%45.6) erkeklerden oluşmaktadır.

## Veri Toplama Aracı

İki bölümden oluşan veri toplama aracının ilk bölümünde, öğrenci ve velilerin demografik özelliklerini belirleyici sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise katılımcıların öğretmen kavramı ile ilgili kullandıkları metaforları belirlemek amacıyla “Öğretmen ..... gibidir; çünkü .....” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Katılımcılardan “çünkü” ifadesinden sonra gelen boşluğa açıklama yapmaları istenmiş böylece metaforun hangi amaçla üretildiği anlamlandırılmıştır. Mecazın kendisi tek başına betimsel ya da görsel gücünü yeterince ortaya çıkarmaz. Bunun için “niçin “ veya “neden” sorusu sorulmalıdır. Aynı mecaza farklı anlamlar yüklenebileceğinden mecazların asıl gücü, bu sıfatlarla ilgili sorudadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

## Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmacı tarafından öğrenci ve velilere öncelikle araştırma konusunda bilgi verilmiş daha sonra “öğretmen” kavramına ilişkin metafor geliştirmeleri istenmiştir. Araştırma verileri 2019 - 2020 eğitim öğretim yılı güz yarıyılı Ekim ve Kasım aylarında toplanmıştır. Katılımcıların öğretmen kavramına yönelik ürettikleri metaforlar içerik analizi ile çözümlenmiştir. Verilerden kendi içeriklerine ilişkin yinelenebilir ve geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılan bir araştırma tekniği olan içerik analizi, yeni kavrayışlar sağlar ve araştırmacının belirli olguları anlamasını kolaylaştırır (Krippendorp, 2004). Bu bağlamda katılımcıların ortaya koydukları metaforlar ilgili literatürdeki aşamalar dikkate alınarak analiz edilmiştir (Saban, 2008; Şenel ve Aslan, 2014; Yalçın vd., 2016):

- (1) *Adlandırma Aşaması:* Öğrenci ve velilerin öğretmen kavramına ilişkin kullandıkları metaforları belirlemek amacıyla formlar incelenmiş ve katılımcıların geliştirdikleri bütün metaforlar alfabetik olarak listelenmiştir. Bu aşamada, metaforu ya da gerekçesini yazmayan katılımcıların formları listeye dâhil edilmemiştir.
- (2) *Eleme Aşaması:* Eleme aşamasında öğrenci ve velilerin ürettikleri metaforlar tekrar kontrol edilmiştir. Metafor yerine öğretmen kavramı ile ilgili kişisel düşünceler paylaşıldığı, kullanılan metafora ilişkin gerekçe yazılmadığı ve birden fazla kategoriye ait özellikleri içeren metaforlar üretildiği için 64 öğrenci ve 17 veli formu çalışma kapsamına dâhil edilmemiştir.
- (3) *Kategori Geliştirme Aşaması:* Katılımcıların öğretmen kavramını açıklamak için ürettikleri 107 metafor ortak özellikleri açısından incelenerek 10 kategori altında toplanmıştır. Kategorilerin oluşturulmasında alan yazında bu konuda yapılmış olan çalışmalardan yararlanılmıştır (Saban, 2004; Turhan ve Yaraş, 2013; Koç, 2014; Tulunay Ateş, 2016). Kategorilerin nasıl oluşturulduğuna dair fikir vermesi açısından bazı öğrenci ve velilerin ifadelerine yer verilmiştir. Örnek olarak verilen ifadeleri kimin ürettiğine ilişkin kişisel bil-

giler, şu kodlamalar yapılarak gösterilmiştir: Öğrencileri temsil eden ifadeler Ö harfi, öğrencilerin sınıf seviyeleri 5, 6, 7, 8 rakamları ve cinsiyetleri K ve E harfleri ile belirtilmiştir. Velileri temsil eden ifadeler ise V harfi, cinsiyetleri K ve E harfleri ile belirtilmiştir. Bu aşamada, katılımcıların öğretmen kavramını açıklamak için ürettikleri metaforlar incelendiğinde anne-baba metaforunun iki kategoriye dâhil edilebilecek şekilde açıklandığı gözlenmiştir. Bu nedenle anne-baba metaforuna hem sevgi unsuru hem de güven veren ve koruyucu kategorilerinde yer verilmiştir.

(4) *Geçerlik ve Güvenirliğin Sağlanması Aşaması*: Verilerin ayrıntılı şekilde raporlanması ve araştırmanın sonuçlarına nasıl ulaşıldığının açıklanması nitel bir araştırmada geçerliğin önemli ölçütlerindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu sebeple araştırmanın geçerliğini sağlamak amacıyla veri analizi süreci ayrıntılı olarak ifade edilmiş ve kavramsal kategorileri temsil eden metaforlara ilişkin örnekler bulgular kısmında sunulmuştur.

Çalışmanın güvenirliliği için öğretmen kavramına ilişkin geliştirilen kategorilerin, kullanılan metaforlarca temsil edilip edilmediğini belirlemek amacıyla uzman görüşünden yararlanılmıştır. Aynı veriler bir uzman tarafından tekrar kodlanmış ve araştırmacının yaptığı kodlama ile karşılaştırılmıştır. Bu noktada görüş birliği ve görüş ayrılığı sayıları belirlenmiş ve Miles ve Huberman (1994) tarafından önerilen “Güvenirlik =  $[Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı)] \times 100$ ” formülünden yararlanılarak kodlamalar arası güvenilirlik oranı hesaplanmıştır. Öğretmen kavramına ait metafor sonuçlarının güvenirliliği % 92 olarak hesaplanmıştır. Uzlaşma yüzdesinin %70’in üzerinde olması yeterli görüldüğünden (Yıldırım ve Şimşek, 2005) kodlama güvenirliliğinin sağlandığı söylenebilir.

(5) *Elde Edilen Metaforların Frekanslarının Hesaplanması Aşaması*: Bu aşamada öğretmen kavramına yönelik olarak belirlenen kategorilerdeki metafor sayısı, metaforların frekans (f) ve yüzde değerleri (%) hesaplanmıştır. Katılımcı türüne göre üretilen metaforların yüzdeleri hesaplanırken, öğrenci ve velilerin yüzdeleri kendi içlerinde değerlendirilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

### Öğrenci ve Velilerin Öğretmen Kavramı ile İlgili Ürettikleri Metaforlara İlişkin Bulgular

Öğretmen kavramını tanımlamak amacıyla kullanılan metaforlar ve bu metaforların ait oldukları kategorilere ilişkin frekanslar ve yüzde değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde, öğrenci ve velilerin öğretmen kavramı ile ilgili toplamda 107 geçerli metafor geliştirdikleri ve metaforların 10 kategoride toplandığı



görülmüştür. Aşağıda geliştirilen metaforlardan oluşan kategoriler ve bu kategorileri temsil eden metaforları içeren ifadelere yer verilmiştir.

*Sevgi Unsuru:* Bu kategoride yer alan 9 (%8.41) farklı metaforu, 69 (%20.17) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Kategoride “anne-baba”, “melek”, “anne” ve “sabır taşı” metaforlarının ortalama ve üzerinde üretildiği görülmektedir. Katılımcılar tarafından ifade edilmiş olan metaforlar şu şekilde örneklendirilebilir: “Öğretmen anne-baba gibidir. Çünkü öğretmen anne baba gibi bir çocuğun bütün ihtiyaçlarını gidermeye çalışır, onu karşılıksız sever. Öğrencisini kıskanmaz aksine başarıları ile gurur duyar” (V, K). “Öğretmen melek gibidir. Çünkü öğretmenlerimiz bize her zaman hoşgörülü davranır. Her zaman bizim için en iyisini düşünür, ihtiyacımız olduğunda bize yardım eder.” (Ö, 8, K). “Öğretmen anne gibidir. Çünkü biz üzülduğümüzde üzülür, sevindiğimizde sevinir. Anne gibi çocuklarına iyi davranır.” (Ö, 5, E).

*Bilginin Kaynağı ve Aktarıcısı:* Bu kategoride yer alan 19 (%17.76) farklı metaforu, 58 (%16.96) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Kategoride ortalama ve üzerinde üretilen metaforların “kütüphane”, “kitap”, “meyve ağacı”, “bilgisayar” ve “sözlük” olduğu görülmektedir. Katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar şu şekilde verilebilir: “Öğretmen kütüphane gibidir. Çünkü içindeki hazine değerindeki bilgileri öğrencilerine verir” (Ö, 6, K). “Öğretmen kitap gibidir. Kitapların her sayfasında ayrı bilgi vardır. Bunları okudukça öğreniriz. Öğretmenimizi de dinlediğimizde yeni bilgiler ediniriz.” (Ö, 7, E). “Öğretmen meyve ağacı gibidir. Çünkü meyve ağacında meyveler ağaçtan beslenerek zaman içinde olgunlaşıyor. Öğrenciler de öğretmenlerinin öğrettikleri bilgilerle yavaş yavaş gelişerek büyüyorlar.” (V, E).

*Yol Gösterici:* Bu kategoride yer alan 15 (%14.02) farklı metaforu, 53 (%15.50) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Kategoride “pusula”, “kutup yıldızı”, “harita” ve “rehber” metaforlarının ortalama ve üzerinde üretildiği görülmektedir. Katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar şu şekilde verilebilir: “Öğretmen pusula gibidir. Öğretmenlerimiz hata yapıp yolumuzu kaybettiğimizde bizi uyarır ve pusula gibi doğru yola yönlendirir.” (Ö, 8, E). “Öğretmen kutup yıldızı gibidir. Kutup yıldızı karanlıkta yol bulmamızda bize yardım eder. Öğretmenlerimiz de bizim iyi bir meslek sahibi olmamız için doğru yolu gösterir.” (Ö, 7, E). “Öğretmen harita gibidir. Çünkü hedeflerimize ulaşmak için hangi yöne gideceğimizi gösterir.” (Ö, 6, K).

*Yetiştirici ve Şekillendirici:* Kategoride yer alan 16 (%14.95) farklı metaforu, 48 (%14.03) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Bu kategoride ortalama ve üzerinde kullanılan metaforların “bahçıvan”, “mimar”, “aşçı”, “inşaat ustası” ve “ressam” olduğu görülmektedir. Katılımcılar tarafından üretilen metaforlara ait örnekler şu şekilde verilebilir: “Öğretmen bahçıvan gibidir. Bahçıvan diktiği fidanların büyümesi için onları sular, budar ve gübre verir. Öğretmen de öğrencilerinin meslek sahibi olması için çabalar, öğrencilerine örnek olur.” (V, K). “Öğretmen mimar gibidir. Çünkü mimarlar binalar ve şehirlere şekil verir. Öğretmenler de öğrencileri hatta toplumları şekillendirir.” (V, E). “Öğretmen aşçı gibidir. Çünkü aşçılar



ellerindeki malzemeleri kullanarak güzel yemekler, pastalar yapar. Öğretmenler de bizi güzel insanlar olarak yetiştirir.” (Ö, 8, K).

**Aydınlatıcı:** Bu kategoride yer alan 8 (%7.48) farklı metaforu, 37 (%10.82) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Bu kategoride ortalama ve üzerinde kullanılan metaforların “ışık”, “güneş” ve “ampul” olduğu görülmektedir. Katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar şu şekilde verilebilir: “Öğretmen ışık gibidir. Çünkü karanlık gecelerde ışık aydınlık verir. Zor günlerimizde ise öğretmenler yolumuzu aydınlatır.” (Ö, 7, E). “Öğretmen güneş gibidir. Güneş Dünyayı aydınlatır. Öğretmenler de gelecekte başarılı olmamız için bilgisiyle bizi aydınlatır.” (Ö, 8, K).

**Tablo 2: Öğretmen Kavramı ile İlgili Metaforlara Ait Bulgular**

Kategori	f	(%)	Metaforlar	f	(%)
Sevgi unsuru	69	20.17	Anne (13), anne-baba (17), arkadaş (4), çiçek (7), çizgi film kahramanı (2), melek (15), sabır taşı (9), soba (1), yol arkadaşı (1).	9	8.41
Bilginin kaynağı ve aktarıcısı	58	16.96	Ağaç (1), ansiklopedi (2), bilgisayar (6), bilgi küpü (1), bilim merkezi (2), deniz (1), Google (2), hesap makinesi (1), kitap (10), kütüphane (12), manav (1), meyve ağacı (7), nehir (1), not defteri (1), profesör (3), sırt çantası (1), sözlük (4), sürahi (1), yemek sofrası (1).	19	17.76
Yol gösterici	53	15.50	Deniz feneri (1), eğitim koçu (1), gemi (1), gözlük temizleyici (1), harita (6), kılavuz (2), kutup yıldızı (8), makinist (1), navigasyon (1), pusula (20), rehber (6), şoför (1), trafik işaretleri (1), trafik polisi (2), üçüncü göz (1).	15	14.02
Yetiştirici ve şekillendirici	48	14.03	Aşçı (5), bahçıvan (13), cetvel (1), değirmenci (1), fırıncı (1), halı dokumacısı (1), heykeltıraş (2), inşaat ustası (3), madenci (1), marangoz (2), mimar (11), pasta ustası (1), ressam (3), terzi (1), tasarımcı (1), ütü (1).	16	14.95
Aydınlatıcı	37	10.82	Ampul (8), avize (1), el feneri (2), güneş (10), ışık (11), kandil (1), mum (3), yıldız (1).	8	7.48
Güven veren ve koruyucu	27	7.90	Ağaç (1), anne-baba (6), anne kuş (1), anne ördek (1), baba (8), çoban (1), doktor (2), gözetmen (1), güvenlik görevlisi (1), karınca yuvası (2), şemsiye (1), toprak (2).	12	11.21
Lider ve yönetici	15	4.38	Bakan (1), hakem (1), kaptan (3), komutan (2), kraliçe arı (1), orkestra şefi (1), takım kaptanı (1), teknik direktör (4), tümgeneral (1).	9	8.41
Vazgeçilmez	13	3.80	Ağaç gövdesi (1), besin (1), doğa (1), ev temeli (1), kalp (4), kolon (1), meyve ve sebze (1), su (3).	8	7.48
Sevilmeyen ve cezalandırıcı	11	3.22	Biber (1), duvar (1), gardiyan (4), polis (2), radar (1), soru bankası (1), törpü (1).	7	6.54
Çalışkan	11	3.22	Araba lastiği (2), arı (3), hücre organelleri (1), karınca (5).	4	3.74

*Güven Veren ve Koruyucu:* Kategoride yer alan 12 (%11.21) farklı metaforu, 27 (%7.90) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Bu kategoride “baba”, “anne-baba”, “doktor”, “karınca yuvası” ve “toprak” metaforlarının ortalama ve üzerinde üretildiği görülmektedir. Katılımcılar tarafından ifade edilmiş olan metaforlar şu şekilde verilebilir: “Öğretmen baba gibidir. Çünkü babamız gibi bizi sahiplenir. Kötülüklerden korur.” (Ö, 6, E). “Öğretmen doktor gibidir. Nasıl ki doktorlar hastalandığımızda bizi hastalıklardan korur, iyileştirirse öğretmenler de bizi kötülüklerden uzaklaştırır.” (Ö, 8, E). “Öğretmen anne-baba gibidir. Çünkü bir çocuğu ona zarar gelecek her şeyden anne ve babası bir de öğretmeni korur.” (V, E).

*Lider ve Yönetici:* Bu kategoride yer alan 9 (%8.41) farklı metaforu, 15 (%4.38) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Kategoride ortalama ve üzerinde kullanılan metaforların “teknik direktör”, “kaptan” ve “komutan” olduğu görülmektedir. Katılımcılar tarafından ifade edilmiş olan metaforlar şu şekilde örneklendirilebilir: “Öğretmen teknik direktör gibidir. Çünkü teknik direktörler oyunculara maça hazırlamak için neler yapmaları gerektiğini belirler buna göre futbolculara ayrı ayrı görev verir. Öğretmenler de öğrencilere ödevler verir. Onları yeteneklerine göre sınavlara hazırlar.” (V, E). “Öğretmen kaptan gibidir. Çünkü gemiyi yöneten kaptandır. Sınıfı yöneten de öğretmen.” (Ö, 5, K).

*Vazgeçilmez:* Bu kategoride yer alan 8 (%7.48) farklı metaforu, 13 (%3.80) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Kategoride “kalp” ve “su” metaforlarının ortalama ve üzerinde üretildiği görülmektedir. Öğrenci ve veli görüşlerinden bazı alıntılar şu şekilde verilebilir: “Öğretmen kalp gibidir. Çünkü kalp vücuda kan pompalayarak onun yaşamasını sağlar. Kalp durduğunda vücut cansız olur. Öğretmenler de bizi hayata sağlar.” (Ö, 7, K). “Öğretmen su gibidir. Çünkü su olmadan hiçbir canlı yaşamını devam ettiremez. Öğrenciler de öğretmenler olmadan hedeflerine ulaşamazlar. Öğretmen olmadan okulun anlamı olmaz.” (V, K).

*Sevilmeyen ve Cezalandırıcı:* Kategoride yer alan 7 (%6.54) farklı metaforu, 11 (%3.22) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Bu kategoride ortalama ve üzerinde üretilen metaforların “gardiyan” ve “polis” olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar tarafından üretilen metaforlara ait örnekler şu şekilde verilebilir: “Öğretmen gardiyan gibidir. Çünkü derste konuşmamıza, dışarı çıkmamıza izin vermez. Bizi kafeste tutar.” (Ö, 8, E). “Öğretmen polis gibidir. Polisler suç işleyenlere ceza keser. Öğretmenler de hata yaptığımızda kızar ve sonunda ceza verirler” (Ö, 7, E).

*Çalışkan:* Bu kategoride yer alan 4 (%3.74) farklı metaforu, 11 (%3.22) katılımcının kullandığı belirlenmiştir. Kategoride ortalama ve üzerinde kullanılan metaforların “karınca” ve “arı” olduğu tespit edilmiştir. Katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar şu şekilde verilebilir: “Öğretmen karınca gibidir. Öğretmenler öğrencilere yardımcı olabilmek ve daha çok bilgi öğretebilmek için karıncalar gibi çalışırlar.” (V, E). “Öğretmen arı gibidir. Çünkü kovandaki arılar yüzlerce çiçekten çiçek tozu

toplarlar. Bal üretmek için çalışırlar. Öğretmenlerimiz de bizim için çok çalışırlar ve çaba gösterirler.” (Ö, 8, K).

## Öğrenci ve Velilerin Öğretmen Kavramına Ait Ürettikleri Farklı Metaforlara İlişkin Bulgular

Öğrenci ve velilerin öğretmen kavramına ilişkin farklı olarak kullandıkları metaforlardan geliştirilen kategoriler Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3:** Öğretmen Kavramı ile İlgili Geliştirilen Kategorilerin Katılımcı Türü Yönünden Karşılaştırılması

Metaforlardan Oluşturulan Kategoriler	Öğrenciler		Veliler		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Sevgi unsuru	52	20.63	17	18.89	69	20.18
Bilginin kaynağı ve aktarıcısı	41	16.27	17	18.89	58	16.96
Yol gösterici	44	17.46	9	10.00	53	15.50
Yetiştirici ve şekillendirici	34	13.49	14	15.55	48	14.03
Aydınlatıcı	21	8.33	16	17.78	37	10.82
Güven veren ve koruyucu	20	7.94	7	7.78	27	7.89
Lider ve yönetici	12	4.76	3	3.33	15	4.38
Vazgeçilmez	7	2.78	6	6.67	13	3.80
Sevilmeyen ve cezalandırıcı	11	4.37	-	0.00	11	3.22
Çalışkan	10	3.97	1	1.11	11	3.22
Toplam	252	100	90	100	342	100

Tablo 3’e göre, öğrenciler en çok sevgi unsuru olarak öğretmen (%20.63) kategorisini oluşturan metaforları kullanmışlardır. Veliler en çok sevgi unsuru (%18.89) ve bilginin kaynağı ve aktarıcısı (%18.89) olarak öğretmen kategorilerini oluşturan metaforları kullanmışlardır. Öğrenciler sevgi unsuru (%20.63), yol gösterici (%17.46), güven veren ve koruyucu (%7.94), lider ve yönetici (%4.76), sevilmeyen ve cezalandırıcı (%4.37) ve çalışkan (%3.97) kategorilerini temsil eden metaforları velilere kıyasla daha yüksek oranda geliştirmişlerdir. Veliler ise bilginin kaynağı ve aktarıcısı (%18.89), yetiştirici ve şekillendirici (%15.55), aydınlatıcı (%17.78) ve vazgeçilmez (%6.67) kategorilerinde yer alan metaforları öğrencilere nazaran daha yüksek oranda geliştirmişlerdir. Veliler sevilmeyen ve cezalandırıcı kategorisini temsil eden hiçbir metaforu kullanmamışlardır.

Üretilen 107 metafordan 58’i sadece bir katılımcı, 15’i iki katılımcı ve geriye kalan 34’ü ise üç ve üçten fazla katılımcı tarafından üretilmiştir. Metafor başına düşen ortalama katılımcı sayısı olan üç ve üçten fazla sayıda katılımcı tarafından üretilen metaforlar, katılımcı türü farklılıklarıyla birlikte Tablo 4’te sunulmuştur.

**Tablo 4: Üç ve Daha Fazla Katılımcı Tarafından Üretilen Metaforlar**

Metafor	Öğrenci	Veli	Toplam
	f (%)	f (%)	f (%)
Pusulula	16 (6.35)	4 (4.44)	20 (5.85)
Anne - baba*	16 (6.35)	1 (1.11)	17 (4.97)
Melek	15 (5.95)	-	15 (4.39)
Anne	7 (2.78)	6 (6.67)	13 (3.80)
Bahçıvan	11 (4.36)	2 (2.22)	13 (3.80)
Kütüphane	10 (3.97)	2 (2.22)	12 (3.51)
Işık	5 (1.98)	6 (6.67)	11 (3.22)
Mimar	9 (3.57)	2 (2.22)	11 (3.22)
Güneş	4 (1.59)	6 (6.67)	10 (2.92)
Kitap	5 (1.98)	5 (5.55)	10 (2.92)
Sabır taşı	4 (1.59)	5 (5.55)	9 (2.63)
Ampul	8 (3.17)	-	8 (2.34)
Baba	6 (3.38)	2 (2.22)	8 (2.34)
Kutup yıldızı	8 (3.17)	-	8 (2.34)
Çiçek	5 (1.98)	2 (2.22)	7 (2.05)
Meyve ağacı	4 (1.59)	3 (3.33)	7 (2.05)
Anne - baba**	4 (1.59)	2 (2.22)	6 (1.75)
Bilgisayar	5 (1.98)	1 (1.11)	6 (1.75)
Harita	6 (3.38)	-	6 (1.75)
Rehber	5 (1.98)	1 (1.11)	6 (1.75)
Aşçı	5 (1.98)	-	5 (1.46)
Karınca	5 (1.98)	-	5 (1.46)
Arkadaş	2 (0.79)	2 (2.22)	4 (1.17)
Gardiyan	4 (1.59)	-	4 (1.17)
Kalp	4 (1.59)	-	4 (1.17)
Sözlük	4 (1.59)	-	4 (1.17)
Teknik direktör	2 (0.79)	2 (2.22)	4 (1.17)
Arı	2 (0.79)	1 (1.11)	3 (0.88)
İnşaat ustası	2 (0.79)	1 (1.11)	3 (0.88)
Kaptan	3 (1.19)	-	3 (0.88)
Mum	1 (0.40)	2 (2.22)	3 (0.88)
Profesör	1 (0.40)	2 (2.22)	3 (0.88)
Ressam	2 (0.79)	1 (1.11)	3 (0.88)
Su	-	3 (3.33)	3 (0.88)

\* Anne-baba metaforu, sevgi unsuru olarak öğretmen kategorisi altında toplanmıştır.

\*\* Anne-baba metaforu, güven veren ve koruyucu olarak öğretmen kategorisi altında toplanmıştır.

Tablo 4'e göre, ortalamanın üzerinde üretilen 34 metafordan 10'u (melek, ampul, kutup yıldızı, harita, aşçı, karınca, gardiyan, kalp, sözlük ve kaptan) yalnızca öğrenciler ve biri (su) yalnızca veliler tarafından üretilmiştir. Geriye

kalan 23 metafor ise (pusula, anne -baba, anne, bahçıvan, kütüphane, ışık, mimar, güneş, kitap, sabır taşı, baba, çiçek, meyve ağacı, anne - baba, bilgisayar, rehber, arkadaş, teknik direktör, arı, inşaat ustası, mum, profesör, ressam) tüm katılımcılar tarafından ortak olarak üretilmiştir. Anne-baba metaforu; katılımcıların metaforu betimlemek amacıyla kullandıkları açıklamalardan dolayı sevgi unsuru kategorisi ile güven veren ve koruyucu kategorilerinin her ikisinde de yer almıştır. Öğrenciler en fazla “pusula”, “anne - baba” ve “melek”; veliler “anne”, “ışık” ve “güneş” metaforlarını kullanmışlardır.

## TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Öğretmenlik, karmaşık bir uğraştır ve öğretmenlerden meslek yaşamlarında birçok farklı rolü yerine getirmeleri beklenir. Bu nedenle tek bir metafor, öğretmen kavramının tüm yönlerini mükemmel bir şekilde yakalayamaz (Goldstein, 2005). Öğretmen konulu metafor çalışmaları, bağlamsal faktörler ile öğretmenlerin mesleki kimliği arasındaki ilişkileri keşfetmek için uygun araçtır. Metaforik imgelerin araştırılması, öğretmenlerin eğitime, öğrencilere ve sınıf içindeki kendi rollerine ilişkin temel varsayımlarını ve inançlarını ortaya çıkarmanın bir yoludur (Ben-Peretz vd., 2003). Öğretmen kavramına ilişkin öğrenci ve veli algılarını metaforlar aracılığı ile ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada belirlenen metaforlar uygun kavramsal kategorilerde toplanmış ve sonuçlar bulgular ışığında tartışılmıştır.

Araştırmada öğrencilerin akademik başarılarının yanında istendik eğitsel davranışlar kazanmalarında kilit rol üstlenen öğretmenlerin öğrenci ve veliler tarafından genellikle olumlu olarak algılandığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçları, öğretmen kavramına yönelik üretilen metaforların sırasıyla en çok sevgi unsuru, bilginin kaynağı ve aktarıcısı, yol gösterici, yetiştirici ve şekillendirici ve aydınlatıcı olarak öğretmen kategorilerinde yer aldıklarını göstermektedir. En çok metaforun üretildiği kategori sevgi unsuru olarak öğretmen, en az metaforun üretildiği kategori ise çalışkan olarak öğretmen kategorisidir. Sevilmeyen ve cezalandırıcı olarak öğretmen kategorisindeki metaforlar sadece öğrenciler tarafından üretilirken, geriye kalan diğer kategorilerdeki metaforların tüm katılımcılar tarafından ortak üretildikleri belirlenmiştir. Aşağıda en çok metafor tarafından temsil edilen ilk beş kategori ve bu kategorilerdeki önemli metaforlar tartışılmıştır.

Araştırma bulguları doğrultusunda öğrenci ve velilerin öğretmen kavramına yükledikleri metaforlara göre en çok metaforun sevgi unsuru olarak öğretmen kategorisinde yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kategoride metafor üreten katılımcılar, öğretmenlerin öğrencilerini karşılıksız sevdiğini, onlara karşı hoşgörülü, saygılı ve iyi davrandıklarını belirtmişlerdir. Cooper’a (1993) göre

öğrencilerin, öğretmenleri tarafından kendilerine sevgi ve saygı duyulduğunu, değer verildiğini hissetmeleri ve ilgi görmeleri onların kişisel imajlarını besler. Dolayısıyla bu da öğrencilerin sonraki yaşamları için önemli bir davranıştır. Araştırmanın bu bulgusu, Turhan ve Yaraş'ın (2013) çalışmalarında elde ettikleri ve öğretmeni sevgi unsuru olarak yansıtan bulgularla paralellik göstermektedir. Sevgi unsuru olarak öğretmen kategorisinde sırasıyla en çok anne-baba, melek, anne ve sabır taşı metaforlarının üretildiği belirlenmiştir. Çelikten (2006), Ogurlu vd. (2015), Başaran Ugur ve Baysal (2017) ve Ertürk'ün (2017), araştırmalarında da en çok anne-baba metaforunun kullanıldığına ulaşılmıştır. Anne-baba metaforunun sık kullanılmasının nedeni kültürümüzdeki öğretmen ve anne-baba rollerinin benzerliğinden kaynaklanabilir.

Öğretmen kavramına ilişkin bulgular incelendiğinde katılımcıların ikinci sırada bilginin kaynağı ve aktarıcısı olarak öğretmen kategorisinde metaforlar ürettikleri belirlenmiştir. Bu kategoride metafor üreten öğrenci ve veliler, öğretmenlerin değerli bilgilere sahip olduklarını ve bu bilgileri öğrencilerine aktardıklarını açıklamışlardır. Beck'e (1990) göre bilgi üretimi ve aktarımını gerçekleştiren öğretmenler; politik, ekonomik ve sosyal bir düzen yapılandırma anahtar rol üstlenmektedirler. Farklı çalışma grupları üzerinde yapılan araştırmaların sonuçları da bu bulguyu desteklemektedir (Mahlios ve Maxson, 1998; Saban, 2004; Cerit, 2008; Nikitina ve Furuoka, 2008; Koç, 2014; Tulunay Ateş, 2016). Bilginin kaynağı ve aktarıcısı olarak öğretmen kategorisinde en çok sırasıyla kütüphane, kitap, meyve ağacı, bilgisayar ve sözlük metaforlarının üretildiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Başaran Ugur ve Baysal'ın (2017) çalışmalarında da kitap metaforunun sıklıkla kullanıldığı belirlenmiştir.

Öğrenci ve veliler, öğretmen kavramı ile ilgili olarak üçüncü sırada yol gösterici olarak öğretmen kategorisi ile ilgili metaforları kullanmışlardır. Bu kategoride katılımcılar, genellikle öğretmenleri öğrencileri doğru yola, bilgiye erişime ve hedefe yönlendiren olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Mahlios ve Maxson (1998), Akbari (2013), Çelik vd. (2014) ve Koç'un (2014) çalışmalarında katılımcıların yol gösterici olarak öğretmen kategorisinde metafor ürettikleri belirlenmiştir. Shi vd. (1996), öğretmenlerin yol gösterici rolünde öğrencilere bir bakıma balık tutmayı öğretmeleri gerektiğini belirtmişlerdir. Böylelikle öğrencilerin bilgiye nasıl ulaşabileceklerini, neyi nasıl öğrenebileceklerini ve etkili öğrenme yöntemlerini öğreneceklerini ifade etmişlerdir. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak bilgiye ulaşmak eskiye nazaran çok daha kolay hale gelmiştir. Ancak eğitim sisteminde doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmak ve bunları doğru şekilde kullanabilmek için özellikle öğrenci ve veliler kendilerini yönlendirecek birilerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu amaçla genellikle öğretmenlerden yardım beklemektedirler. Bu du-



rum öğretmenlerin yol gösterici rolünün önemini açıklamaktadır. Yol gösterici olarak öğretmen kategorisinde sırasıyla en çok pusula, kutup yıldızı, harita ve rehber metaforlarının üretildiği saptanmıştır. Sarıkaya'nın (2018) çalışmasında da pusula metaforunun sıklıkla kullanıldığı belirlenmiştir.

Çalışmada öğretmen kavramı ile ilgili olarak dördüncü sırada yetiştirici ve şekillendirici olarak öğretmen kategorisinde metaforların üretildiği belirlenmiştir. Kategoride öğretmenlerin öğrencileri şekillendiren ve istenilen özelliklere sahip bir insan olarak yetiştiren kişiler oldukları ifade edilmiştir. Öğretmenlerin eğitim öğretim faaliyetleri içerisinde gerçekleştirdikleri her şey, öğrencileri yaşama hazırlamak, yetiştirmek ve toplum içerisinde başarılı olmalarını sağlamak için yapılır. Benzer şekilde Mahlios ve Maxson (1998), Koç (2014) ve Tulunay Ateş (2016) tarafından yapılan çalışmalarda da öğretmenlerin yetiştirici, şekillendirici ve geliştirici kişiler olarak algılandığı bulunmuştur. Yetiştirici ve şekillendirici olarak öğretmen kategorisinde en çok sırasıyla bahçıvan, mimar, aşçı, inşaat ustası ve ressam metaforlarının üretildiği belirlenmiştir. Çelikten (2006), Ocak ve Gürbüz (2006) ve Saban vd.'nin (2006) çalışmalarında da bahçıvan metaforunun sıklıkla kullanıldığı belirlenmiştir.

Araştırmanın bulguları incelendiğinde katılımcıların beşinci sırada aydınlatıcı olarak öğretmen kategorisinde metaforlar ürettikleri belirlenmiştir. Genel olarak öğretmenler bilgili, kültürlü ve topluma faydalı kişiler olarak bilinirler. Bu nedenle öğretmenlerin öğrencilerini ve toplumu aydınlatacağı düşünülür. Yıldırım vd.'nin (2011) ve Turhan ve Yaraş'ın (2013) araştırmalarında da katılımcıların öğretmenleri aydınlatıcı kişiler olarak algıladıkları belirlenmiştir. Aydınlatıcı olarak öğretmen kategorisinde en çok sırasıyla ışık, güneş ve ampul metaforlarının üretildiği tespit edilmiştir. Alan yazında konuyla ilgili yapılmış çalışmalarda katılımcılar tarafından benzer metaforların kullanıldığı belirlenmiştir (Dollof, 1999; Ocak ve Gürbüz, 2006; Sarıkaya, 2018). Çalışmada katılımcıların aydınlatıcı olarak öğretmen kategorisinden sonra sırasıyla güven veren ve koruyucu, lider ve yönetici, vazgeçilmez, sevilmeyen ve cezalandırıcı ve çalışkan olarak öğretmen kategorilerinde metafor ürettikleri görülmüştür. Çalışmada oluşturulan kategorilerden sadece sevilmeyen ve cezalandırıcı olarak öğretmen kategorisi olumsuz olarak nitelendirilebilir. Bu kategoride üretilen metaforlar incelendiğinde katılımcıların, öğretmenleri öğrencileri engelleyen, ceza veren ve sürekli kontrol altında tutan kişiler olarak algıladıkları anlaşılabilir. Sevilmeyen ve cezalandırıcı kategorisinde yer alan metaforlar sadece öğrenciler tarafından üretilmiştir. Öğrencilerin bu metaforları kullanmalarının nedeni, davranışlarına öğretmenlerin verdiği tepkilerden kaynaklanabilir. Öğretmenlerin mesleklerinde etkili olmalarında alan bilgisi önemlidir ancak yeterli değildir. Alan bilgisinin yanı sıra öğretmenlerin öğrenci psikolojisinden



anlamaları ve öğrencilere karşı nasıl davranış sergileyeceklerini de bilmeleri gerekir. Sümbül (1996), öğretmenlerin davranış geliştirme uzmanı olarak sert ya da gevşek disiplin anlayışından uzak, özgürlük ve otoriteye dayalı yapıcı bir disiplin anlayışını benimsemeleri gerektiğini açıklamıştır. Telli vd. (2008) çalışmalarında katılımcıların ideal öğretmeni; öğrencileri güdüleyen, onlara yol gösteren, özgüvenlerini kazanma noktasında destek olan, öğrencileriyle olumlu ilişkiler geliştiren ve öğrencileri tarafından saygı duyulan kişi olarak tanımladıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırma sonuçlarına bağlı olarak öğretmen kavramına ilişkin mevcut olumlu algının geliştirilebilmesi için öğretmen adaylarının aldıkları pedagoji derslerinin içeriği düzenlenmeli ve sayısı artırılmalıdır. Ayrıca görev yapmakta olan öğretmenlerin demokratik davranışları benimsemeleri ve iletişim kanallarını etkili kullanabilmeleri için gerekli hizmet içi eğitimlerin verilmesi önerilebilir. Bu araştırma ortaokul öğrencileri ve velileri ile gerçekleştirilmiştir. İleriki çalışmalarda öğretmen kavramına ilişkin farklı eğitim kademelerindeki öğrenci ve velilerin düşüncelerinin dilsel ve görsel metaforlar aracılığı ile incelenmesi konunun farklı açılardan görülmesine yardımcı olabilir.

## KAYNAKÇA

- Akbari, M. (2013). Metaphors About EFL Teachers' Roles: A Case of Iranian Non-English Major Students. *International Journal of English Language & Translation Studies*, 1(2), 100-112.
- Aslanargun, E. (2007). Okul - Aile İşbirliği ve Öğrenci Başarısı Üzerine Bir Tarama Çalışma. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (18) , 119-135.
- Baker, C., Wuest, J. ve Stern, P. N. (1992). Method Slurring: The Grounded Theory/ Phenomenology Example. *Journal of Advanced Nursing*, 17, 1355-1360.
- Başaran, İ. E. (1994). *Türkiye Eğitim Sistemi*. Ankara: Yargıcı Matbaası.
- Başaran Ugur, A. R. ve Baysal, S. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin İngilizce Öğretmeni Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), 730-736.
- Beck, C. (1990). *Better Schools: A Values Perspective*. New York: Falmer Press.
- Ben-Peretz, M., Mendelson, N. ve Kron, F. W. (2003). How Teachers in Different Educational Contexts View Their Roles. *Teaching and Teacher Education*, 19, 277-290.
- Bolman, D. ve Deal, T. (2008). *Reframing Organizations* (4th edition). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Broadbent, J. ve Laughlin, R. (2005). Researching Accounting in the Public Services. Clubb, C. (Ed. ), *The Blackwell Encyclopaedia of Management. Accounting* içinde (ss.378-383). (2nd edition). Malden, MA, USA – Oxford, UK – Carlton, Victoria, Australia: Blackwell Publishing.
- Cerit, Y. (2008). Öğretmen Kavramı ile İlgili Metaforlara İlişkin Öğrenci, Öğretmen ve Yöneticilerin Görüşleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(4), 693-712.
- Cripps, K. ve Zyromski, B. (2009). Adolescents' Psychological Well-Being and Perceived Parental Involvement: Implications for Parental Involvement in Middle Schools, *RMLE Online*, 33(4), 1-13.
- Coleman, M. R., Gallagher, J. J. ve Job, J. (2012). Developing and Sustaining Professionalism Within Gifted Education. *Gifted Child Today*, 35(1), 27-36.
- Cooper, P. (1993). *Effective Schools for Disaffected Students: Integration and Segregation*. London: Routledge.
- Çalışkan, N. ve Ayık, A. (2015). Okul Aile Birliği ve Velilerle İletişim. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2) , 69-82.

- Çelenk, S. (2003). Okul Başarısının Ön Koşulu: Okul Aile Dayanışması. *İlköğretim Online*, 2(2), 28-34.
- Çelikten, M. (2006). Kültür ve Öğretmen Metaforları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 1-7.
- Çelik, K., Çatalbaş, G. ve Tomul, E. (2014). İlköğretim Kurumu Öğrencilerinin "Sınıf Öğretmeni" Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 16, 1-16.
- Dollof, L. A. (1999). Imagining Ourselves as Teachers: The Development of Teacher Identity in Music Teacher Education. *Music Education Research*, 1 (2), 191-207.
- Dsa, R. Valsaraj, B. ve Yesodharan, R. (2018). Parental Involvement, Academic Performance and Mental Wellbeing of Selected Pre-University Students Of Udipi District. *Journal of Public Health Research and Development*, 9(6), 274-279.
- Ertürk, R. (2017). İlkokul Öğrencilerinin "Öğretmen" Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 1-15.
- Goldstein, L. S. (2005). Becoming a Teacher as a Hero's Journey: Using Metaphor in Preservice Teacher Education. *Teacher Education Quarterly*, 32(1), 7-24.
- Gurney, P. (2007). Five Factors for Effective Teaching. *New Zealand Journal of Teachers' Work*, 4(2), 89-98.
- Harden, R. M. ve Crosby, J. (2000). AMEE Education Guide No 20: The Good Teacher is More Than a Lecturer - The Twelve Roles of the Teacher. *Medical Teacher*, 22(4), 334-347.
- Jensen, D. F. (2006). Metaphors as a Bridge to Understanding Educational and Social Contexts. *International Journal of Qualitative Methods*, 1(5), 36-54.
- Jennings, P. A. ve Greenberg, M. T. (2009). The Prosocial Classroom: Teacher Social and Emotional Competence in Relation to Student and Classroom Outcomes. *Review of Educational Research*, 79, 491-525.
- Jeynes, W. H. (2005). A Meta-Analysis of the Relation of Parental Involvement to Urban Elementary School Student Academic Achievement. *Urban Education*, 40, 237-269.
- Kanstoroom, M. ve Finn, C. (1999). *Better Teachers, Better Schools*. Washington, DC: Thomas B. Fordham Foundation.
- Klenke, K. (2008). *Qualitative Research in the Study of Leadership*. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Knoll, M. K. (1987). *Supervision for Better Instruction: Practical Techniques for Improving Staff Performance*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc, Englewood Cliffs.

- Koç, E. S. (2014). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Öğretmen ve Öğretmenlik Mesleği Kavramlarına İlişkin Metaforik Algıları. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 47-72.
- Krippendorp, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. (2nd edition). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lakoff, G. ve Johnson, M. (1980). *Metaphors we Live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mahlis, M. ve Maxson, M. (1998). Metaphors as Structures for Elementary and Secondary Preservice Teachers' Thinking. *International Journal of Educational Research*, 29, 227-240.
- Mahlis, M., Massengill-Shaw, D. ve Barry, A. (2010). Making Sense of Teaching Through Metaphors: A Review Across Three Studies. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, 16(1), 49-71.
- Michael, K. ve Katerina, M. (2009). Exploring Greek Teachers' Beliefs Using Metaphors. *Australian Journal of Teacher Education*, 34(2), 63-83.
- Maanen, J. V. (2005). Metaphor. Nicholson, N., Audia, P. G. ve Pillutla, M. M. (ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Management, Organizational Behavior* içinde (ss.231- 232). (2nd edition). United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Nikitina, L. ve Furuoka, F. (2008). "A Language Teacher is Like...": Examining Malaysian Students' Perceptions of Language Teachers Through Metaphor Analysis. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, 5(2), 192-205.
- Palmquist, R. A. (2001). Cognitive Style and Users' Metaphors for the Web: An Exploratory Study. *The Journal of Academic Librarianship*, 27(1), 24-32.
- Pipan, T. (2000). Metaphors and organizational Identity in the Italian Public. *Scandinavian Journal of Management*, 16(4), 391-409.
- Pomerantz, E. M., Moorman, E. A. ve Litwack, S. D. (2007). The How, Whom and Why of Parents' Involvement in Childrens' Academic Lives: More is not Always Better. *Review of Educational Research*, 77, 373-410.
- Ocak, G. ve Gürbüz, M. (2006). Eğitim Fakültesini Yeni Kazanan Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine Giriş Dersini Almadan Önce ve Aldıktan Sonra Öğretmenlik Mesleği Hakkındaki Metaforlarının Karşılaştırılması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 293-311.
- Ogurlu, Ü., Öpengin, E. ve Hızlı, E. (2015). Üstün Yetenekli Öğrencilerin Okul ve Öğretmene İlişkin Metaforik Algıları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (46), 67-83.

- Saban, A. (2004). Giriş Düzeyindeki Sınıf Öğretmeni Adaylarının Öğretmen Kavramına İlişkin İleri Sürdükleri Metaforlar. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 131-155.
- Saban, A., Koçbeker, B. N. ve Saban A. (2006). An Investigation of the Concept of Teacher Among Prospective Teachers Through Metaphor Analysis. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 6 (2), 509-522.
- Saban, A. (2008). Okula İlişkin Metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 459-496.
- Santoro, N., Reid, J., Mayer, D. ve Singh, M. (2012). Producing 'Quality' Teachers: The Role of Teacher Professional Standards. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, 40 (1), 1-3.
- Sarıkaya, B. (2018). Türkçe Öğretmeni Adaylarının Öğretmen Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 3 (2), 1-16.
- Shi, H. Y., Zhang, H., Ren, H. ve Chao, H. (2016). The Important of the Teacher's Guiding Role in the Teaching. *International Conference on Humanities Science, Management and Education Technology*, 18-21.
- Sieberer-Nagler, K. (2016). Effective Classroom-Management & Positive Teaching. *English Language Teaching*, 9(1), 163-172.
- Stenfors-Hayes, T., Hult, H. ve Dahlgren, L. O. (2011). What Does it Mean to be a Good Teacher and Clinical Supervisor in Medical Education?. *Advances in Health Sciences Education*, 16 (2), 197-210.
- Stronge, J. H., Ward, T. J. ve Grant, L. W. (2011). What Makes Good Teachers Good? A Cross-Case Analysis of the Connection Between Teacher Effectiveness and Student Achievement. *Journal of Teacher Education*, 62(4), 339-355.
- Sümbül, M. (1996). Öğretmen Niteliği ve Öğretimdeki Roller. *Eğitim Yönetimi*, 2(4), 597-605.
- Şenel, T. ve Aslan, O. (2014). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Bilim ve Bilim İnsanı Kavramlarına İlişkin Metaforik Algıları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(2), 76-95.
- Telli, S., Brok, P. ve Çakıroğlu, J. (2008). Öğretmen ve Öğrencilerin İdeal Öğretmen Hakkındaki Görüşleri. *Eğitim ve Bilim*, 33(149), 118-129.
- Tulunay Ateş, Ö. (2016). Öğrencilerin Öğretmen ve Okul Metaforları. *International Journal of Contemporary Educational Studies*, 2(1), 78-93.
- Turhan, M. ve Yaraş Z. (2013). Öğretmen ve Öğrencilerin Öğretmen, Disiplin, Müdür, Sınıf Kuralları, Ödül ve Ceza Kavramlarına İlişkin Metafor Algıları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(23), 129-145.

- Wan, W., Low, G. D. ve Li, M. (2011). From Students' and Teachers' Perspectives: Metaphor Analysis of Beliefs About EFL Teachers' Roles. *System*, 39(3), 403- 415.
- Yalçın, M., Aydoğdu Özoğlu, E. ve Dönmez, A. (2016). Öğretim Elemanlarının Araştırma Görevlisi Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Eğitim ve Bilim*, 41(185), 19-32.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A., Ünal, A. ve Çelik, M. (2011). Öğretmen Kavramına İlişkin Öğretmen, Yönetici ve Müfettiş Algılarının Analizi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2(8), 92-109.





# PSİKOLOJİK DANIŞMAN ADAYLARININ DANIŞMAN ÖZYETERLİĞİNİ YORDAMADA OTANTİKLİK VE DÜNYAYA İLİŞKİN VARSAYIMLARIN ROLÜ\*

## The Role of Authenticity and World Assumptions in Predicting Counselor Trainees' Self-Efficacy

Gönderim Tarihi / Received: 19.02.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 02.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.691544>

A. Esra İŞMEN GAZIOĞLU\*\*1

İlkay DEMİR<sup>2</sup>

ÖZ: Bu çalışma, psikolojik danışmanlık öğrencilerinin danışman öz-yeterliliklerini yordamada otantiklik ve dünyaya ilişkin varsayımların rolünü anlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubu, İstanbul'da bulunan iki devlet üniversitesinin PDR Anabilim dalında eğitim alan üçüncü (N=123) ve dördüncü (N=195) sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Veriler, kişisel bilgi formu, Danışman Öz-Yeterlik Ölçeği, Dünyaya ilişkin varsayımlar ölçeği (iyilik varsayımı alt boyutu) ve Otantiklik Ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Araştırma sonucunda, danışman özyeterliliğinin, otantikliğin alt boyutları olan kendine yabancılaşma, dışsal etkiye açıklık ve otantik yaşama ile iyilik varsayımı tarafından yordandığı saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Danışman Özyeterliliği, Otantiklik, Dünyaya İlişkin Varsayımlar.

**ABSTRACT:** The purpose of this study was to understand the role of authentic living, self-alienation, accepting external influence, and benevolence of the world assumption in predicting counselor self efficacy of counselor trainees. Participants were counselor trainees, who were enrolled in the third (N=123) and fourth (N=195) years of psychological

\* Bu çalışma, "İşmen Gazioğlu, E. , Demir, İ. (2015). Danışman Öz Yeterliliklerini Yordamada Otantiklik ve İyilik Varsayımının Rolü, 13. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi, 7-9 Ekim 2015, Mersin" de sözlü sunum olarak tebliğ edilen araştırmanın bazı verileri üzerinden oluşturulmuştur. Araştırmada anketler 2015 yılında ve gönüllük esasına dayalı bireylerden toplandığından dolayı etik kurulu kararı alınmamıştır

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa/Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi/Eğitim Bilimleri Bölümü/ Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik, ismen@istanbul.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1293-5183>

<sup>2</sup> Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa / Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi/Eğitim Bilimleri Bölümü/Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik, demiri@istanbul.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3317-2557>

counseling and guidance programs at two public universities in İstanbul. The data was gathered via World Assumptions Scale (benevolence of the world subscale), Counselor Self-Efficacy Scale (CSES), Authenticity Scale and information form. Results showed that the authentic living, self-alienation, accepting external influence, and benevolence of the world assumption were significant variables in predicting counselor self-efficacy.

**Keywords:** Counselor Self-Efficacy, Authenticity, World Assumptions.

## GİRİŞ

Özyeterlik bireylerin gelecekteki olası durumlarla başa çıkabilmek için gereken eylemleri ne ölçüde gerçekleştirebileceğine dair yargılarıyla ilgilidir (Bandura, 1982; Bandura ve Locke, 2003). Öz yeterlik bireylerin varolan bilişsel, davranışsal ve sosyal becerilerini belirli bir görevi yerine getirmek için bir araya getiren bir mekanizmadır. Bu nedenle özellikle bireylerin eylemleri, belirli bir işe başlama ve sürdürme kararları, bu iş için gösterdikleri çaba ve başarısızlık durumlarında çabayı sürdürme kapasiteleri üzerinde belirleyici bir rolü bulunmaktadır (Bandura, 1986; Bandura ve Locke, 2003). Özyeterlik aynı zamanda bireylerin kendilerine ilişkin düşünme, duygulanım, motivasyon ve davranışlarını etkilemektedir (Örn; Bandura, 1989; Bandura, Caprara, Barbaranelli, Gerbino ve Pastorelli, 2003).

Sosyal bilişsel teoriye dayalı öz yeterlik kuramı (Bandura, 1977) açısından ele alınan danışman öz yeterliği (DÖY), bireylerin danışmanlık görevlerini yerine getirme ve belirli danışan problemlerini etkili şekilde değerlendirmekle ilgili becerileri ve yeterlikleri hakkındaki inançlarıdır (Larson ve Daniels, 1998). Başarılı bir psikolojik danışma müdahalesi için yalnızca belirli bilgi ve becerilere sahip olmak yeterli değildir, danışmanlardan beklenen, birçok karmaşık beceriyi başarılı bir biçimde bir araya getirme, yönetme ve sürekli olarak değişen durumlara başarılı bir biçimde uyarlayabilmeleridir. Söz konusu danışmanlık görevlerinin seçilmesi, düzenlenmesi ve sürdürülmesi ise bu eylemlere yönelik yargılarla ilişkilidir. Daha açık ifade edilecek olursa, Larson ve Daniels'e (1998) göre danışman özyeterliği, etkili bir danışma süreci için yapılması gerekenlerle, bunları gerçekleştirme arasında aracılık rolü üstlenmekte ve bu rolüyle psikolojik danışma sürecinin en önemli faktörlerinden birini oluşturmaktadır. Bandura'ya (1986: 1997) göre yüksek özyeterlik inancına sahip öğrenciler daha yüksek öğrenme hedefleri belirler ve bu hedeflere ulaşmak için daha fazla motivasyona ve kararlılığa sahiptir. Benzer biçimde Larson ve Daniels'e (1998) göre danışmanlık öğrencilerinin danışma süreciyle ilgili yeterlik algıları, onların daha fazla çaba göstermesine ve yaşadıkları zorluklarla daha iyi başa çıkmalarına yol açmaktadır. Bu ise sağlayacakları danışma hizmetinin niteliğini büyük ölçüde etkilemektedir (Bradley ve Fiorini, 1999). Ayrıca psi-

kolojik danışma öz-yeterliği psikolojik danışman adaylarının kariyer hedefleri, mesleki bağlılık ve doyumları açısından da önemli bulunmaktadır (Larson vd., 1992). Sosyal Bilişsel Kurama göre, öğrencilerin özyeterliklerini oluşturan dört bilgi kaynağı bulunmaktadır (Bandura, 1986): *Başarılı performans deneyimleri*, bireylerin daha önce karşılaştıkları benzer bir görevle ilgili geçmiş deneyimlerini ifade etmektedir ve geçmişteki başarılı görevlerin, bireylerde gelecekte de başarılı olacaklarına dair yargıları güçlendirdiği düşünülmektedir. *Gözlem deneyimleri*, dolaylı deneyimler olarak adlandırılır ve bireylerin diğer bireyleri benzer görevleri başarılı bir biçimde gerçekleştirirken izlemesi olarak tanımlanabilir. Söz konusu gözlemin bireyin benzer işi kendisinin de başarabileceğine dair yargısını güçlendireceği düşünülmektedir. Geri bildirimler *sözel ikna* olarak da adlandırılır ve bireyin belirli bir görevi gerçekleştirebileceğine yönelik ikna, teşvik, cesaretlendirme gibi olumlu geri bildirimleri içerir. Son olarak *fiziksel-psikolojik durumlar*, bireylerin belirli bir görevi gerçekleştirirken yaşadıkları fiziksel ve duygusal tepkileri değerlendirmeleri ve bu tepkilerden yola çıkarak sonuca yönelik öngörülerde bulunmalarını ifade etmektedir. Görev sırasında ortaya çıkan olumlu duygulanımlar özyeterlik yargılarını güçlendirirken, olumsuz duygulanımlar bu yargıları zayıflatmaktadır. Özyeterlilikte etkili olan bu bilgi kaynakları değerlendirildiğinde, başarılı deneyim, gözlem ve geri bildirimlerin çevresel; psikolojik durumların ise *bireysel psikolojik* özellikler olarak iki çalışma başlığını oluşturduğu söylenebilir. Bu ayrımın önemi, bireyin yaşadığı yetersizlik inancının benliğinden ya da sosyal-çevresel ortamdan kaynaklanabileceği düşüncesidir (Bandura, 1977). Bu düşünceden hareketle dünyaya ilişkin genel algının bireyin öz yeterlik inancına etki edebilecek önemli bir psikolojik faktör olduğu öne sürülebilir.

Temellerini, erken gelişim dönemi yaşantılarının yetişkin yaşama genellenmesine yönelik bakış açısından alan dünyaya ilişkin varsayımlar yaklaşımı, Bowlby'nin bağlanma kuramı ya da Erikson'ın psikososyal gelişim modelinde öne sürdüğü temel güven duygusunun kazanılması ve içselleştirilmesi sürecine göndermede bulunmaktadır. Birçok kişilik kuramı sağlıklı bir benlik duygusunun oluşumunda erken çocukluk döneminde algılanan güvenli bir çevresel ortamın önemini vurgulamaktadır. Güvenli çevresel ortamsa, özellikle bakım veren figürlerle yakın, etkileşime ve uyaran alışverişine dayalı ilişkiler aracılığıyla oluşmaktadır (Örn; Horney, 1937, 1939; Sullivan, 1940; Erikson, 1950; Fairbairn, 1952; Erikson, 1968; Bowlby, 1969). Bireylerin güvenli bir benlik duygusu oluşumunda yakın çevresiyle etkileşimine verilen bu önemden yola çıkarak dünyaya ilişkin varsayımları şekillendiren en önemli etmenin yakın çevresel faktörler olduğu söylenebilir. Güven veren, yakın ve karşılıklı uyaran değişimlerine dayalı bir çevrede birey, kendinin sevebilir ve değerli olduğuna dair bir benlik modeli, diğerlerinin ise güvenilir ve temelde iyi olduğuna

dair bir başkaları modeli geliştirecektir. Söz konusu başkaları modeli, dünyaya ve genel olarak insanlara dair olumlu varsayımlarımızın temelini oluşturmaktadır. Erken çocukluk yılları boyunca olumlu bir çevresel ortam dünyaya ilişkin olumlu varsayımlara yol açmakta, bu ise özyeterliliği güçlendirmektedir.

Dünyaya ilişkin varsayımlar, kişinin etkin işlev ortaya koyabilmesi için kendisi ve dünyaya ilişkin beklentiler sağlayan, zaman içinde gelişen temel bir kavramsal sistemdir. Dünyaya ilişkin varsayımlar kavramı ilk olarak Parkes (1971: 1975) tarafından ortaya atılmıştır ve fark etmek, planlamak ve harekete geçmek amacıyla kullanılan dünya ile benlik hakkındaki güçlü varsayımlar olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu kavram zamanla Janoff-Bulman (1989) tarafından geliştirilerek bilişsel bir şema olarak kavramsallaştırılmıştır. Tüm bilişsel şemalarda olduğu gibi, dünyaya ilişkin varsayımlar da bireylerin yaşadıkları deneyimler aracılığıyla gelişmekte ve yeniden düzenlenmektedir. Temel Varsayımlar Modeli'nde, kişinin sahip olduğu temel varsayımlardan, *Dünyanın İyiliği Varsayımı*, kişinin dünyayı olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirme derecesini içermektedir ve temelde iki varsayımdan oluşmaktadır: kişisel olmayan dünyanın iyiliği (benevolence of the impersonal world) ve insanların iyiliği (benevolence of people). Bireyin kendisinin dışındaki dünyanın iyiliğine inanç düzeyi ne kadar yüksekse, dünyanın iyi bir yer olduğu ve bu dünyada kötülüklerin az olduğuna olan inanç o derece güçlüdür. Benzer şekilde, insanların iyi olduklarına dair inanç, insanların temelde iyi, yardımsever ve kibar olduğuna yönelik inançla eşgüdümlüdür (Janoff-Bulman, 1989: 1992).

Dünyaya ilişkin varsayımlarla özyeterlik arasındaki ilişkinin erken çocukluk yıllarındaki temellerine yapılan vurgunun yanı sıra, sonraki yıllarda bu ilişkiyi belirleyen farklı faktörler de ortaya çıkmaktadır. Bandura'nın (1977) çevresel ve psikolojik özyeterlik kaynakları göz önüne alındığında, çevresel faktörlerin bireylerin dünyaya ilişkin varsayımlarını ve özyeterlik inançlarını yalnızca çocukluk yaşantıları ile değil, sonraki yaşam olayları ile de etkilediği anlaşılmaktadır. Janoff-Bulman'a (1989) göre bireyler dünyayı ve insanları olumlu değerlendirme eğilimindedir, ancak yaşadıkları olumsuz olaylar onların iyilik varsayımlarını azaltmakta yani, insan doğasına yönelik olumlu şemaları olumsuz hale gelmektedir. Bireylerin şemalarındaki bu farklılaşma ise yalnızca dünyayı değerlendirmelerini etkilememekte, aynı zamanda onların özyeterlik inançlarını, depresif eğilimlerini ve şüphecilik eğilimlerini de etkilemektedir. Dünyaya ilişkin varsayımlara yönelik araştırmalar da bu bakış açısını destekler niteliktedir. Olumlu dünya varsayımı psikolojik iyi oluş (Poulin, Cohen ve Silver, 2008), etkili başa çıkma, iyimserlik (Hayes ve Weathington, 2007), özyeterlik, benlik saygısı ile olumlu yönde, kaygı, sınav kaygısı, tükenmişlik ile ise olumsuz yönde ilişkili bulunmuştur (Icekson ve Pines, 2013). Çevresel bir fak-

tör olarak dünyanın iyiliği varsayımının özyeterlik inancında etkili olmasının ötesinde, danışman özyeterliği için daha da önemli bir rolü olduğu düşünülmektedir. İnsan doğasının temelde olumlu özelliklerden oluştuğuna yönelik bir inanç, danışman adaylarının hem danışanlarına yönelik daha yüksek bir güven hem de yardım sürecinin başarıya ulaşma olasılığına dair daha yüksek bir beklentiye sahip olmalarını sağlayabilir. Danışman adaylarının bahsedilen bu bakış açıları danışman özyeterlik inançlarının yüksek olmasına yol açabilir.

Özyeterliği belirlemede önemli psikolojik faktörlerden biri de benlik değerlendirmeleridir. Yani, bireylerin özyeterliklerinde kendileri ve becerileriyle ilgili doğru değerlendirmelerde bulunabilmelerinin önemli bir rolü bulunmaktadır (Bandura, 1986). Danışman özyeterliği ile özbilince ilişkin mekanizmaları işaret eden kendini tanıma, kendi üzerinde düşünme ve benlik değerlendirme becerileri arasında yüksek düzeyde ilişkinin varlığını gösteren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Larson ve Daniels, 1998; Schunk ve Ertmer, 1999; Al-Darmaki, 2004). Benlik değerlendirmesi bağlamında özellikle varoluşçu/humanistik bakış açısının ve son yıllarda pozitif psikolojinin katkısıyla öne çıkan kavramlardan biri *otantiklik*dir. Kişinin kendisi olması ya da gerçek benlik (true self) olarak da bilinen otantiklik, hümanistik/psikodinamik (Horney, 1951; Rogers, 1959), pozitif psikoloji (Sheldon vd., 1997; Deci ve Ryan, 2000; Ryan, LaGuardia ve Rawsthorne, 2005) varoluşçu yaklaşımların temel kavramlarından biridir (Yalom, 1980). Farklı kuramsal yaklaşımların farklı tanımları olmakla birlikte Kernis'e göre (2003) otantiklik kavramı, bireyin günlük ilişkilerinde gerçek ya da öz benliğini özgür bir şekilde ortaya koyması olarak tanımlanmaktadır (İlhan ve Özdemir, 2013). Yani, otantiklik bireylerin kendi gerçek benlikleri ile ne derecede bağlantı kurabildikleri ve farklı durumlarda ne derecede gerçek benliklerine göre hareket edebildiklerini ifade eden bir kavramdır (Deci ve Ryan, 1985; Rogers, 1961). Rogers otantikliği, tam işlevde bulunan insanın özellikleri arasında göstermektedir. Birey merkezli düzende otantiklik birbiri ile uyumlu üç parçalı bir yapı olarak tanımlanır. Birinci düzey bireyin temel deneyimleri, ikinci düzey bilinçli farkındalığı, üçüncü düzey ise davranış ve iletişimi kapsar. Kişinin gerçek deneyimleri ile bilinçli farkındalık düzeyleri arasındaki çatışma otantikliğin ilk yönü olan *kendine yabancılaşma* (self-alienation) yönünü oluşturur. Diğer bir deyişle kişinin kendi değer ve inançları ile uyum içinde yaşamaması anlamına gelmektedir. Kişinin deneyimleri ile davranışları arasındaki ahenk, *otantik yasama* (authentic living) yönünü oluşturur. Otantik yaşama fizyolojik konum, duygu, inanç ve bilişlerin davranış ile tutarlı olması durumudur. Üçüncü yön ise, diğerlerinin inanç ve beklentilerinden ne derece etkilenildiğini yansıtmaktadır. İnsanlar sosyal varlıklardır ve bu nedenle tüm otantik yasama ve kendine yabancılaşma yönleri sosyal çevreden etkilenir. Üçüncü yön olan *dissal etkilenme* (accepting external

influence) kendine yabancılaşma ve otantik yasama ile ilgili tüm duyguları etkilemektedir (Wood vd., 2008). Otantiklik, benlik için güdüleyici bir güçtür (Gecas 1986: George 1998: Franzese 2007: Vannini ve Burgess, 2016) Söz konusu güdüleyicilik özelliği ile otantikliğin, özyeterlik ve benlik saygısıyla yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir (Gecas 1986). Buna göre bireyin gerçek benliğine yaklaştıkça, benlik farkındalığı artacak, kendini daha iyi tanıyacak, böylece daha gerçekçi ve kendine uygun hedefler koyacak, ayrıca hedeflerine ulaşmak ve başarılı olmak konusunda daha fazla çaba gösterecektir (Goldman ve Kernis, 2002: Lakey vd. 2008). Örneğin Vannini ve Burgess (2016) çalışmalarında araştırmacıların kendi değer ve tercihlerine uyumlu projeler seçip onları başararak otantiklik duygularını sürdürdüklerini bulmuştur. Turner (1976) bireyin gerçek benliğini ortaya çıkaran davranışların, durumsal faktörlerden ziyade, bireyiçi faktörlerden kaynaklandığını öne sürmektedir. O halde otantik yaşadığına inanan danışman adaylarının aldıkları eğitimle gerçek değer ve arzularının uyduğu bu durumun ise danışman adaylarının mesleki özyeterlik inançlarına olumlu bir katkıda bulunduğu düşünülebilir.

Webb ve Ashton (1987) öğretmen adaylarıyla yaptığı çalışmada diğer bazı faktörlerin yanı sıra, kendine yabancılaşmanın da özyeterlik inançlarını zayıflattığını bulmuştur. Buna paralel olarak bireyin başarılı bir biçimde gerçekleştirdiğini düşündüğü bir etkinlikten aldığı hazzın onun özyeterlik inancını arttırırken, yapılan işle ilgili yaşanan yüksek kaygı ve stresin özyeterlik inançlarını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Tschannen-Moran ve Woolfolk-Hoy, 2007). Görgül çalışmalar, otantiklik düzeyi attıkça olumlu duygulanımın, öznel iyi oluşun ve yaşam doyumunun artıp stresin düştüğünü ortaya koymaktadır (Goldman ve Kernis, 2002: Wood vd.,2008: Lenton vd., 2013). Buradan yola çıkarak, otantik yaşayan ve kendine yabancılaşması düşük danışman adaylarının yaptıkları işi keyif ve olumlu duygulanımla özdeşleştirdiklerinden daha güçlü bir danışman özyeterliğine sahip olacakları, aksine yüksek yabancılaşma ve otantik olmayan yaşamın danışman adaylarında düşük bir özyeterlik inancına yol açabileceği söylenebilir. Diğer yandan Moore ve Esselman'a (1992) göre bireylerin çalışma yaşamlarıyla ilgili kararlarda söz hakkı olması onların mesleki özyeterlik inançlarını olumlu yönde etkilemektedir. Bireyin bağımsız karar vermesi ve yaşamıyla ilgili kararlarda söz sahibi olması aslında gerçek benliğiyle davranışları arasındaki tutarlığın yüksek olması, kendine yabancılaşmanın düşük olması ve dışsal etkilere daha az maruz kalması anlamına gelmektedir. Otantikliğin üç boyutuna göndermede bulunan bu bakış açısında hareketle, özellikle dışsal etkiye açıklığın düşük olmasının danışman adaylarının özyeterlik inançlarına katkıda bulunacağı söylenebilir. Ayrıca Bandura'ya (1997) göre, öğrenim süreci içerisinde çok fazla dışsal desteğe ihtiyaç duyan bireylerin özyeterlik inançları zayıflamaktadır. Bu da özellikle



danışman adaylarında otantikliğin dışsal etki boyutu ile özyeterlik inancı arasında olumsuz yönde bir ilişki olabileceğine dair beklentiyi güçlendirmektedir. Yüksek danışman özyeterliliğine sahip öğrencilerin, danışma bilgi ve becerilerini edinmede daha başarılı oldukları bulunmuştur (Larson vd., 1992; Daniels, 1997; Tang vd., 2004). Dolayısıyla öğrencilerin danışman özyeterliklerini yordamada hangi faktörlerin etkili olduğunu anlamak, psikolojik danışma uygulamalarının etkililiğini arttırmak için önemli görülmektedir. Danışman özyeterliliği ile otantiklik ve iyilik varsayımı arasındaki ilişkilere yönelik sözkonusu bakış açısından hareketle bu araştırmada; Psikolojik Danışmanlık öğrencilerinin danışman öz yeterliliklerini yordamada otantiklik, yabancılaşma, etkilenme ve iyilik varsayımının rolü nedir? sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır.

## YÖNTEM

### Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, İstanbulda bulunan iki devlet üniversitesinin Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim dalında lisans eğitimi görmekte olan üçüncü (N=123) ve dördüncü (N=195) sınıf öğrencilerinden, araştırmaya katılmaya gönüllü olan 318 kişi olarak belirlenmiştir. Katılımcıların yaşları 19 ile 25 arasında değişmektedir ( $\bar{x} = 21,6$ ) ve 61 erkek, 251 kadın öğrenciden oluşmaktadır.

### Ölçme Araçları

**Danışman Öz-Yeterlik Ölçeği:** Danışman öz-yeterlik ölçeği (DÖYÖ; Melchert vd.,1996) bireysel, grupla danışma ve terapi uygulamalarına dair bilgi, beceri ve yeterliklerle ilgili 20 madde içermektedir. Beşli likert tipinde olan DÖYÖ'nin iç tutarlılık katsayısı .91, test tekrar test güvenirliliği ise .85 olarak bildirilmiştir. Danışmanlık öğrencileriyle yapılan başka bir çalışmada içsel tutarlılık katsayısının, Cronbach alpha = .96 olduğu saptanmıştır (Mullen vd., 2015). DÖYÖ'nin Türkçe uyarlaması Demir ve İşmen Gazioğlu (2013) tarafından yapılmıştır. Türkçe uyarlama çalışmasında altı madde (3, 5, 6, 14, 15, 16) düşük faktör yükleri nedeniyle elenmiştir. Kalan 14 madde toplam varyansın %60.76'sını açıklamaktadır. Faktör yükleri .62 ile .81 arasında değişmektedir. İçsel tutarlılık katsayısının, Cronbach alpha = .84 olduğu saptanmıştır. DÖYÖ'nin puanları 14 ile 70 arasında değişmektedir. Yedi madde tersine puanlanmaktadır (1, 2, 4, 5, 10, 12, 14), yüksek puan yüksek yetkinliği göstermektedir.

**Dünyaya İlişkin Varsayımlar Ölçeği (İyilik Varsayımı Alt Boyutu):** Bu ölçme aracı travmatik olaylar yaşayan kişilerin temel varsayımlarını anlayabilmek için, Janoff-Bulman (1989) tarafından geliştirilmiştir. DİVO, 32 madde içeren



ve 6'lı Likert tipi bir ölçektir. Orijinal ölçekte, her biri dünyaya ilişkin bir varsayımı temsil eden yedi alt boyut yer almaktadır. Bu boyutlar, dünyanın iyiliği, adalet, olayların kontrol edilebilirliği, rastlantısallık, kendilik değeri, yaşam üzerinde kişisel kontrol ve şans şeklindedir ve iç tutarlılıkları .66 ile .76 arasında değişmektedir. Bu ölçme aracından alınan puanların yükselmesi, kişinin dünyaya ilişkin varsayımlarının daha olumlu olduğu anlamına gelmektedir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Yılmaz (2008) tarafından yapılmıştır. DİVO tam ölçek olarak kullanıldığı gibi bazı araştırmacılar boyutları ayrı ayrı da kullanmaktadırlar (Örn; Herek, Gillis ve Cogan, 1999). Bu çalışmada kullanılan "iyilik varsayımı alt boyutu" dünyanın iyiliği ve insanların iyiliği varsayımlarının bir arada ele alındığı 6 maddeden oluşmaktadır. Bu altı maddenin faktör yükleri .43 ile .78 arasında değişmektedir. Bu boyutun iç tutarlık katsayısı Cronbach alpha = .58 olduğu, test tekrar test güvenilirliğinin ise .54 olduğu saptanmıştır. Bu çalışmada Cronbach alpha = .84 olarak saptanmıştır.

**Otantiklik Ölçeği:** Wood ve diğerleri (2008) tarafından geliştiren ölçeğin Türkçe uyarlaması Gül (2010) tarafından yapılmıştır. Orijinali 7'li likert tipinde olan ölçek 25 maddeden oluşmaktadır. Uyarlama çalışması sırasında düşük faktör yükleri nedeniyle 13 madde elenmiştir. Kalan 12 madde, orijinal ölçekle tutarlı biçimde kendine yabancılaşma (9, 8, 11, 2), dışsal etkilenme (5,12, 10, 1) ve otantik yaşama (4, 6, 7, 3) olmak üzere 3 boyutu bulunmaktadır. Üç faktör birlikte toplam varyansın % 58,18'ini açıklamıştır. Bu boyutların Cronbach Apha katsayıları sırasıyla, .79, .69, ve .68'dir.

**Demografik Bilgi Formu:** Öğrencilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, öğrenim görmekte oldukları üniversitenin adı ve AGNO'larıyla ilgili bilgi toplamak için kullanılmıştır.

## VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analizine geçilmeden önce, normallik varsayımı için çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanmış ve kabul edilebilir oldukları bulunmuştur. Sonraki aşamada veriler, aykırı değerler açısından incelenmiş ve herhangi bir aykırı değer olmadığı görülmüştür. Son olarak Tolerans ve VIF değerleri incelenerek çoklu bağlantı problemi olup olmadığı test edilmiştir. Analizler sonucunda, VIF değerlerinin 1,1 ile 1,7 arasında, tolerans değerlerinin ise 0,57 ile 0,87 arasında değiştiği ve çalışmanın değişkenleri arasında herhangi bir çoklu bağlantı problemi olmadığı görülmüştür. Araştırmada değişkenler arası olası ilişkileri incelemek amacıyla Pearson Çarpım Momentler Korelasyon Katsayıları hesaplanmış, ardından danışman öz yeterliklerini yordama da otantiklik, yabancılaşma, etkilenme ve iyilik varsayımının rolünü anlamak amacıyla çok yönlü regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon analizine geçmeden önce,

öğrencilerin yaş, cinsiyet ve ağırlıklı not ortalamalarından oluşan demografik değişkenlerle özyeterlik inançları arasında anlamlı istatistiksel ilişkiler olup olmadığını anlamak amacıyla söz konusu değişkenler korelasyon analizine dahil edilmiştir. Özyeterlik inançlarının demografik değişkenler açısından farklılık gösterdiğini gösteren az sayıda çalışma bulunmaktadır ve genel olarak danışman özyeterliği araştırmalarında cinsiyet, yaş ve not ortalaması açısından farklılık kaydedilmemektedir. (Wester ve Vogel, 2002; Pamukçu, 2011). Bu gerekçeyle bu çalışmada, demografik değişkenlerin etkisine yönelik bir hipotez öne sürmektense, korelasyon analizinde ortaya çıkan sonuçlara göre regresyon modeline kontrol değişkeni olarak dahil edilip edilmeyeceğine karar verilmiştir. Araştırmada tüm işlemler SPSS 21 aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada ilk olarak danışman adaylarının danışman özyeterliği, otantik yaşam, kendine yabancılaşma, dışsal etkiye açıklık ve iyilik varsayımı ile yaş, cinsiyet (dummy olarak kodlanmıştır) ve AGNO arasındaki ilişkileri inceleyebilmek için Pearson çarpım momentler korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, danışman özyeterliği ile kendine yabancılaşma ve dışsal etkiye açıklık arasında olumsuz yönde anlamlı bir ilişki bulunurken ( $p<.001$ ), otantik yaşama ve iyilik varsayımı arasında olumlu yönde anlamlı ilişkiler ( $p<.001$ ) saptanmıştır. Ayrıca danışman özyeterliği ile cinsiyet, yaş ve ağırlıklı not ortalaması arasında herhangi bir anlamlı ilişki bulunmamıştır ( $p>.05$ ) (Tablo 1).

**Tablo 1:** Ortalama Standart Sapma ve Değişkenler Arası ilişkiler

	X	SS	1	2	3	4	5	6	7
DÖY	48,80	7,37	-,48**	-,38**	,38**	,26**	,03	,04	,02
Yabancılaşma (1)	10,90	5,73		,59**	-,37**	-,26**	-,19**	-,04	-,07
Etkilenme (2)	11,86	5,43			-,28**	-,08	-,11*	-,05	,03
Otantik (3)	22,31	3,59				,30**	,08	-,003	-,04
İyilik Varsayımı (4)	25,84	5,91					-,04	,06	-,01
Cinsiyet (5)								-,25**	,37**
Yaş (6)	21,58	,95							-,23**
AGNO (7)	3,11	,37							

\* $p<.05$ ; \*\* $p<.001$

Değişkenler arasında tespit edilen ilişkilerin ardından, araştırmanın ikinci aşamasında danışman öz yeterliklerini yordama da otantiklik, yabancılaşma, etkilenme ve iyilik varsayımının rolünü anlamak amacıyla hiyerarşik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ilk aşamasında yapılan Pearson Çarpım Momentler Korelasyon katsayısı bulgularına göre bu araştırmada demografik değişkenlerle danışman özyeterliği arasında istatistiksel olarak anlamlı

bir ilişki saptanmadığından, söz konusu değişkenlerin regresyon modeline dahil edilmemesine karar verilmiştir.

**Tablo 2:** Danışman Özyeterliliğini Yordayan Değişkenlerin Hiyerarşik Regresyon Analizi

	B	SE B	$\beta$
Yabancılaşma	-,376	,080	-,292**
Etkilenme	-,190	,081	-,140*
Otantiklik	,404	,108	,197**
İyilik Varsayımı	,135	,063	,109*
$R^2$		.29	
F		32.6**	

Analiz sonuçlarına göre otantikliğin alt boyutları olan Kendine yabancılaşma, Dışsal Etkiye Açıklık ve Otantik Yaşama ile İyilik Varsayımının birlikte model içinde özgün katkısının istatistiksel olarak manidar olduğu saptanmıştır ( $R^2=.29$ ,  $F(4/313)=32,6$ ,  $p<.001$ ). Hiyerarşik regresyon analizinde tüm değişkenlerin modele katılması ile açıklanan toplam varyans oranı %29 olarak belirlenmiştir (Tablo 2).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma sonucunda, danışman adaylarının danışmanlık kapasitelerine ilişkin bilişsel yargılamaları içeren danışman öz yeterliliklerinin otantikliğin alt boyutları olan kendine yabancılaşma, dışsal etkiye açıklık ve otantik yaşama ile iyilik varsayımı tarafından yordandığı saptanmıştır. Bu çalışmaya benzer biçimde, otantiklik ile sosyal özyeterlik arasındaki ilişkilerin ele alındığı çalışmalarda Satıcı, Uysal ve Akın (2013), sosyal özyeterliliğin otantik yaşama ile olumlu, yabancılaşma ve etkilenme ile olumsuz yönde ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Yapılan araştırma sonucunda, bireylerin duygu ve düşünceleri ile davranışları arasındaki tutarlılık ve uyuma işaret eden otantik yaşama ile danışman özyeterliliği arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Otantiklik dört bileşen içerir. Bunlar; farkındalık, tarafsız (ön yargısız-unbiased) süreçleme, davranış ve ilişkisel yönelimdir. Farkındalık, bireyin özle ilgili dürtülerine, hislerine, isteklerine özle ilgili bilişlerine yönelik farkındalığa sahip olmasıdır. Başka bir ifadeyle, bireyin güçlerinin zayıflıklarının ve bunların davranışları üzerindeki etkilerinin farkında olmasıdır. Tarafsız süreçleme ise kişinin olumlu-olumsuz yönlerini, tutumlarını, niteliklerini ve kapasitesini değerlendirmedeki objektifliğini yansıtır. Üçüncü bileşen ise, davranıştır. Kuramsal olarak otantik davranışlar dışsal amaçların tersine, öz belirleme, otonomi ve seçim içerirler.

Dördüncü bileşen ise kişinin yakın ilişkilerine değer vermesi, açık ve güvenilir olmasıyla ilgilidir. Görüldüğü gibi otantiklik kavramının farkındalık ve tarafsız süreçleme bileşenleri doğrudan kişinin sahip olduğu kapasite ve bu kapasiteyi objektif olarak değerlendirmesiyle ilgili olduğundan otantiklik, danışman öz yeterliliğini yordamada katkı sağlamış olabilir. Ayrıca, psikolojik danışma eğitiminin önemli bir kısmı, temel bir psikolojik danışma ilkesi olarak bireyin gerçek benliğiyle uyumlu yaşamasına atıfta bulunmaktadır. Özellikle psikolojik danışma eğitiminin temel yapıtaşını oluşturan varoluşçu/hümanistik bakış açısı, bireylerin yaşadıkları sorunların büyük ölçüde gerçek benlikleriyle bağ kuramamaları ve bu nedenle anlamlı yaşam deneyimleri oluşturamamalarından kaynaklandığını öne sürmektedir (Rogers, 1959, 1964, 1980; Yalom, 1980: May, 1981). Ülkemizde verilen danışmanlık eğitime hakim olan bu vurgunun, otantik yaşama düzeyi yüksek olan öğrencilerin psikolojik danışman olarak kendilerini daha yeterli algılamalarına yol açtığı düşünülebilir.

**Yabancılaşma:** Kisinin gerçek deneyimleri ile bilinçli farkındalık düzeyleri arasındaki çatlama olarak tanımlanan yabancılaşma ile danışman özyeterliliği arasında negatif bir ilişki olduğu görülmektedir. Seeman'a (1959) göre yabancılaşma, bireyin kendisini algılaması ve davranışları açısından oluşturulmuş beş ayrı kategoride ele alınabilir. Bunlar (1) Güçsüzlük (2) Anlamsızlık (3) Normsuzluk (4) Yalıtılmışlık ve (5) Kendine yabancılaşma şeklindedir. *Güçsüzlük*, bireyin kendi davranışının istediği sonuçları elde edemeyeceğine dair olumsuz algılarından, bireyin kendini etkileyen kararları kontrol edememesinden dolayı oluşur, *Anlamsızlık*, bireyin kendi davranışlarını önceden tahmin etmesini kolaylaştıracak şeyleri çözme becerisine sahip olamamasından kaynaklanır. Yabancılaşmanın bu iki kategorisi bireyin davranış ve kararları üzerindeki kontrol ve tahmin edilebilirlikle ilgili olduğundan danışman öz yeterliliği ile yabancılaşma arasında negatif bir ilişki bulunmuş olabilir. Yabancılaşma, bireyin kendini doğru biçimde tanıması, değerlendirmesi ve bu değerlendirmeleri yaşamına aktarmasındaki sorunlara işaret etmektedir. Bireylerin düzenli olarak kendilerini değerlendirmeleri ve bu değerlendirmelerin ışığında yaşam hedeflerini ve davranışlarını düzenlemesi özyeterliliğin en önemli psikolojik koşullarından birini oluşturmaktadır (Schunk, 1983: 1996: Zimmerman ve Kitasantas, 1999). Dolayısıyla benlik değerlendirmelerindeki sorunu ifade eden yabancılaşmanın danışman özyeterliliği ile olumsuz bir ilişkisi olması kuramsal açıdan beklendik bir sonuçtur.

**Etkilenme:** Bireyin diğerlerinin inanç ve beklentilerinden ne derece etkilenildiğini yansıtan etkilenme ile danışman özyeterliliği arasında negatif bir ilişki olduğu görülmektedir. Aslında bireylerin diğerlerinden etkilenme derecesi ile onların yabancılaşma ve otantiklik deneyimleri bağlantılıdır. Yani birey ne

kadar diğerlerinin beklenti ve inançlarına göre davranırsa o kadar kendine yabancılaşmış ve otantiklikten uzaklaşmış olacaktır (Schmid, 2005). Diğerlerinin beklentilerden fazlasıyla etkilenen bir danışman adayı, psikolojik danışman olarak sürekli kendi becerilerini sorgulayan, kaygı düzeyi yüksek, alandaki etkililiğinden şüphe eden ve bu nedenle bir danışman adayı olarak kendi içsel kaynaklarına ve etkililik potansiyeline güvenmeyen bir görünümde olabilir. Dolayısıyla bu durum, onun danışman özyeterliliğini olumsuz etkileyebilir. Diğerlerinin kriterlerine göre hedef belirleyen ve kriter oluşturan bir öğrenci, kendini doğru değerlendiremediği, gerçek ihtiyaçlarını, zayıf ve güçlü yönlerini gerçek benliğine göre ortaya koyamadığından, daha fazla başarısızlık algısı ve düşük özyeterlilik algısı yaşamaya beklenebilir.

İyilik varsayımı: İyilik varsayımı ile danışman özyeterliliği arasında olumlu bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Özyeterliliği düşük bireylerin dünyaya ve geleceğe yönelik, özellikle de kendi beceri, başarı ve gelişimlerine yönelik kötümser beklentileri olduğu görülmektedir (Bandura, 1997). Dünyaya ilişkin olumlu varsayımları olan, yani genelde dünyada olumlu olayların olumsuzluklara göre daha sık görüldüğüne inanan bireylerin, kendi çabaları ile olumlu sonuçlar elde edebileceklerine yönelik inançlarının da daha yüksek olduğu söylenebilir. Aksine, dünyada olumsuz olayların sıklıkla görüldüğüne inanan bireyler kendi çaba ve performanslarıyla olumlu bir sonuç alabileceklerine şüpheyle bakarlar yani özyeterliliklerinin de düşük olacağı söylenebilir. Diğer bir deyişle dünyaya ilişkin olumlu varsayımlar bireylerin amaca yönelme ve motivasyon düzeylerini etkilemektedir (Scheier, Carver, ve Bridges, 1994). Bu araştırmadan elde edilen bulgu ile tutarlı biçimde, olumlu beklentileri olan bireyler, gerçekleştirmek istedikleri hedeflere başarıyla ulaşacaklarına dair bir inanca yani özyeterliliğe sahiptir (Luszczynska, Gutiérrez-Doña, ve Schwarzer, 2005). İyilik varsayımı bir yanıyla bireylerin yaşamdaki kırılma ve güçsüzlük duygularını yansıtır. Bireyin bu duygularının, hedef oluşturma, çabalama, zorluklarla başa çıkma gibi öğeleri içeren özyeterlilik üzerinde olumsuz bir etkide bulunduğunu gösteren araştırmalar bulunmaktadır (Casey ve Nurius, 2005). Dünyaya ilişkin olumsuz varsayımlar, bireylerde cezalandırılma duygusuna yol açarak, özyeterlilik algılarını olumsuz yönde etkileyebilirler. Diğer yandan özellikle ruh sağlığı alanında eğitim gören öğrenciler için, dünyanın ve insanların temelde sorunlu olabileceği fikri, onların mesleki olarak kendilerini güçsüz, yetersiz ve başarısız algılamasına ve danışman özyeterliliklerinin düşmesine yol açabilir.

Tartışma kısmının son bölümünde bu araştırmanın sınırlılıkları ele alınacaktır. Bu çalışmaya dair ilk sınırlılık, araştırmaya konu olan değişkenlerin sadece iki sınıf düzeyi açısından ele alınmış olmasıdır. Bir diğer sınırlılık, öğrencile-

rin başarı durumlarının sadece AGNO'ya bağlı olarak değerlendirilmesi yapılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda başarı kavramı AGNO dışında ölçütler açısından ele alınabilir. Çalışmaya konu olan değişkenler, süpervizyon deneyimi, ağırlıklı olarak uygulamalı ya da teorik ders almak, bölümün eğitimsel ve öğretimsel olarak sunduğu olanaklar gibi eğitimsel değişkenler ya da bilişsel şemalar gibi bireye dair düşünme süreçleri açısından incelenebilir. Bu çalışma psikolojik danışmanlık öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir ancak danışman özyeterliliğine katkı sağlayan değişkenlerin alanda çalışan psikolojik danışmanlar açısından da ele alınması konunun daha geniş bir çerçeveden ve farklı deneyimler bağlamında ele alınmasını mümkün kılacaktır. Bu araştırmadan elde edilen bulgular psikolojik danışman yetiştiren akademisyenlere, danışmanlık öz yeterliği yüksek danışmanlar yetiştirebilmek için kendini araştırma ve benlik farkındalığına yönelik becerilerinin geliştirilmesine yönelik eğitim stratejilerini gözden geçirme çağrısı yapmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Al-Darmaki, F.R. (2004). Counselor Training, Anxiety, and Counseling Self-Efficacy: Implications for Training Psychology Students From the United Arab Emirates University. *Social Behavior and Personality*, 32 (5), 429-439.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism In Human Agency. *American Psychologist*, 37, 22-147.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations f Thought And Action: A Social Cognitive Theory*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1989). Regulation of Cognitive Processes Through Perceived Self-Efficacy. *Developmental Psychology*, 25 (5), 729-735.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Bandura, A., Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Gerbino, M. ve Pastorelli, C. (2003). Role of Affective Self-Regulatory Efficacy in Diverse Spheres of Psychosocial Functioning. *Child Development*, 74 (3), 769-782
- Bandura, A. ve Locke, E. A. (2003). Negative Self-Efficacy and Goal Effects Revisited. *Journal of Applied Psychology*, 88 (1), 87-99.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and Loss*, vol. 1: Attachment. London: Hogarth.
- Bradley, C. ve Fiorini, J. (1999). Evaluation of Counseling Practicum: National Study of Programs Accredited by CACREP. *Counselor Education and Supervision*, 39, 110-119.
- Casey, E.A. ve Nurius, P. S. (2005). Trauma Exposure and Sexual Revictimization Risk: Comparisons Across Single, Multiple Incident, and Multiple Perpetrator Victimization. *Violence Against Women*, 11, 505-530.
- Daniels, J. A. (1997). *The influence of performance feedback and causal attributions upon ratings of counseling self-efficacy*. Unpublished doctoral dissertation, University of Nebraska, Nebraska.
- Deci, E.L. ve Ryan, R.M (1985). The General Causality Orientations Scale: Self-Determination in Personality. *Journal of Research in Personality*, 19, 109-134.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). The “ What” And “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and The Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268.



- Demir, İ, İşmen Gazioğlu, E. (Eylül 2013). *Theoretical Orientation of Counselor Trainees in terms of Personal, Vocational and Experiential Factors*. IAC World Conference. Counseling and Technology Use: Real Lives Virtual Contexts. Boğaziçi University, İstanbul'da sunulan bildiri
- Erikson, E. (1950). *Childhood and Society*. New York: Norton.
- Erikson, E. (1968). *Identity: Youth and Ccrisis*. New York: Norton.
- Fairbairn, W. R. D. (1952). *An Object-Relations Theory of the Personality*. New York: Basic Books.
- Franzese, A. T. (2007). *To Thine Own Self Be True? An Exploration of Authenticity*. Unpublished Doctoral dissertation, Duke University, North Carolina.
- Gecas, V. (1986). The Motivational Significance of Self-Concept for Socialization Theory. E. Lawler (Ed.), *Advances in Group Processes* içinde (ss.131-156). New York: JAI Press.
- George, L. (1998). Self and Identity in Later Life: Protecting and Enhancing the Self. *Journal of Aging and Identity*, 3, 133-52.
- Goldman, B. M. ve Kernis, M. H. (2002). The Role of Authenticity in Healthy Psychological Functioning and Subjective Well-Being. *Annals of the American Psychotherapy Association*, 5 (6), 18-20.
- Gül, A. (2010). *Benlik Düzenleme Odakları, Otantiklik ve İlişiksel/Özerk Benlik Ketlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Hayes, C. T. ve Weathington, B. L. (2007). Optimism, Stress, Life Satisfaction, and Job Burnout in Restaurant Managers. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 141, 565-579.
- Herek, G. M., Gillis, J. R. ve Cogan, J. C. (1999). Psychological Sequelae of Hate-Crime Victimization Among Lesbian, Gay, and Bisexual Adults. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 67 (6), 945-955.
- Horney, K. (1937). *The Neurotic Personality of Our Time*. New York: Norton.
- Horney, K. (1939). *New Ways in Psychoanalysis*. New York: Norton.
- Horney, K. (1951). *Neurosis and Human Growth*. London: Routledge.
- Icekson, T. ve Pines, A. M. (2013). Positive Perception: A Three Dimensional Model and A Scale. *Personality and Individual Differences*, 54 (2), 180-186.
- İlhan, T.ve Özdemir, Y. (2013). Otantiklik Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (40), 142-153.
- Janoff-Bulman, R. (1989). Assumptive Worlds and The Stress of Traumatic Events: Applications of The Schema Construct. *Social Cognition*, 7 (2), 113-136.

- Janoff-Bulman, R. (1992). *Shattered Assumptions: Towards a New Psychology of Trauma*. New York: Free Press.
- Kernis, M. H. (2003). Toward A Conceptualization of Optimal Self-Esteem. *Psychology Inquiry*, 14, 1-26.
- Lakey, C. E., Kernis, M. H., Heppner, W. L.ve Lance, C. E. (2008). Individual Differences in Authenticity and Mindfulness As Predictors of Verbal Defensiveness. *Journal of Research in Personality*, 42 (1), 230-238.
- Larson, L. M.ve Daniels, J. A. ( 1998). Review of the Counseling Self-Efficacy Literature. *The Counseling Psychologist*, 26, 179-218.
- Larson, L. M., Suzuki, L. A., Gillespie, K. N., Potenza, M. T., Bechtel, M. A.ve Toulouse, A. L. (1992). Development and Validation of the Counseling Selfestimate Inventory. *Journal of Counseling Psychology*, 39, 105-120.
- Lenton, A. P., Bruder, M., Slabu, L.ve Sedikides, C. (2013). How Does “Being Real” Feel? The Experience of State Authenticity. *Journal of Personality*, 81 (3), 276-289.
- Luszczynska, A., Gutiérrez-Doña, B.ve Schwarzer, R. (2005). General Self-Efficacy in Various Domains of Human Functioning: EvidenceFfrom Five Countries. *International Journal of Psychology*, 40 (2), 80-89.
- May, R. (1981). *Freedom and Destiny*. New York: Norton
- Melchert, T. P. Hays, V. L. Wiljanen, L. M.ve Kolocek, A. K. (1996). Testing Models of Counselor Development with a Measure of Counseling Self-Efficacy. *Journal of Counseling and Development*, 74, 640-655.
- Moore, W.ve Esselman, M. (April 1992). *Teacher Efficacy, Power, School Climate and Achievement: A Desegregating District’s Experience*. Annual Meeting of the American Educational Research Association, SanFrancisco’da sunulan bildiri.
- Mullen, P. R., Uwamahoro, O., Blount, A. J.ve Lambie, G. W. (2015). Development of Counseling Students’ Self-Efficacy During Preparation and Training. *The Professional Counselor*, 5 (1), 175-184.
- Pamukçu, B. (2011). *The Investigation of Counseling Self-Efficacy Levels Of Counselor Trainees*. Unpublished master’s thesis. Middle East Technical University, Ankara.
- Parkes, C. M. (1971). Psycho-Social Transitions: A Field of Study. *Social Science and Medicine*, 5, 101-115.
- Parkes, C. M. (1975). What Becomes of Redundant World Models? A Contribution to the Study of Adaptation to Change. *British Journal of Medical Psychology*, 48, 131-137.

- Poulin, M.ve Silver, R. C. (2008). World Benevolence Beliefs and Wellbeing Across the Life Span. *Psychology and Aging*, 23, 13–23.
- Rogers, C. R. (1959). A Theory of Therapy, Personality, and Interpersonal Relationships, as Developed in the Client-Centered Framework. S. Koch (Ed.), *Psychology: A Study of a Science* içinde (Vol. 3, ss. 184-256). New York: McGraw-Hill.
- Rogers, C. R. (1961). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. London: Constable
- Rogers, C. R. (1964). Toward a Modern Approach to Values: The Valuing Process in the Mature Person. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68, 160 –167.
- Rogers, C. R. (1980). *A Way of Being*. Boston: Houghton Mifflin
- Ryan, R. M., LaGuardia, J. G. & Rawsthorne, L. J. (2005). Self-Complexity and the Authenticity of Self-Aspects: Effects on Well-being and Resilience to Stressful Events. *North American Journal of Psychology*, 7, 431–448.
- Satıcı, S. A., Uysal, R.ve Akın, A. (2013). Perceived Social Support as Predictor of Academic Locus of Control. *GESJ: Education, Science and Psychology*, 1(23), 79-86.
- Scheier, M. F., Carver, C. S.ve Bridges, M. W. (1994). Distinguishing Optimism From Neuroticism (And Trait Anxiety, Self-Mastery, And Self esteem): A Reevaluation Of The Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 1063–1078.
- Schmid, P. F. (2005). Authenticity and Alienation: Towards An Understanding of the Person Beyond The Categories of Order and Disorder. S. Joseph ve R. Worsley (Eds.), *Person-centred psychopathology* içinde (ss. 75– 90). Ross-on-Wye, England: PCCS Books.
- Schunk, D. H. (1983). Progress Self-Monitoring: Effects on Children's Self-Efficacy and Achievement. *Journal of Experimental Education*, 51, 89-93.
- Schunk, D. H.ve Ertmer, P. A. (1999). Self-Regulatory Processes During Computer Skill Acquisition: Goal And Self-Evaluative Influences. *Journal of Educational Psychology*, 91, 251–260.
- Schunk. D. H. (1996). Goal and Self-Evaluative Influences During Children's Cognitive Skill Learning. *American Educational Research Journal*, 33, 359-382.
- Seeman, M. (1959). On the Meaning of Alienation. *American Sociological Review*, 24, 783-791.

- Sheldon, K. M., Ryan, R. M., Rawsthorne, L. J. & Ilardi, B. (1997). Trait Self And True Self: Cross-Role Variation In The Big-Five Personality Traits And Its Relations with Psychological Authenticity And Subjective Well-Being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1380–1393.
- Sullivan, H. S. (1940). *Conceptions of modern Psychiatry*. New York: Norton.
- Tang, M., Addison, K. D., LaSure-Bryant, D., Norman, R., O’Connell, W.ve Stewart-Sicking, J. A. (2004). Factors That Influence Self-Efficacy of Counseling Students: An Exploratory Study. *Counselor Education and Supervision*, 44 (1), 70–80.
- Tschannen-Moran, M.ve Woolfolk Hoy, A. (2007). The Differential Antecedents of Self-Efficacy Beliefs of Novice and Experienced Teachers. *Teaching and Teacher Education*, 23, 944 –956.
- Turner, R. (1976). The Real Self: From Institution to Impulse. *American Journal of Sociology*, 81, 989–1016.
- Vannini, P.ve Burgess, J. P. (2016). *Authenticity in Culture, Self, and Society*. London: Routledge.
- Webb, R., ve Ashton, P. (1987) Teacher Motivation and the Conditions of Teaching: A Call for Ecological Reform. Walker, S. ve Barton, L. (Eds.), *Changring Policies, Changing Teachers* içinde (ss. 75– 90). Open University Press: Milton Keynes.
- Wester, S. R.ve Vogel, D. L. (2002). Working with the Masculine Mystique: Male Gender Role Conflict, Counseling Self-Efficacy, and the Training of Male Psychologists. *Professional Psychology: Research and Practice*, 33 (4), 370-384.
- Wood, A. M., Linley, P. A., Maltby, J., Baliouis, M.ve Joseph, S. (2008). The Authentic Personality: A Theoretical and Empirical Conceptualization and the Development of the Authenticity Scale. *Journal of Counseling Psychology*, 55 (3), 385-397.
- Yalom, I. D. (1980). *Existential Psychotherapy*. New York: Basic Books.
- Yılmaz, B. (2008). Dünyaya İlişkin Varsayımlar Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması: Ön Çalışma. *Türk Psikoloji Yazıları*, 11(21), 41-51.
- Zimmerman, B. J.ve Kitsantas, A. (1999). Acquiring Writing Revision Skill: Shifting from Process to Outcome Self-Regulatory Goals. *Journal of Educational Psychology*, 91 (2), 241–250.

# OKUL ÖNCESİ ÖĞRETMENLERİNİN MATEMATİK EĞİTİMİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ: MATEMATİK ÖĞRETİMİ, CİNSİYET FARKLILIKLARI, ÖĞRETMENİN ROLÜ\*

Early Childhood Teachers' Views on Mathematics  
Education: Teaching Mathematics, Gender  
Differences, Teachers Role

Gönderim Tarihi / Received: 04.03.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 02.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.698618>

Feyza TANTEKİN ERDEN<sup>1</sup>

Funda Eda TONGA<sup>\*\*2</sup>

**ÖZ:** Bu çalışmanın amacı, okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik eğitimine ilişkin görüşlerini matematik öğretimi, cinsiyet farklılıkları ve öğretmenin rolü kapsamında incelemektir. Olgu bilim desenine sahip bu nitel çalışmada, 16 okul öncesi öğretmeniyle, erken çocukluk döneminde matematik öğretimi, öğretmenlerin sınıflarında gözlemledikleri matematik performansındaki cinsiyet farklılıkları ve matematik eğitiminde öğretmenin rolüne ilişkin görüşleri hakkında görüşülmüştür. Araştırmacılar tarafından yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Katılımcılara göre gelecekteki akademik başarıyı sağlamak için, matematik, ilk yıllarda günlük yaşam etkinlikleri kullanılarak öğretilmelidir. Katılımcıların bazıları, sınıflarındaki çocukların matematik performanslarında cinsiyet farklılıkları gözlemlediklerini bildirmiş, ancak çoğu sınıflarında bu gibi farklılıklar gözlemlemediklerini ifade etmişlerdir. Araştırmamız, öğrenme ortamını düzenleyerek, cinsiyetçi olmayan materyaller, etkinlikler ve rol modelleme sağlayarak öğretmenlerin, matematik eğitiminde önemli bir rol oynadığını doğrulamaktadır. Bu bulgular doğrultusunda, öğretmenlerin cinsiyet farklılıkları konusunda çocukları gözlemleyerek uygun çevre, materyal ve etkinlikler sağlamaları önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Cinsiyet Farklılıkları, Matematik Eğitimi, Okul Öncesi Eğitim, Öğretmenin Rolü

\* Bu çalışmada yer alan araştırma verileri 2020 yılı öncesinde elde edildiği için çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Prof. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi/Eğitim Fakültesi/Temel Eğitim Bölümü/Okul Öncesi Öğretmenliği, [tfevza@metu.edu.tr](mailto:tfevza@metu.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-6060-1877>

<sup>2</sup> Arş. Gör., Orta Doğu Teknik Üniversitesi/Eğitim Fakültesi/Temel Eğitim Bölümü/Okul Öncesi Öğretmenliği, [edatonga@metu.edu.tr](mailto:edatonga@metu.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0003-3350-9228>

**ABSTRACT:** The purpose of this study is to investigate early childhood teachers' views on mathematics education in the areas of mathematics teaching, gender differences, and teachers' role. In this phenomenological study, 16 early childhood teachers were interviewed and the data obtained through the semi-structured interview form were analyzed by the content analysis method. According to the participants, to ensure future academic success, mathematics should be taught using daily life activities. Some participants reported that they observed gender differences in children's mathematical performances, but most of them stated that they did not observe such differences. Our research confirms that teachers play an important role in mathematics education by organizing the learning environment, providing non-sexist materials, activities and role modeling. Therefore, it is recommended that teachers should provide appropriate environments, materials and activities by observing children on gender differences.

**Keywords:** Early Childhood Education, Gender Differences, Mathematics Education, Teacher Role.

## GİRİŞ

Erken çocukluk dönemi 0- 8 yaş arasını kapsayan, büyüme ve olgunlaşma için beyin (Fisher, 2011), sosyal- duygusal, fiziksel ve dil gelişimi gibi alanlarda önemli ilerlemeler sağlanan bir dönemdir (National Association for the Education of Young Children [NAEYC], 2000). Erken çocukluk dönemi büyüme ve gelişim açısından çok kritik olduğu için, erken çocukluk eğitimi bireylerin sağlıklı büyüme ve gelişiminde hayati rol oynar (Barnett, 1995; Essa, 2003; Fisher, 2011). Alan yazındaki çeşitli çalışmaların da desteklediği gibi, bireylerin erken yıllarda gelişim açısından güçlü ve etkili başlangıçlar yapmaları, bu bireylerin gelecek yıllardaki akademik başarılarını ve sosyal- duygusal gelişimlerini olumlu anlamda etkiler (Barnett, 1985, 1995; Brooks- Gunn, 2003; Duncan ve Magnuson, 2013). Bu nedenle erken çocukluk dönemindeki çocuklara farklı gelişimsel alanlara yönelik etkinlik çeşitleri sunmak, onlara erken yaşam deneyimleri kazandırmak açısından çok değerlidir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2013).

MEB tarafından 2013 yılında hazırlanan Okul Öncesi Eğitim Programı'nda geniş yer kaplayan, çocukların bilişsel gelişimleri başta olmak üzere tüm gelişim alanlarını olumlu anlamda etkileyen etkinlik türlerinden birisi de matematik etkinlikleridir. Günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan matematik sayesinde bireyler fikirlerini sistematik bir şekilde ifade edebilirler (Cross, Woods ve Schweingruber, 2009). Çocukların problem çözme becerilerini desteklemek, çocuklarda matematiğe karşı olumlu bir tutum geliştirmek ve onların neden-sonuç ilişkisi kurmalarına yardımcı olmak, erken çocukluk döneminde matematik eğitiminin amaçlarından bazılarıdır (MEB, 2013; Kandır, Yaşar, Yazıcı, Türkoğlu ve Baydar, 2016). Erken çocukluk döneminde verilen matematik



eğitiminin gelecekteki matematik başarısı için önemli bir temel oluşturduğu, alan yazında yer alan birçok çalışma ile desteklenmiştir (Van de Walle ve Lovin, 2006; Lopez, Gallimore, Garnier ve Reese, 2007; 2010; Seefeldt ve Galper, 2008; Jordan, Kaplan, Ramineni ve Locunaik, 2009; NAEYC, 2010; Bekman, Aksu- Koç ve Erguvanlı- Taylan, 2012).

Erken çocukluk döneminde, matematik etkinliklerinin planlanmasından ve uygulanmasından okul öncesi öğretmenleri sorumludur (MEB, 2013; Kandır vd., 2016). Çocukların erken yaşta matematikle ilgili olumlu deneyimler yaşamaları için sınıf ortamı ilgi çekici hale getirilmeli ve gelişimlerine uygun materyallerle öğrenme desteklenmelidir (Cross vd., 2009; NAEYC, 2010). Erken çocukluk döneminde matematik etkinlikleri, sadece matematik etkinlikleri için ayrılmış süreyle sınırlandırılmamalı, matematiği günlük yaşam deneyimleriyle uyumlu hale getirmek için gün boyu karşılaşılan bütün fırsatlar değerlendirilmelidir (Klibanoff, Levine, Huttenlocher, Vasilyeva ve Hedges, 2006; Linder, Powers- Costello ve Stegelin, 2011). Aynı zamanda, bütünleştirilmiş etkinlikler aracılığıyla, matematiğin diğer alanlarla etkileşimi sağlanmalıdır (Clements ve Sarama, 2004; NAEYC, 2010).

İlgili alan yazın incelendiğinde, bireylerin matematik performanslarında cinsiyet farklılıklarına ilişkin bulgular iki ayrı görüşü destekler niteliktedir. Bazı çalışmaların bulgularına göre, erkekler kadınlara göre matematikte daha başarılı olarak görülürken (Githua ve Mwangi, 2003; Mullis, Martin, Gonzales ve Chrostowski, 2004; Marsh, Martin ve Cheng, 2008; Steffens, Jelenec ve Noack, 2010; Ertl, Luttenberger ve Paechter, 2017); bazı çalışmaların bulgularına göre ise erkeklerin ve kadınların matematik performanslarında cinsiyet açısından bir farklılık görülmemektedir (Else- Quest, Hyde ve Linn, 2010; Reilly, Neumann ve Andrews, 2015). Uluslararası ölçme aracı olarak kullanılan PISA'nın 2018 verilerine bakıldığında, ülkemizde matematik alanında erkek öğrencilerin ortalama puanı 456,51 iken kız öğrencilerin ortalama matematik puanları 450,7 olarak raporlanmıştır (MEB, 2019). Buna ek olarak, kız öğrenciler ile erkek öğrencilerin matematik performanslarındaki fark yaklaşık 9 yıldır benzer düzeyde seyretmiştir (MEB, 2019). Erken çocukluk dönemine bakıldığında ise, erkek ve kız çocukların matematik performanslarında cinsiyet açısından farklılıkların görülmediğini destekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Güven, 1997; Lester, 2007; Polat- Unutkan, 2007). Alan yazında yer alan bu çalışmaların da desteklediği üzere, matematik açısından cinsiyet kalıp yargılarının güncellenmesi ve cinsiyet fark etmeksizin bütün çocuklara matematik ile erken yaşta tanışma imkanının verilmesi gerekmektedir.

Erken çocukluk dönemi, çocukların, çevreden ve etkileşim içinde oldukları insanlardan en çok etkilendiği zaman dilimidir (Gülaçtı, 2012; Çelik ve Kandır,



2013). İlgili alan yazın incelendiğinde, çalışma sonuçları ailenin matematiğe karşı tutumunun, evde sunulan matematik etkinliklerinin ve anne-babanın eğitim durumunun çocukların matematik performanslarını etkilediğine dikkat çekmektedir (Clements ve Sarama, 2004; Starkey, Klein ve Wakelley, 2004; Young- Loveridge, 2004). Ailelerin yanı sıra, alan yazındaki çalışmalar öğretmenlerin görüş ve beklentilerinin de çocukların matematik performanslarını etkilemede önemli rol oynadığını destekler niteliktedir ve bu çalışmalar özellikle cinsiyet kalıp yargıları ve yanlı cinsiyet davranışları ile ilgili olarak seçilmiştir (Eccles ve Jacobs, 1986; Yee ve Eccles, 1988; Meece ve Daniels, 2008; Todor, 2010; Cvencek, Meltzoff ve Greenwald, 2011; Gunderson vd., 2011). Bahsi geçen bütün çalışmaların da desteklediği üzere, okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik eğitimine ilişkin görüşleri, çocukların matematik performanslarını etkilemesi açısından kritik bir öneme sahiptir.

Ülkemizde matematik eğitiminde yapılan çalışmalar incelendiğinde, en az çalışmanın erken çocukluk döneminde yapıldığı görülmüştür (Çiltaş, Güler ve Sözbilir, 2012). Ulusal ve uluslararası alan yazın incelendiğinde, çocuklara matematiksel beceriler kazandırmak için etkili olan yöntemleri (Erdoğan, 2006; Yılmaz- Bolat ve Dikici- Sığırtmaç, 2006; Akuysal- Aydoğan ve Şen, 2011; Taşkın, 2012), çocukların demografik özellikleri ile matematik becerilerini (Dere, 2000; Karşal, 2004; Karaman ve İvrendi, 2015;), okul öncesi öğretmenlerinin matematik etkinliklerine ilişkin sahip oldukları öz- yeterlik algılarını (Aksu, 2008; Bates, Latham ve Kim, 2013; Chen, McCray, Adams ve Leow, 2014; Çelik, 2017a) inceleyen çalışmalara rastlanmıştır. Bu çalışmalara ek olarak, okul öncesi öğretmenlerinin matematik etkinlikleri için ayırdıkları süreyi (Orçan- Kaçan ve Karayol, 2017), okul öncesi öğretmenlerinin sınıf içi uygulamalarını (Baki ve Hacısalihoğlu- Karadeniz, 2013; Pekince ve Avcı, 2016), okul öncesi öğretmenlerinin matematik etkinliklerinde kullandıkları öğretim yöntemlerini ve materyalleri (Hacısalihoğlu- Karadeniz, 2014), okul öncesi öğretmenlerinin matematik öğretimine ilişkin görüş ve tutumlarını (Tarım ve Bulut, 2006; Thiel, 2010; Anders ve Rossbach, 2015; Çelik, 2017b;) ve okul öncesi öğretmenlerinin matematik etkinliklerine ilişkin görüşleri ile sınıf içi uygulamalarını (Yazlık ve Öngören, 2018) inceleyen çalışmalar da alan yazında yer almaktadır. Ancak okul öncesi öğretmenlerinin matematik eğitimine ilişkin görüşlerini, matematik öğretimi, cinsiyet farklılıkları ve öğretmenin rolü kapsamında inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, bu araştırma okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik eğitimine ilişkin görüşlerini matematik öğretimi, cinsiyet farklılıkları ve öğretmenin rolü kapsamında incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuş ve onlara yanıt aranmıştır:

1. Okul öncesi öğretmenlerinin matematik eğitimine ilişkin görüşleri nelerdir?
  - 1.a. Okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk döneminde matematik öğretime ilişkin görüşleri nelerdir?
  - 1.b. Okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik eğitiminde cinsiyet farklılıklarına ilişkin görüşleri nelerdir?
  - 1.c. Okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik eğitiminde öğretmenin rolüne ilişkin görüşleri nelerdir?

## YÖNTEM

### Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada araştırmacılar, okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik eğitimine ilişkin görüşlerini matematik öğretimi, cinsiyet farklılıkları ve öğretmenin rolü kapsamında incelemek için bir olgu bilim çalışması yürütmüşlerdir. Nitel araştırma, araştırmacının görüşme, doküman analizi, gözlem gibi çeşitli veri toplama yöntemleri aracılığıyla veri topladığı, var olan durumun bütünüyle ele alındığı ve gerçekliğinin bozulmadığı bir araştırma olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu süreçte araştırmacı kapsamlı bir anlayışa ulaşmaya çalışır. Katılımcıların bir kavram hakkındaki görüşlerini, inanışlarını ve deneyimlerini elde etmek için en iyi çalışma türü olgu bilim çalışması (Gay, Mills ve Airasian, 2009) olduğu için, bu çalışmada araştırmacılar tarafından nitel bir olgu bilim çalışması yürütülmüştür. Katılımcılardan ayrıntılı veri toplamak amacıyla araştırmacılar görüşme tekniğinden yararlanmışlardır.

### Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Ankara'da bulunan özel okul öncesi eğitim kurumlarında çalışan 16 okul öncesi öğretmeni oluşturmaktadır. Katılımcılar kolay ulaşılabilir örneklem tekniği ile seçilmiştir. Çalışmaya katılan öğretmenlerin hepsi kadındır, yaşları 24 ile 33 arasındadır ve öğretmenlik deneyimleri bir yıl ile sekiz yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların gerçek isimleri kullanılmayacağı için katılımcılara Ö1'den Ö16'ya kadar takma isimler verilmiştir.

### Veri Toplama Aracı

Bu çalışmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Formda yer alan görüşme soruları araştırmacılar tarafından alan yazın incelenerek oluşturulmuş ve okul öncesi eğitimi alanında çalışmalar yapan iki uzmandan sorularla ilgili görüşleri alınmıştır. Buna ek olarak iki katılımcı ile pilot çalışma yapılmıştır. Bu sayede soruların anlaşılabilirliği ve işlevselliği

görülmüş olup, net olmadığı düşünülen iki soruda düzenleme yapılmıştır. Uzman görüşleri ve pilot çalışma sonuçlarına göre görüşme soruları yeniden düzenlenmiş ve son halini almıştır. Olgu bilim çalışması olarak yürütülen bu araştırmanın odağı okul öncesi öğretmenlerinin matematik eğitimine ilişkin görüşleridir. Görüşme formunda yer alan sorular da bu odak etrafında detaylandırılmış ve matematik eğitimi, cinsiyet farklılıkları, öğretmenin rolü gibi başlıklara ayrılmıştır. Toplamda 15 sorudan oluşan görüşme formu kişisel bilgiler, matematik eğitimi, cinsiyet farklılıkları ve öğretmenin rolü olmak üzere dört ana başlığa ayrılmıştır. Her başlığa yönelik örnek görüşme soruları Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1: Örnek Görüşme Soruları**

Başlıklar	Örnek sorular
Kişisel bilgiler	Kaç yıldır okul öncesi öğretmenliği yapıyorsunuz? Bu yıl kaç yaş grubuyla çalışıyorsunuz?
Matematik eğitimi	Bir okul öncesi öğretmeni matematik etkinlikleri için haftada kaç saat zaman ayırmalıdır? Erken çocukluk döneminde çocuklara matematik öğretirken ne tür materyaller kullanılmalıdır?
Cinsiyet farklılıkları	Erken çocukluk döneminde matematik etkinliklerinde cinsiyet farklılıkları olduğunu düşünüyor musunuz? Şu anki sınıfınızda kız çocukları mı yoksa erkek çocukları mı matematik etkinliklerine daha çok katılır?
Öğretmenin rolü	Matematik etkinliklerinde okul öncesi öğretmenin rolü ne olmalıdır? Cinsiyet gözetilerek adil bir sınıf ortamı oluşturmak için öğretmene düşen görevler nelerdir?

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Veri toplama süreci 2020 yılı öncesinde tamamlandığından, bu çalışma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır. Veri toplama sürecinde 16 katılımcı ile gönüllülük esasına dayalı olarak yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme zamanı katılımcılara göre belirlenmiş olup belirlenen tarihlerde, sessiz ve görüşme yapmaya uygun bir ortamda görüşmeler birebir olarak yürütülmüştür. Genellikle 20 ile 30 dakika arasında süren bu görüşmeler, katılımcıların onayı ile kayıt altına alınmıştır.

Bu nitel araştırmada veriler açık uçlu sorulardan elde edildiği için verilerin değerlendirilmesinde içerik analizi yöntemine başvurulmuştur. İçerik analizi yöntemi toplanan verilerin daha detaylı, anlamlı ve sistematik bir şekilde incelenmesini sağlar. İçerik analizi yöntemi ile toplanan verilerden birbirine benzer olanlar bir araya getirilir. Bir araya getirilen veriler anlaşılabilirliği arttırmak ve verilerin okunmasını kolaylaştırmak adına uygun kodlar ve kategoriler ile organize edilir. Organize edilen kodlara ve kategorilere toplanan verilerle des-

teklenerak yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Analiz süreci için ses kayıtları araştırmacılar tarafından yazıya aktarılmış ve metinler okunup kodlamalar ortaya çıkmıştır. Kodlama işlemi araştırmanın yazarlarından biri ile erken çocukluk eğitimi alanında yüksek lisans yapan başka bir araştırmacı olmak üzere iki kişi tarafından yapılmıştır. Aynı veri seti üzerinde yapılan kodlamalar arasındaki tutarlılık Miles- Huberman ( $\Delta = C \div (C + d) \times 100$ )  $\Delta$  : Güvenirlik katsayısı, C: Üzerinde görüş birliği sağlanan konu/terim sayısı, d: Üzerinde görüş birliği bulunmayan konu/terim sayısı) modeline göre hesaplanmış ve %91 bulunmuştur. Bu modele göre kodlamaların güvenilir kabul edilmesi için kodlamalar arasındaki tutarlılığın %80'den büyük olması gerekmektedir (Miles ve Huberman, 1994). İki araştırmacının ortaya çıkardığı kodlar tartışılarak ortak yönleri bulunmuş ve kategoriler ortaya çıkmıştır. Belirlenen kategorileri ve kapsadıkları kodları okuyucuya daha anlaşılır bir halde sunmak için bulgular bölümünde tablolardan yararlanılmıştır. Buna ek olarak, bulguları desteklemek ve yorumları güçlendirmek adına ihtiyaç duyulan yerlerde görüşme metinlerinden alıntılara yer verilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu başlık altında, görüşmelerden elde edilen verilerin analizi sonucu, ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir. Bulgular açıklanırken araştırma soruları dikkate alınarak, alt başlıklar halinde açıklanmıştır. Açıklamalar yapılırken elde edilen kodlar ve kategoriler tablolar yardımıyla okuyucuyla paylaşılmıştır.

### Erken Çocukluk Döneminde Matematik Öğretimine İlişkin Görüşler

Görüşme esnasında katılımcılara erken çocukluk döneminde matematik öğretimine yönelik görüşleri sorulmuş ve verdikleri cevaplar Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2:** Matematik Öğretimine İlişkin Görüşler

Kategoriler	Kodlar	N	%
Erken çocukluk döneminin önemi	Matematiksel düşünme becerileri	9	56.25
	Gelecekteki akademik başarı	2	12.5
Hayatın bir parçası olarak matematik	Günlük yaşam deneyimleri	7	43.75
	Farklı konularla iç içe olabilmesi	7	43.75
TOPLAM		25*	156.25*

\*Bazı öğretmenler birden fazla görüş belirtmiştir.

Tablo 2'de görüldüğü gibi, katılımcılar genel olarak erken çocukluk döneminin matematik öğretimindeki öneminden ve aslında matematiğin hayatın bir parçası olduğundan bahsetmişlerdir. Katılımcıların birçoğuna göre (n=11), erken çocukluk döneminde matematik öğretimine, bazı nedenlerden dolayı özellikle dikkat edilmelidir. Bahsedilen nedenlerden birincisi matematiksel düşünme

becerilerinin gelişmesinde, erken çocukluk döneminin kritik bir öneme sahip olmasıdır. Çocuklar ilkökula başlamadan önce, erken çocukluk dönemi sırasında ne kadar çok matematik etkinlikleriyle buluşturulursa, o kadar etkili matematiksel düşünme, kritik düşünme ve problem çözme becerilerine sahip olurlar. Bahsedilen nedenlerden ikincisi ise erken çocukluk dönemindeki matematik öğretiminin gelecekteki akademik başarıyı etkilemesi ile ilgilidir. Erken yaşta matematik ile tanışan ve olumlu deneyimler elde eden çocuk, gelecekte de matematikten korkmaz ve elde ettiği deneyimlerle akademik anlamda daha başarılı olur.

Matematiği hayatın bir parçası olarak gören öğretmenler (n=14) ise çoğunlukla günlük yaşam deneyimleriyle matematik öğretimi ve matematiğin farklı konularla iç içe olabilmesi noktalarına odaklanmışlardır. Katılımcı öğretmenlerden %44'e yakını matematik öğretiminin günlük yaşamla ilişkilendirilerek ve deneyimler elde edilerek öğretilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu öğretmenlere göre günlük yaşam deneyiminin bir öğrenme fırsatı olduğu unutulmamalı ve öğretmenler bu fırsatların farkında olmalıdır. Böylelikle çocuklar da matematiğin hayatın bir parçası olduğunu deneyimleyerek görmüş olup, bu konuda farkındalık kazanabilirler. Matematiğin farklı konularla iç içe olmasından bahseden öğretmenler (n=7) ise bütünleştirilmiş etkinlikler yoluyla matematik öğretimini desteklemişlerdir. Bu katılımcılar örneğin drama ile bütünleştirilmiş matematik etkinliklerinin ya da müzik ile bütünleştirilmiş matematik etkinliklerinin matematik öğretimi kolaylaştıracağını savunmuşlardır. Çünkü oyun ya da eğlenceli etkinliklerle öğretilen matematiğin, çocuklarda istekli öğrenme ve kalıcı öğrenmeyi desteklediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin örnek aşağıda sunulmuştur:

Ö 16: *"Bence bir okul öncesi öğretmeni etkinliğe başlamadan önce 'Hadi şimdi matematik etkinliğine geçiyoruz' dememeli. Eğer etkinliklerine böyle başlarsa çocuklar hayat ve matematik arasındaki bağı asla anlayamazlar. Böyle yapmak yerine günlük yaşama matematiği fark ettirmeden yedirmek gerekiyor. Mesela ben yemek yemeye giderken bile 'İki adım attık, bir adım daha attık, kaç adım oldu?' gibi sorularla çocuklara fark ettirmeden matematiği hayatımıza dahil etmiş oluyorum."*

### **Erken Çocukluk Dönemi Matematik Eğitiminde Cinsiyet Farklılıklarına İlişkin Görüşler**

Görüşme esnasında katılımcılara erken çocukluk dönemi matematik eğitiminde cinsiyet farklılıklarına yönelik görüşleri sorulmuş ve verdikleri cevaplar Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3:** Cinsiyet Farklılıklarına İlişkin Görüşler

Kategoriler	Kodlar	n	%
Cinsiyet farklılıkları var	Erkeklerin daha yatkın olması	3	18.75
	Kızların daha dikkatli olması	3	18.75
Cinsiyet farklılıkları yok	Bireysel farklılıklar	6	37.5
	Ailenin rolü	4	25
TOPLAM		16	100

Tablo 3'te görüldüğü üzere, katılımcıların görüşleri iki ayrı kategorinin oluşmasını sağlamıştır. Katılımcıların %38'e yakını erken çocukluk dönemi matematik eğitiminde cinsiyet farklılıkları olduğu görüşüne sahipken katılımcıların yaklaşık %63'ü cinsiyet farklılıklarının olmadığını savunmuşlardır. Cinsiyet farklılıkları olduğunu savunan katılımcıların yarısı erkek çocukların kız çocuklarına göre matematiğe daha yatkın olduğundan bahsetmişlerdir. Bunu da erkek çocuklarının sahip oldukları oyuncaklarla matematiğe aşina olmalarıyla açıklamışlardır. Cinsiyet farklılıkları olduğunu savunan katılımcıların diğer yarısı ise kız çocuklarının matematikte daha başarılı olduğu görüşünü savunmuşlardır ve bunu da kız çocuklarının dikkat sürelerinin daha uzun olmasına bağlamışlardır. Katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin örnek aşağıda sunulmuştur:

Ö 2: *“Benim gözlemime göre, kızlar matematikte erkeklere göre daha iyi performans gösteriyorlar çünkü dikkat süreleri daha uzun. Beni daha iyi dinledikleri için etkinliklere daha kolay odaklanabiliyorlar. Mesela masa başı etkinliklerde erkekler çok çabuk sıkılıyor ve dikkatleri dağılıyor. Odaklanamadıkları için de performansları düşüyor.”*

Matematik etkinliklerinde cinsiyet farklılıkları olmadığı görüşünü savunan öğretmenler ise bireysel farklılıklara ve ailenin rolüne odaklanmışlardır. Katılımcıların yaklaşık %38'i matematik etkinliklerinde çocukların farklı performanslar göstermelerini cinsiyetlerine değil bireysel farklılıklarına bağlamışlardır ve bunu çocukların farklı bilişsel gelişime sahip olmalarıyla açıklamışlardır. Katılımcıların %25'i ise, matematik etkinliklerinde çocukların farklı performanslar göstermelerini cinsiyetlerine değil ailenin rolüne bağlamışlardır. Bu görüşü paylaşan katılımcılara göre, ailenin destekleyici rol oynaması ve çocuğa uygun ortam ile materyaller sağlaması, çocuğun matematik etkinliklerindeki performansını olumlu yönde etkilemektedir. Katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin örnek aşağıda sunulmuştur:

Ö 15: *“Tabii ki diğer konularda olduğu gibi matematik performansları açısından da çocuklar arasında farklar var. Ama bu farklılıkların cinsiyetleriyle alakası yok. Bence burada önemli olan şey ailenin rolü. Eğer aileler çocuklarına matematikle ilgili oyuncaklar, materyaller alıyorsa ya da evde matematik içeren aktiviteler yapıyorsa çocuğun da ilgisi o yöne kayıyor ve ailenin rol model olmasıyla matematik ile daha fazla ilgileniyor. Bu da haliyle performansını artırıyor.”*



## Erken Çocukluk Dönemi Matematik Eğitiminde Öğretmenin Rolüne İlişkin Görüşler

Görüşme esnasında katılımcılara erken çocukluk dönemi matematik eğitiminde öğretmenin rolüne yönelik görüşleri sorulmuş ve verdikleri cevaplar Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4:** Öğretmenin Rolüne İlişkin Görüşler

Kategoriler	Kodlar	n	%
Gözlem	Çocukları anlama	3	18.75
	Çevreyi, materyalleri ve etkinlikleri düzenleme	6	37.5
Bilgi	Cinsiyetçi olmayan materyal ve dil kullanımı	3	18.75
	Rol model olma ve destekleme	10	62.5
TOPLAM		22*	137.5*

\*Bazı öğretmenler birden fazla görüş belirtmiştir.

Tablo 4'te görüldüğü üzere, katılımcıların cevaplarıyla gözlem ve bilgi olmak üzere iki ayrı kategori oluşturulmuştur. Katılımcıların yaklaşık %56'sı öğretmenlerin matematik eğitiminde iyi birer gözlemci olmasını savunurken, yaklaşık %81'i ise öğretmenlerin matematik eğitiminde bilgili olması gerektiğini savunmuşlardır. Gözlem konusuna odaklanan katılımcılar görüşlerini, matematik etkinliklerinde öğretmen çocuğu ne kadar iyi gözlemlerse onu o kadar iyi anlar şeklinde açıklamışlardır. Böylelikle çocukların ilgi, ihtiyaç ve isteklerinin farkında olarak onlara en uygun çevreyi, materyalleri ve etkinlikleri düzenleyebileceklerini savunmuşlardır. Katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin örnek aşağıda sunulmuştur:

Ö 11: *"Bir öğretmen olarak matematik etkinliklerindeki en etkili rolüm öncelikle onların ilgisini çekebilmek. Bunu da gözlem yeteneğimle sağlıyorum. Bence bir öğretmen iyi gözlemci olmalı ki çocuklarını anlasın ve onlara uygun etkinliklerle ilgilerini çekebilsin."*

Öğretmenlerin matematik eğitiminde bilgili olması gerektiğini savunan katılımcılar ise genellikle materyal ve dil kullanımı ile rol model olma konularına odaklanmışlardır. Katılımcıların yaklaşık %19'u öğretmenlerin cinsiyetçi materyaller ve cinsiyetçi dil kullanımı hakkında bilgi sahibi olmaları gerektiği görüşünü paylaşmışlardır. Eğer öğretmenler kendini geliştirip bu konudaki bilgilerini arttırırsa çocukların da matematik eğitiminde daha yüksek performans göstereceklerini savunmuşlardır. Katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin örnek aşağıda sunulmuştur:

Ö 7: *"Bence en önemli şey öğretmenin bilgili olması. Eğer öğretmen bilgili olursa cinsiyetçi kalıplar kullanmaz. Farkında olmadan bile olsa cinsiyetçi materyallerle çocuklarını tanıştırmaz. Mesela sınıfına blok seti alacaksa onun kutusunda bloklarla oy-*



*nayan erkek çocuklar varsa o oyuncuğu sınıftan içeri sokmaz. Bence bu tür detaylar çocukların matematik eğitiminde öğretmenin rolüyle doğrudan alakalı.”*

Buna ek olarak, katılımcıların yaklaşık %63'ü ise öğretmenlerin çocukların kendilerini rol model aldıklarının farkında olması ve ihtiyaç halinde çocukları desteklemeleri gerektiğini savunmuşlardır. Bu görüşü savunan katılımcılara göre, bazı öğretmenler kendi davranışlarının çocuklarda nelere neden olabileceğini görmemektedirler ve bu da çocukların yanlış davranışlar geliştirmelerine neden olabilmektedir. Bütün bu nedenlerden dolayı öğretmenler cinsiyet gözetilerek adil bir sınıf ortamı sağlamak amacıyla uygun davranışlar sergilemeli ve çocukları matematik eğitimi konusunda desteklemelidir. Katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin örnek aşağıda sunulmuştur:

Ö 15: *“Benim sınıfta bazı çocuklar cinsiyetçi davranışlar sergiliyor. Ama bence bir öğretmen olarak benim rolüm bu davranışları değiştirmek. Ben de rol model olmayı seçerek serbest oyun zamanında onların oyununa katılıyorum. Mesela bir kadın olarak matematik merkezinde daha çok kalıyorum ve sınıftaki kız çocukları beni örnek alarak orada oynamaya başlıyorlar.”*

## TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik eğitimine ilişkin görüşlerini matematik öğretimi, cinsiyet farklılıkları ve öğretmenin rolü kapsamında incelemektir. Okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk döneminde çocuklar üzerindeki etkileri dikkate alındığında öğretmenlerin matematik öğretime, cinsiyet farklılıklarına ve öğretmenin rolüne ilişkin görüşleri oldukça önemlidir. Bu nedenle yapılmış olan bu çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı umulmaktadır.

Araştırma sonucunda, okul öncesi öğretmenlerinin görüşlerinde belirttikleri üzere erken çocukluk döneminde matematik eğitiminin çok önemli olduğu ve erken yaşta matematiğe ilişkin edinilen deneyimlerin ileride akademik başarıyı olumlu anlamda etkileyeceği bulgularına ulaşılmıştır. Benzer olarak Bekman ve arkadaşlarının (2012) çalışmasında da gelecekteki akademik başarıyı olumlu etkilemesi açısından erken çocukluk dönemi matematik eğitiminin üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda çalışmaya katılan okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk döneminin önemi ve bu dönemdeki deneyimlerin gelecek yaşamda etkililiği hakkında farkındalık sahibi oldukları söylenebilir.

Bu araştırma sonucunda edinilen bir başka bulgu da matematiğin erken çocukluk döneminde nasıl öğretilmesi gerektiğiyle ilgilidir. Matematiği hayatın bir parçası olarak gören okul öncesi öğretmenleri, matematiğin günlük yaşam deneyimleriyle iç içe olması gerektiğini ve bütünleştirilmiş etkinlikler

ile matematik öğretiminin desteklenmesi gerektiğini vurgulamışlardır. İlgili alan yazında, bu bulgu ile paralel bulgular gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Clements ve Sarama, 2004; Klibanoff vd., 2006; Cross vd., 2009; Linder vd., 2011). Bu doğrultuda katılımcı öğretmenlerin matematik öğretiminin yalnızca matematik etkinlikleriyle sınırlı kalmaması, günlük yaşamla ve diğer etkinliklerle bütünleştirilmesinin önemi hakkında bilgi sahibi olduğu görülmektedir.

Araştırma sonucunda, erken çocukluk dönemi matematik etkinliklerinde cinsiyet farklılıkları konusunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Katılımcıların yarısından fazlası çocukların matematik performanslarında cinsiyet farklılıklarının olmadığını yalnızca bireysel farklılıkları ve ailenin etkisini savunmuşlardır. Elde edilen bu bulguya benzer sonuçlar sunan çalışmalar alan yazında geniş yer kaplamaktadır (Lester, 2007; Else-Quest vd., 2010; Reilly vd., 2015). Öte yandan, geri kalan katılımcılar matematik performansında cinsiyetin önemli rol oynadığını savunmuşlardır. İlgili alan yazında paralel bulgular içeren çalışmalar mevcuttur (Marsh vd., 2008; Steffens vd., 2010; Ertl vd., 2017). Bu doğrultuda, erken çocukluk dönemi matematik eğitiminde cinsiyet farklılıkları açısından hem bu çalışmadan elde edilen farklı bulgulardan hem de ilgili alan yazın incelenmesi sonucu görülen çeşitli bulgulardan yola çıkılarak günümüzde cinsiyet kalıp yargılarının değişmeye başladığı yorumunda bulunulabilir.

Araştırma sonucunda son olarak, erken çocukluk dönemi matematik etkinliklerinde öğretmenin rolüyle ilgili bulgulara ulaşılmıştır. Katılımcı öğretmenlerin görüşlerine göre, okul öncesi öğretmeni matematik etkinlikleri konusunda bilgi sahibi olmalı, gözlem yoluyla çocukları tanımalı, ilgi, ihtiyaç ve isteklerine uygun olan çevreyi, materyali, etkinliği düzenlemeli ve cinsiyetçi olmayan dil kullanımıyla çocuklara rol model olarak onların gelişimini desteklemelidir. Alan yazında bu bulguları destekleyen pek çok çalışmaya rastlanmıştır (Todor, 2010; Cvencek vd., 2011; Gunderson vd., 2011). Bu bulgular doğrultusunda, katılımcıların okul öncesi öğretmenin önemi konusunda farkındalığı olduğu çıkarımı yapılabilir.

Sonuç olarak, yapılan bu çalışma alan yazına üç farklı konuda katkıda bulunabilir. İlk olarak, okul öncesi öğretmenlerinin erken çocukluk dönemi matematik etkinliklerinin önemini ve bu dönemde çocuklara sağlanan matematiğe dair deneyimlerin gelecekteki akademik başarıyı etkilediğinin farkında olduğunun ortaya çıkmasıdır. İkinci olarak, bulgularda da ifade edildiği gibi günümüzde hala matematik eğitiminde cinsiyet farklılıkları olduğunu düşünen okul öncesi öğretmenleri bulunmaktadır. Ancak katılımcıların yarısından fazlasının matematik performanslarındaki farklılıkların cinsiyet kaynaklı olmadığını düşünmesi, yıllar içinde cinsiyet kalıp yargılarının değişebiliyor olduğunu göstermektedir. Son olarak, öğretmenlerin gözlem aracılığıyla uygun

öğrenme ortamını hazırlayarak ve davranışlarıyla rol model olarak matematik eğitiminde öğretmenin rolünün önemi ile ilgili ne kadar bilinçli olduklarını göstermektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde öğretmenlerin matematik eğitiminde cinsiyet farklılıkları konusunda çocukları gözlemlenmeleri ve bu gözlemler sonucunda uygun çevre, materyal ve etkinlikler ile çocukların gelişimlerini desteklemeleri önerilmektedir. Araştırmaya yönelik önerilere bakıldığında ise veri toplama aracı ile ilgili önerilerde bulunulabilir. Bu çalışmanın verileri araştırmacılar tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Tek veri toplama aracı bu form olduğu için öğretmenlerin verdiği cevaplar bulguları sınırlandırmıştır. Bulguları zenginleştirmek adına farklı veri toplama araçlarının kullanılması önerilmektedir. Öğretmenlerin uygulamalarının da veri olarak kullanılması için ders planları incelenip etkinlikleri gözlemlenebilir. Buna ek olarak resim yaptırma, hikaye oluşturma gibi yöntemler kullanılarak konu hakkında çocukların görüşleri de toplanabilir. Bu sayede, matematik eğitiminde cinsiyet farklılıkları konusuna öğretmenlerin bakış açısına ek olarak çocuk gözüyle de bakılabilir.

Buna ek olarak, çalışmanın katılımcılarını sadece Ankara'da bulunan özel okul öncesi eğitim kurumlarında çalışan kadın okul öncesi öğretmenleri oluşturmaktadır. Matematik eğitiminde cinsiyet farklılıklarına ilişkin görüşlerin araştırıldığı bu çalışmada örneklemin tamamının belli bir cinsiyetten seçilmesi araştırmayı sınırlandırmaktadır. Çeşitli illerden, devlet okullarında çalışan, farklı eğitim geçmişine sahip olan ve erkek öğretmenlerin de içinde bulunduğu daha çok katılımcıya ulaşmak çalışmayı genişletebilir ve elde edilen bulguları zenginleştirebilir. Ayrıca öğretmenlerin üniversitede aldığı dersler çalışmanın konusuyla bağlantılı olarak incelenip üniversitelerin öğretmen yetiştirme programlarındaki dersler hakkında bilgi sahibi olunabilir.

## KAYNAKÇA

- Aksu, H. H. (2008). Öğretmen Adaylarının Matematik Öğretimine Yönelik Öz-Yeterlilik İnançları. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 161-170.
- Akuysal Aydoğan, S. ve Şen, S. (2011). 6 Yaş Çocuklarının Sayı Kavramının Gelişiminde Kavram Eğitim Programının Etkisinin İncelenmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 38-51.
- Anders, Y. ve Rossbach, H. G. (2015). Preschool Teachers' Sensitivity to Mathematics in Children's Play: The Influence of Math-Related School Experiences, Emotional Attitudes, and Pedagogical Beliefs. *Journal of Research in Childhood Education*, 29(3), 305-322.
- Baki, A. ve Hacısalihoğlu-Karadeniz, M. (2013). Okul Öncesi Eğitim Programının Matematik Uygulama Sürecinden Yansımalar. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21(2), 619-636.
- Barnett, S. W. (1985). Benefit-Cost Analysis of the Perry Preschool and Its Policy Implications. *American Educational Research Association*, 7(4), 333-342.
- Barnett, S. W. (1995). Long-Term Effects of Early Childhood Programs on Cognitive and School Outcomes. *Future of Children*, 5(3), 25-50.
- Bates, A., Latham, N. ve Kim J. (2013). Do I Have to Teach Math? Early Childhood Pre-Service Teachers' Fears of Teaching Mathematics. *Issues in the Undergraduate Mathematics Preparation of School Teachers*, 5, 1-10.
- Bekman, S., Aksu-Koç, A. ve Erguvanlı-Taylan, E. (2012). Altı Yaşındaki Çocuklara Yönelik Bir Müdahale Programının Etkisi: Bir Yaz Okulu Modeli. *Türk Psikoloji Dergisi*, 27(70), 48- 69.
- Brooks-Gunn, J. (2003). Do You Believe in Magic? What We Can Expect From Early Childhood Intervention Programs. *Social Policy Report*, 17(1), 1-15.
- Chen, J., McCray, J., Adams, M. ve Leow, C. (2014). A Survey Study of Early Childhood Teachers' Beliefs and Confidence about Teaching Early Math. *Early Childhood Education Journal*, 42, 367-377.
- Clements, D. H. ve Sarama, J. (2004). Building Blocks for Early Childhood Mathematics. *Early Childhood Research Quarterly*, 19, 181-189.
- Cross, C. T., Woods, T. A. ve Schweingruber, H. (2009). *Mathematics Learning in Early Childhood*. Washington: National Academies Press.
- Cvencek, D., Meltzoff, A. N. ve Greenwald, A. G. (2011). Math-Gender Stereotypes in Elementary School Children. *Child Development*, 82(3), 766-779.
- Çelik, M. (2017a). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Erken Matematik Eğitimine İlişkin Öz-Yeterlilikleri. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(8), 240-247.
- Çelik, M. (2017b). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Erken Matematik Eğitimine İlişkin Tutumları. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 58-70.

- Çelik, M. ve Kandır, A. (2013). The Effect of “Big Maths for Little Kids” Curriculum on Mathematical Development of 61-72 Month-Old Children. *Journal of Theoretical Educational Science*, 6(4), 551-567.
- Çiltaş, A., Güler, G. ve Sözbilir, M. (2012). *Türkiye’de Matematik Eğitimi Araştırmaları: Bir İçerik Analizi Çalışması. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(1), 565-580.
- Dere, H. (2000). *Okul Öncesi Eğitim Kurumlarına Devam Eden 6 Yaş Çocuklarına Bazı Matematik Kavramlarını Kazandırılmada Yapılandırılmış ve Geleneksel Yöntemlerin Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.*
- Duncan, G. J. ve Magnuson, K. (2013). Investing in Preschool Programs. *Journal of Economic Perspectives*, 27(2), 109-132.
- Eccles, J. S. ve Jacobs, J. E. (1986). Social Forces Shape Math Attitudes and Performance. *Signs*, 11, 367-380.
- Else-Quest, N. M., Hyde, J. S. ve Linn, M. C. (2010). Cross-National Patterns of Gender Differences in Mathematics: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin Journal*, 136, 103-127.
- Erdoğan, S. (2006). *Altı Yaş Grubu Çocuklarına Drama Yöntemi ile Verilen Matematik Eğitiminin Matematik Yeteneğine Etkisinin İncelenmesi. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.*
- Ertl, B., Luttenberger, S. ve Paechter, M. (2017). The Impact of Gender Stereotypes on the Self-Concept of Female Students in STEM Subjects with an Underrepresentation of Females. *Frontiers in Psychology*, 8.
- Essa, E. L. (2003). *Introduction to Early Childhood Education. Canada: Thomson Delmar Learning.*
- Fisher, M. A. (2011). The Early Years and Brain Development: The Critical Connections of Building Relationships. G.L. Ensher ve D. A. Clark (Ed.), *Relationship-Centered Practices in Early Childhood: Working with Families, Infants, and Young Children at Risk* içinde (ss. 33-44). Baltimore, MD, US: Paul H Brookes Publishing.
- Gay, L. R., Mills, G. E. ve Airasian, P. W. (2009). *Educational Research: Competencies for Analysis and Application* (9. Bs.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Githua, B. N. ve Mwangi, J. G. (2003). Students’ Mathematics Self-Concept and Motivation to Learn Mathematics: Relationship and Gender Differences among Kenya’s Secondary- Schools Students in Nairobi and Rift Valley Provinces. *International Journal of Educational Development*, 23, 487-499.
- Gunderson, E. A., Gripshover, S. J., Romero, C., Dweck, C. S., Goldin-Meadow, S. ve Levine, S. C. (2011). *Naturalistic Variation in Parents’ Praise and the Formation of Children’s Theories about Trait Stability. The Biennial Meeting of the Society for Research in Child Development, Montreal, Canada’da sunulan bildiri.*

- Gülaçtı, F. (2012). Türkiye’de Ve Dünyada Erken Çocukluk Ve Okul Öncesi Eğitim. F. Gülaçtı ve S. Tümkaya (Ed.). *Erken Çocukluk Eğitimi*. (2.Bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Güven, Y. (1997). *Erken Matematik Yeteneği Testi-2’nin Geçerlik, Güvenirlik, Norm Çalışması ve Sosyokültürel Faktörlerin Matematik Yeteneğine Etkisinin İncelenmesi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Hacısalihoglu-Karadeniz, M. (2014). Determining Pre-School Teachers’ Use of Technology in Mathematics Education. *Adıyaman University Journal of Educational Sciences*, 4(2), 119-144.
- Jordan, N. C., Kaplan, D., Ramineni, C. ve Locuniak, M. N. (2009). Early Math Matters: Kindergarten Number Competence and Later Mathematics Outcomes. *Developmental psychology*, 45(3), 850.
- Kandır, A., Yaşar, M., Yazıcı, E., Türkoğlu, D. ve Baydar, I. (2016). *Erken Çocukluk Eğitiminde Matematik*. İstanbul: Morpa.
- Karaman, S. ve İvrendi, A. (2015). *Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Matematik Becerileri İle Onların Sosyo-Demografik Özellikleri Ve Sosyo-Dramatik Oyunları Arasındaki İlişki*. *Eğitim ve Bilim*, 40(177), 313-326.
- Karşal, E. (2004). *Okul Öncesi Dönemdeki Çocuklarda Müzik Yeteneği Ve Matematik Yeteneği İlişkisi Ve Müzik Eğitiminin Matematik Performansı Üzerine Etkileri*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Klibanoff, R. S., Levine, S. C., Huttenlocher, J., Vasilyeva, M. ve Hedges, L. V. (2006). Preschool Children’s Mathematical Knowledge: The Effect of Teacher “Math Talk”. *Developmental Psychology*, 42(1), 59-69.
- Lester, F. K. (2007). *Second Handbook of Research on Mathematics Teaching and Learning: A Project of the National Council of Teachers of Mathematics*. Charlotte, NC: Information Age Pub.
- Linder, S. M., Powers-Costello, B. ve Stegelin, D. A. (2011). Mathematics in Early Childhood: Research-Based Rationale and Practical Strategies. *Early Childhood Education Journal*, 39(1), 29-37.
- Lopez, E. M., Gallimore, R., Garnier, H. ve Reese, L. (2007). Preschool Antecedents of Mathematics Achievement of Latins The Influence of Family Resources, Early Literacy Experiences and Preschool Attendance. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 29(4), 456-471.
- Marsh, H. W., Martin, A. J. ve Cheng, J. H. (2008). A Multilevel Perspective on Gender in Classroom Motivation and Environment: Potential Benefits of Male Teachers for Boys? *Journal of Educational Psychology*, 100, 78-95.
- Meece, J.L. ve Daniels, D.H. (2008). *Child & Adolescent Development for Educators*. (3. Bs.). China: McGraw- Hill.
- Miles, M.B. ve Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book* (2. Bs.) United States of America: Sage Publication.



- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2013). *Okul Öncesi Eğitim Programı*. Ankara.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2019). PISA 2018 Türkiye Ön Raporu. *Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi*, 10.
- Mullis, I. V., Martin, M. O., Gonzales, E. J. ve Chrostowski, S. J. (2004). *TIMSS 2003 International Maths Report: Findings from IEA'S Trends in International Mathematics and Science Study of The Fourth and Eighth Grades*. Chestnut Hill: Boston College.
- National Association for the Education of Young Children (NAEYC). (2000). *A Call for Excellence in Early Childhood Education*. 10 Ocak 2020 tarihinde <http://www.naeyc.org/policy/excellence> adresinden erişildi.
- National Association for the Education of Young Children (NAEYC). (2010). *Early Childhood Mathematics: Promoting Good Beginnings*. 10 Ocak 2020 tarihinde <https://www.naeyc.org/files/naeyc/file/positions/psmath.pdf> adresinden erişildi.
- Orçan-Kaçan, M. ve Karayol, S. (2017). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Matematik Eğitimi İçin Ayırdıkları Süre Ve Matematik Eğitimine İlişkin Görüşleri. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(12),172- 186.
- Pekince, P. ve Avcı, N. (2016). Pre-School Teachers' Applications Related to Early-Childhood Mathematics: A Qualitative Look at Activity Plans. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), 2391-2408.
- Polat Unutkan, Ü. (2007). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Matematik Becerileri Açısından İlköğretime Hazır Bulunuşluğunun İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32, 243-254.
- Reilly, D., Neumann, D. L. ve Andrews, G. (2015). Sex Differences in Mathematics and Science Achievement: A Meta-Analysis of National Assessment of Educational Progress Assessments. *Journal of Educational Psychology*, 107, 645-662.
- Seefeldt, C. ve Galper, A. (2008). *Active Experiences for Active Children: Mathematics* (2. Bs.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Starkey, P., Klein, A. ve Wakelley, A. (2004). Enhancing Young Children's Mathematical Knowledge Through a Pre-Kindergarten Mathematics Intervention. *Early Childhood Research Quarterly*, 19(2004), 99-120.
- Steffens, M. C., Jelenec, P. ve Noack, P. (2010). On the Leaky Math Pipeline: Comparing Implicit Math-Gender Stereotypes and Math Withdrawal in Female and Male Children and Adolescents. *Journal of Educational Psychology*, 102, 947-963.
- Tarım, K. ve Bulut, S. (2006). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Matematik Ve Matematik Öğretimine İlişkin Algı ve Tutumları. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 32-65.



- Taşkın, N. (2012). Çoklu Öğrenme Ortamının Okul Öncesi Öğrencilerinin Sayı Kavramı Gelişimine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Thiel, O. (2010) Teachers' Attitudes Towards Mathematics in Early Childhood Education. *European Early Childhood Education Research Journal*, 18(1), 105-11.
- Todor, I. (2010). Gender in Education: Teacher Perspective. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 4(12), 45-52.
- Van de Walle, J. ve Lovin, L. (2006). *Teaching Student-Centered Mathematics: Grades K-3*. Boston: Pearson Education.
- Yazlık, D. Ö. ve Öngören, S. (2018). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Matematik Etkinliklerine İlişkin Görüşlerinin ve Sınıf İçi Uygulamalarının İncelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(2), 1264-1283.
- Yee, D. K. ve Eccles, J. S. (1988). Parent Perceptions and Attributions for Children's Math Achievement. *Sex Roles*, 19, 317-333.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (8. Bs.), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz Bolat, E. ve Dikici Sığırtmaç, A. (2006). Sayı Ve İşlem Kavramı Kazanımında Müzikli Oyunların Etkisi. *Ege Eğitim Dergisi*, 7(2), 43-56.
- Young- Loveridge, J. M. (2004). Effects on Early Numeracy of a Program Using Number Books and Games. *Early Childhood Research Quarterly*, 19(2004), 82-98.

Araştırma Makalesi / Research Article

# TEKNOLOJİ ENTEGRASYONLU SORGULAMAYA DAYALI ÖĞRENME YAKLAŞIMININ ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN KAVRAMSAL ANLAMALARINA ETKİSİ: GÜNEŞ TUTULMASI ÖRNEĞİ\*

The Effect of Technology Integrated Inquiry Based  
Learning Approach to Middle School Students'  
Conceptual Understanding: Example of Solar  
Eclipse

Gönderim Tarihi / Received: 09.03.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 30.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.700943>

Melike Gülsüm UYSAL<sup>1</sup>

Ayberk BOSTAN SARIOĞLAN<sup>\*\*2</sup>

**ÖZ:** Bu çalışmada, teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğretim ile fen bilimleri dersi öğretim programına uygun olarak yürütülen öğretimin öğrencilerin kavramsal anlamalarına etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmada ön test-son test deney-kontrol gruplu yarı deneysel desen kullanılmıştır. Bu çalışmanın örneklemini devlet ortaokulunda 6. sınıfta öğrenim gören deney grubunda 33 öğrenci ve kontrol grubundaki 29 öğrenci oluşturmaktadır. Deney grubu öğrencilerine hazırlanan teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğretim uygulanırken, kontrol grubu öğrencilerine programa uygun olarak sorgulamaya dayalı öğretim yöntemi uygulanmıştır. Bu amaç doğrultusunda üç açık uçlu sorudan oluşan Kavramsal Anlama Testi deney ve kontrol grubundaki öğrencilere öğretim öncesi ve sonrası uygulanmıştır. Ayrıca deney ve kontrol grubundaki dokuz öğrenci ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Veri analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

\* Bu çalışma birinci yazar Melike Gülsüm Uysal'ın ikinci yazar Dr. Öğr. Üyesi Ayberk Bostan Sarioğlan'ın danışmanlığında tamamladığı "Teknoloji Entegrasyonlu Sorgulamaya Dayalı Öğrenme Yaklaşımının Ortaokul Öğrencilerinin Tutulmalar ile ilgili Kavramsal Anlamalarına Etkisi" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir. Bu çalışmada kullanılan veriler 2020 yılı öncesi toplandığı için etik kurul izin belgesi bulunmamaktadır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Bilim Uzmanı, [melikebayirli@gmail.com](mailto:melikebayirli@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-6813-0683>

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi/Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü/Fen Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı, [abostan@balikesir.edu.tr](mailto:abostan@balikesir.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0002-2320-9427>

Elde edilen sonuçlara göre, deney ve kontrol grubundaki öğrenciler ğretim öncesi benzer kavramsal anlamalara sahip iken, ğretim her iki gruptaki ğrencilerinde bilimsel cevap verme oranlarında etkili olmuştur. Bu sonuçlar ışığında gelecek araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Teknoloji Entegrasyonlu Sorgulamaya Dayalı ğretim, Kavramsal Anlama, Güneş Tutulması, Ortaokul ğrencileri

**ABSTRACT:** In this research, it is aimed to investigate the effect of technology integrated inquiry-based instruction and teaching in accordance with science program on the change in students' conceptual understanding. In the research, semi-experimental pattern with pretest-posttest, experiment-control group was used. The sample of this study consisted of 33 students in the 6th grade in the state secondary school and 29 students in the control group. Experimental and control groups were randomly assigned. While technology integrated inquiry-based instruction was applied to experimental group students, inquiry-based teaching method was applied to control group students in accordance with the curriculum. For this purpose, Conceptual Understanding Test was applied to the students as pre-test and post-test before and after teaching. In addition, semi-structured interviews were conducted with nine students in the experimental and control groups. Descriptive analysis method was used in data analysis. According to the results obtained from the data analysis, while the Students in the experimental and control groups had similar conceptual meanings before teaching, the teaching was effective in the rate of scientific response in the students in both groups. In the light of this results, suggestions made for future researchs.

**Keywords:** Technology Integrated Inquiry Based Learning, Conceptual Understanding, Solar Eclipse, Middle School Students.

## GİRİŞ

Yeniçağda bilgi ve teknolojidaki öngörülemez gelişmelerle öğrenim metotları sürekli gelişmekte ve değişim göstermektedir. Bundan dolayı ğretim programları ve eğitim sürecine ait uygulamalar da çağa uygun olarak güncellenmektedir. Yeni metotların uygulanması sonucu öğrenciler öğrenme sürecinde edindikleri bilgi ve beceriyi zihinsel olarak oluşturdukları yeni şemalar ile yapılandırır. Bundan dolayı öğrenme metotlarının uygulanmasında birçok kurum geliştirilmiştir. Bunlardan en sık kullanılanı yapılandırmacılık kuramıdır. Bu kuramda birey karşılaştığı zorluklar sonucu elde ettiği deneyimlerle bilgiyi yapılandırır (Perkins, 1999). Yapılandırmacı ğrenme kuramı öğrenciyi merkeze alan bir paradigmayı benimser ve öğrencilerin kavramsal anlamalarının üzerinde önemle durmaktadır (Demirel, 2005). Yapılandırmacı ğrenme kuramı altında birçok öğrenme yaklaşımı kullanılmaktadır ve bu yaklaşımlardan biri de sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımıdır.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Kavramsal Anlama

Kavramlar, nesne için zihinde ilk oluşan canlanmalardır (Çepni, 2005). Bir başka tanıma göre kavram benzer özellikleri barındıran nesnelere (Bolat ve Karakuş, 2017). Öğretim, öğrenciler tarafından kavramların yapılandırılması sonucu gerçekleşir. Kavramsal öğrenme; öğrencinin, fen kavramlarını öğrenmesi ve öğrendiği kavramların anlamlarını, kapsamalarını değiştirerek geliştirmesidir (Gülçiçek ve Güneş, 2004).

Fen bilimleri konularında birçok kavram vardır. Fen bilimleri, yaşam sürecinin her bir aşamasında etkin bir şekilde bilinçli ya da bilinçsiz kullanılan temel kavramları içerir. Genel olarak incelendiğinde fen öğretimi süreç açısından hem program hem de uygulamada yeni yaklaşımlar içermektedir. Uzun süredir fen öğretimi üzerinde yapılan çalışmalar öğretmen ve öğrencilerin bazı temel kavramları tanımlamakta kısmen başarısız olduklarını ve birçok kavram yanlışlarına sahip olduklarını göstermektedir (Mintzes, vd., 1997). Kavram yanlışları, öğrencilerde öğrenme sırasında hedeflenen kavramsal değişikliğin olmaması ve hatalı fikirlerin zihinlerinde yer alması olarak tanımlanmaktadır (Aydoğan, vd., 2003). Öğrencilerde karşılaşılan kavram yanlışlarının nedenleri arasında; bilgi eksikliği, öğretmenlerin konuyu sunuş biçimleri, öğrencilerin önceki deneyimleri ve fikirleri, kullanılan ders kitapları, öğrencilerin kavram ile ilgili zihinlerinde yanlış ilişkilendirmeler yapmaları sıralanabilir (Yağbasan ve Gülçiçek, 2003; Coştu, vd., 2007). Fen öğretimi sürecinde temel kavramların doğru olarak anlaşılmasına rağmen öğrencilerin büyük çoğunluğu bazı kavramları kavramakta güçlük çekmektedir. Bu nedenle birçok çalışma öğrencilerin kavramlar ile ilgili yanlış fikirlerinin belirlenmesi ve değiştirilmesi yönünde olmaktadır. Bu problemlerin çözümü için genelde soyut olguların somut olgularla değiştirilmesi veya somutlaştırılması ve soyut kavramlar için görsel materyale önem verilmesi gerekliliği belirtilmektedir (Gobert ve Clement, 1999). Ayrıca öğretilmesi tasarlanan soyut konu ve kavramların somutlaştırılıp öğrencilere kazandırılma sürecinde farklı öğretim yöntem ve tekniklerinden yararlanılmaktadır. Bunun için öğretimde animasyon, simülasyon ve 3D modelin kullanımına sık rastlanılmaktadır. Yapılan araştırmalarda modelleme kullanımının öğrencilerinin kavramsal anlamasını geliştiren bir özellik olduğu vurgusu yapılmaktadır (Barab vd., 2000; Ünal Çoban, 2009).

### Sorgulamaya Dayalı Öğrenme Yaklaşımı

Eğitim sistemlerindeki hızlı değişimlere ayak uydurmaya yönelik olarak 2013 ve 2018 yıllarında yenilenen Fen Bilimleri dersi öğretim programında uygulamaya başlayan sorgulamaya dayalı öğretim ön plana çıkmaktadır. Fen Bilim-

leri dersi ğretim programlarında sorgulamaya dayalı ğretim yaklaşımının kullanılmasının sebebi, ğretmen merkezli ğretim yerine ğrenci merkezli olan öğretimin kullanılmasının amaçlanmasıdır. Aslında temel felsefesi yapılandırıcılık kuramına dayanmaktadır. Böylece ğrenciler bilgiyi öğrenirken araştırarak, sorgulayarak, düşünerek tüm süreçte aktif olarak rol alır (MEB, 2013; MEB, 2018). Bu ğretim yaklaşımının öneminin artması, ğretim sürecinde rol alan bireyin bilgiyi öğrenmesinden kendisinin sorumlu olmasındandır (Sarı ve Bakır Güven, 2013). Sorgulamaya dayalı öğretimin öneminden dolayı son yıllarda fen eğitimi alanyazınında birçok bilimsel çalışmaya rastlanılmaktadır. Sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımı ile ilgili alanyazınında birçok farklı tanıma rastlamak mümkündür. Lim (2001) sorgulamaya dayalı öğrenmeyi ürün oluşturma ve problem çözmeden çok araştırma sürecine odaklanma, üst düzey düşünme ve araştırma becerileri geliştirme olarak tanımlamaktadır. Bevins ve Price (2016) sorgulamanın, öğrencilerin mevcut bilgilerini ve araştırma yeteneklerini güçlendirmek, yeni bilgiyi özümsemek ve sorularına cevap bulmak için mevcut en iyi yol olduğunu belirtmiştir. Sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımı, öğrencilerin tüm öğrenme süreci boyunca aktif olarak sorgulayarak araştırdığı bir süreçtir (Perry ve Richardson, 2001). Öğrenen bu süreçte edindiği deneyimlerle problem çözme becerisi kazanır ve ihtiyaç duyduğunda hayata entegre edebilir (Bostan Sarioğlan ve Bayırlı, 2017). Aynı zamanda sorgulamaya dayalı ğretim ğrencilerinin başarılarını olumlu yönde etkilemektedir (Bostan Sarioğlan ve Abacı, 2017). Uçar ve Trundle (2011) yaptıkları çalışmada 3 ğretim yaklaşımın öğrencilerin başarılarına etkilerini karşılaştırmaktadır. Bunlar geleneksel ğretim, simülasyonla desteklenmiş geleneksel ğretim ve arşivlenmiş evrimii verilerle sorgulamaya dayalı öğretimdir. Bu çalışmanın sonucunda arşivlenmiş verilerle sorgulamaya dayalı öğretimin diğer iki öğretimden göre öğrencilerin başarılarında daha etkili olduğu ortaya konulmaktadır. Wolf ve Fraser (2008) ise laboratuvar etkinliklerini sorgulamaya uygun olarak işlediği çalışmasında öğrencilerle yapılan görüşmelerin neticesinde öğrencilerin etkinlik sırasında son derece aktif oldukları sonucu ile karşılaşmıştır. Sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımının, öğrencilerin daha aktif olduğu veya daha az aktif olduğu türleri vardır. Bu sorgulama türlerinden yapılandırılmış sorgulama da araştırma problemi öğrenciye önceden verilir. Bu ğrenme ortamında öğrenciler öğretmene bağlı kalır ve bu nedenle diğerlerine göre daha stresli ve telaşlı olur. Bu sorgulama türünde ğretmen aktif durumdayken ğrenci pasif durumdadır. Rehberli sorgulama düzeyinde ise yapılandırılmış sorgulama gibi problem önceden verilir. Fakat yapılandırılmış sorgulamadan farklı olarak ğretmen burada danışman konumundadır ve öğrenciyi yönlendirir. Öğrenci yapılandırılmış sorgulamaya göre daha aktiftir. Böylece ğrencilere daha rahat bir öğrenme ortamı sunulmaktadır. Bayram

(2015), rehberli sorgulamaya dayalı öğretimde kullanılmak üzere etkinlik tasarlarken hem içsel (içerik, süreç bilgisi) hem de dışsal (malzeme ve zaman) zorluk yaşadıklarını ifade etmektedir. Çalışmalarda öğretim yöntemi olarak rehberli sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımına da sıklıkla rastlanılmaktadır. Yetişir (2016) yaptığı çalışmada genel fizik dersinde elektrik akımı ve elektrik devrelerine ilişkin rehberli sorgulamaya dayalı öğretim yöntemini kullanmaktadır. Kavramların öğretiminde rehberli sorgulamanın kullanıldığı deney grubunda, öğretmen merkezli sözlü anlatımın kullanıldığı kontrol grubuna göre öğrenci başarısında anlamlı bir sonuç bulunmaktadır. Açık sorgulama ise öğrencilerin en aktif oldukları sorgulama düzeyidir. Bu türde öğrenciler problemi kendileri seçer ve öğretmen pasif konumdadır. Bu öğrenme ortamında öğrenciler aktif olduklarından özgüvenleri oldukça yüksektir. Açık sorgulama öğrencilerin aktif olmalarından dolayı birçok çalışmada çoğunlukla öğretim yöntemi olarak kullanılmaktadır. Kaya ve Yılmaz (2016) çalışmalarında açık sorgulamaya dayalı öğretimin öğrencilerin akademik başarılarına ve bilimsel süreç becerilerine etkisini incelemektedir. Bu çalışma ile açık sorgulamanın kullanıldığı deney grubunda, ders kitabına uygun işlenen öğretimin kullanıldığı deney grubuna göre başarılarında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Akben (2015), yaptığı çalışmada sınıf öğretmeni adaylarının açık sorgulamaya dayalı öğrenme ortamında deney yapma becerilerini incelemektedir. Bu çalışma sonucunda öğretim sonunda, öğrencilerin deney tasarlama becerilerinin arttığı ve bu deneyleri rahat bir şekilde uygulayabilecekleri söylenmektedir.

### **Astronomi Alanında Yapılan Çalışmalar**

Astronomi bilimi çok farklı konuları içeren oldukça geniş bir alandır. Yapılan çalışmaların konuları da çeşitlilik göstermektedir. Can ve Görece Baybars (2018) yaptıkları çalışmada ortaokul öğrencilerin uzay hakkındaki zihinsel modellerini incelemiştir. Bostan (2008) yaptığı çalışmada Ay tutulması sırasında Dünya, Güneş ve Ay'ın konumları ile ilgili birçok yaş grupları ile yaptığı çalışmada elde ettiği en temel bulgu; yaşın artmasıyla öğrencilerin kavram yanlışlarında azalma olduğudur. Ogan Bekiroğlu (2007) yaptığı çalışmada ise öğretmen adaylarının Ay, Ay'ın evreleri ve diğer Ay olaylarına ilişkin fikirleri üzerinde model tabanlı öğretim kullanmanın etkileri irdelenmektedir. Bu çalışma ile öğretmen adaylarının hatalı veya eksik zihinsel modelleri, model temelli öğretim ile düzeltilmiştir (Ogan Bekiroğlu, 2007). Bir başka çalışmada ise sorgulamaya dayalı öğretimin içinde modelleme araçları kullanılmakta ve üniversite derslerinde öğrencilerin astronomik olaylara yönelik zengin anlayışlarını geliştirebilecekleri bir araç olarak etkili bir şekilde kullanılacağı sonucuna varılmaktadır (Barab vd., 2000).



Astronominin bazı konuları fen bilgisi dersi içerisinde incelenmektedir. Her ne kadar Güneş, Ay ve Dünya reel olarak kısmen gözlenebilecek yörüngesel davranışlarının fark edilmemesi, orantısız olarak büyüklüğünün kesin olarak algılanamaması, soyut ve model yaklaşımının tanımlanamamasından (üç boyutlu düşünme becerisinin gelişmemesi) dolayı öğrenciler tarafından ilgi duyulmamaktadır (Arny, 1994; Zeilik, vd., 1998). Ayrıca alternatif kavramlarla ilgili de birçok bilimsel çalışma sonuçları alanyazında yer almaktadır. Gecenin oluşumu ile ilgili kavramsal yaklaşımda öğrenciler kabaca bireysel yaşam ve gözlem yaklaşımları sonucunu bir hipotez olarak “Gece ve gündüzü yaşamaktayım” olarak benimsediklerini göstermektedir. Buna göre öğrenciler gecenin oluşumu ile ilgili “Güneş, dağların veya bulutların arkasında gittiğinde gece olur” cevabını verebilmektedirler ki gerçek astronomi bilgisinin yanlış benimsenmesi sonucu ortaya çıkmaktadır (Baxter 1989; Vosniadou ve Brewer 1994). Ayrıca öğrenciler Ay’ın evrelerinin meydana gelmesini Dünya’nın gölgesinin Ay’ın üzerine kaplanması sonucu gözlemcinin algıladığı geometrik şekil olarak belirtmektedirler (Baxter, 1989). Diğer taraftan Ay’ın farklı geometrik şekillerde görünmesi nedeni olarak, gökyüzündeki bulutların gözlenen Ay’ın bir bölümünün görünümünü engellediği zaman Ay’ın farklı evreler gösterdiğini belirtmiştir. Küçüközer, Bostan ve Işıldak (2010) yaptıkları çalışmayla astronomi kavram ve olaylara ilişkin kavram yanılgılarına sahip birçok öğrencinin çalışmanın sonucunda bu kavramları doğru bir şekilde tanımladıkları sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar için tutulmalar birçok çalışmada araştırma konusu olmuştur (Barnett, 2002; Gürkan ve Kahraman, 2019).

### **Astronomi Konularında Bilgisayar Destekli Tasarımlar Kullanımı**

Son yıllarda bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi sonucunda, bilgisayar algoritmaları, simülasyon ve animasyonları yaşamın hemen hemen tüm alanlarında kullanılabilir hale getirmiştir. Stratejik kurgu oyunlarına ek olarak eğitim ve öğretim amaçlı bilgisayar kullanımında öğretim ile bilgisayar teknolojisi iç içe kullanılmaktadır (İçel, 2011; Güven ve Sülün, 2012). Bilgisayar teknolojinin kullanımı olgulara ait modellerin tanımlanması ve animasyon olarak temsillerinin gösterilmesinde öğretim sürecinin verimliliğine kolaylık ve katkı sağlamaktadır. Somut ve nesnel öğretim materyaline göre ekonomik bir yönü de vardır. Bilgisayar algoritmaları uygulanabilirlik açısından esneklik özelliği taşımaktadır. Model algoritmasının tanımlanması ve animasyon üzerinde ihtiyaç kapsamında değişiklikler yapmak mümkündür. Bilgisayar destekli öğretimin öğrencilerde veya öğretmen adaylarında konuya ait olguların öğretilmesinde etkili bir yöntem olduğu, dolayısıyla öğretim süreci kapsamında bilgisayar algoritmalarının ve animasyonlarının kullanılması önerilmektedir (Barnett, 2005; Küçüközer, 2008; Çakır ve Oktay, 2013). Ancak bilgisayar tek-



nolojilerinin kullanımında dikkat edilmesi gereken en önemli olgu öğrencilerin sanal yaklaşım ile gerçekliğin arasındaki farkı belirleme yetisine sahip olmaları konusunda dikkatli olunmasıdır.

Donanım ve görsel materyalin öğretim ortamında kullanılması süreci öğrencilerin öğrenme konusunda motivasyonun olumlu yönde gelişmesine sebep olmakla birlikte kavramsal değişimde de etkili olabilmektedir. Örneğin Atwood ve Atwood (1997) sınıf öğretmeni adayları ile gerçekleştirdikleri çalışmada gece-gündüz ve mevsimlerin meydana gelişi ile ilgili konularının model ve simülasyon kullanarak öğrenimini gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucu olarak model ve simülasyon kullanımının öğrencilerin gece-gündüzün ve mevsimlerin oluşumu olgularını kavrama ve olayları açıklayabilme yetileri kazandıklarını göstermişlerdir (Atwood ve Atwood, 1997). Astronomi ile ilgili olayların algoritmasının tasarımı ve iki ya da üç boyutlu görsel model yaklaşımı ile öğretimin yapılması öğrenciler üzerinde olumlu ve verimliliği artırıcı etkisi gösterilmiş ve bir öğretim aracı olarak kullanımı önerilmiştir (Bell ve Trundle, 2008; Küçüközer, vd., 2009). Trumper (2006) yaptığı çalışma ile Ay'ın evreleri, Güneş ve Ay tutulmaları gibi kavramların öğretimi üzerinde durulmuştur. Bu çalışmanın sonucunda hem deney hem de kontrol grubunun astronomi kavramlarına yönelik kavramlarını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde geliştirdikleri gözlemlenmektedir. Fakat deney grubundaki gelişimin oldukça etkili olduğu söylenilmektedir. (Trumper, 2006). Kalkan ve Türk'ün (2015) yaptığı çalışmada ise "Güneş Sistemi ve Ötesi" ünitesinin planetaryum ortamında öğretilmesinin sınıf ortamında öğretilmesine kıyasla daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma yedinci sınıf öğrencileriyle yürütülmekle beraber öğrencilerin 3D düşünme becerilerine de katkı sağladığı belirtilmektedir (Kalkan ve Türk, 2015).

### **Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmanın amacı, Güneş tutulması konusunun ortaokul öğrencilerine bilgisayar teknolojileri ile desteklenen sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımı ile öğretimin öğrencilerin kavramsal anlamalarına etkisinin araştırılmasıdır.

Araştırmanın konusunu, Fen Bilimleri dersi 6. sınıf "Güneş Sistemi ve Tutulmalar" ünitesi içerisinde Güneş tutulması konusu oluşturmaktadır. Kontrol grubunda uygulanan Fen Bilimleri dersi öğretim programına uygun olarak işlenen sorgulamaya dayalı öğretim yaklaşımı ile deney grubuna uygulanan teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğretim yaklaşımının öğrencilerin kavramsal anlamaları üzerindeki etkileri incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda uygulamada kullanılması için Güneş tutulması konusu ile ilgili animasyon hazırlanmıştır. Bu çalışma için özel hazırlanan animasyon araştırmayı

nemli kılmaktadır. Uygulanan ğretimlerin sonunda deney ve kontrol grubu ğrencilerinin kavramsal anlamaları üzerindeki etkilerinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Böylece derslerde animasyonun kullanılmasının etkisinin öğrencilerdeki kavramsal anlamalar üzerindeki etkisi hakkında bilgi toplanacaktır. Ayrıca bu çalışmayla 6. sınıf ğrencilerinin Güneş tutulması ile ilgili kavramsal anlamalarının neler olduğu verdiği cevaplarla ortaya konulması planlanmaktadır. Yapılan birçok çalışmada ortaokul ğrencilerinin, fen bilgisi ğretmenlerinin ve ğretmen adaylarının tutulmalar kavramlarıyla ilgili birçok yanlığya sahip olduğu görülmektedir (Bostan, 2008; Taşcan, 2013).

## YÖNTEM

Bu araştırmada ön test-son test deney-kontrol gruplu yarı deneysel desen kullanılmıştır. Deneysel desenler, iki farklı grupta bir değişkenin etkisine bakılmak amacı ile kullanılmaktadır (Büyüköztürk, Kılıç akmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014). Bu çalışmada da deney ve kontrol gruplarında uygulanan öğretimin öğrencilerin kavramsal anlamaları üzerine etkisi araştırılmıştır.

## Örneklem

Araştırmanın rneklemini Türkiye'nin batı bölgesindeki bir devlet ortaokulundaki iki şubede öğrenim görmekte olan 6. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Uygulama 2018-2019 eğitim ğretim yılının birinci döneminde gerçekleştirildiği için etik kurul izin belgesi bulunmamaktadır. Araştırma yapılan okul ve bu okulda yer alan sınıflarda örneklem seçimi için seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinde basit seçkisiz örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Basit seçkisiz örnekleme yönteminde evreni kapsayan örneklem rastgele seçilir (Büyüköztürk vd., 2014). Deney ve kontrol grupları rasgele atanmışlardır. Deney grubunda toplamda 33 ğrenci bulunurken, kontrol grubunda 29 ğrenci yer almaktadır. Deney grubundaki öğrencilerin 15'i kız, 18'i erkek ğrenci iken, kontrol grubunda 12 kız, 17 erkek ğrenci bulunmaktadır.

## Veri Toplama Araçları ve Veri Analizi

Veri toplama aracı olarak ğrencilerin Güneş tutulması ile ilgili fikirlerini belirlemek için üç açık uçlu soru içeren Kavramsal Anlama Testi (KAT) kullanılmıştır. Ayrıca deney ve kontrol grubundaki dokuz ğrenci ile ğretim öncesi ve ğretim sonrası yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. KAT'da yer alan soruların geçerliliğinin sağlanması için 2 fen eğitimi uzmanının görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda düzenlen sorular bu kavramlara ilişkin ğretim almış bir sınıfta öğrenim gören toplam otuz 7. sınıf öğrencisine ve otuz altı beşinci sınıf öğrencisine uygulanmıştır. Elde edilen veriler sonucu KAT'da yer alan sorulara son şekli verilmiştir.

Açık uçlu soruların analizinde dört kategoriden oluşan bir dereceli puanlama anahtarı kullanılmıştır. Bu kategorilerden tam doğru cevap kategorisi öğrencilerin soruya verdiği tam doğru cevabı ve doğru açıklamayı içerirken; kısmi doğru cevap kategorisi sorunun doğru cevabının içermekle birlikte cevaba ilişkin açıklama bulunmamaktadır. Bu kategoride yer alan cevaplarda yanlış hiçbir cevap yer almamaktadır. Bilimsel olarak kabul edilemez cevap ise yanlış cevapları ve yanlış açıklamaları, kavram yanlışlarını içermektedir. Kodlanamaz cevaplar sorudan bağımsız cevapları içermektedir. Sorulara verilen “Evet” ve “Hayır” cevapları sorular hakkında anlamlı bir sonuç vermediği için kodlanamaz kategorisinde analiz edilmiştir. Cevap yok kategorisi cevap vermeyen öğrencileri kapsamaktadır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınıp doğrudan yazılı hale getirilmiştir. Elde edilen veriler, KAT'daki öğrenci cevaplarını destekleyecek bir şekilde gruplandırılmıştır. Bu gruplandırma yapılırken kavram testi için kullanılan dereceli puanlama anahtarındaki dereceler esas alınmış ve görüşmelerin analizi yapılırken öğrenci cevapları bu derecelerin altına yazılmıştır. Görüşmeler metin haline getirilirken öğrenciler kodlanmıştır ve analizde bu kodlar kullanılmıştır. Yapılan görüşmenin öğretim öncesi veya sonrası mı gerçekleştiğini göstermek için kodlamanın başına öğretim öncesi ise ÖÖ, öğretim sonrası ise ÖS kodu, deney grubu ise DG, kontrol grubu ise KG olarak ve öğrenci numarası ile kodlanmıştır. Örneğin deney grubundaki Ö4 ile öğretim öncesi yapılan görüşme ÖÖDGÖ4 olarak kodlanmıştır.

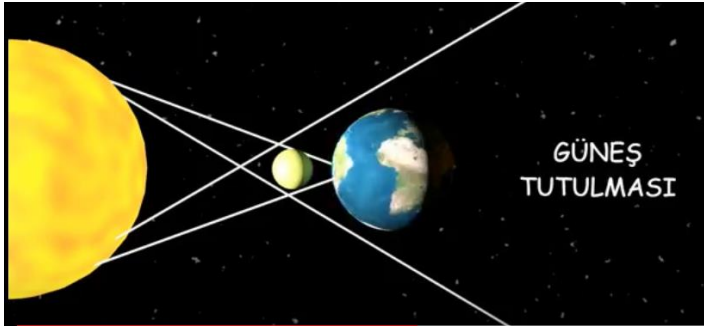
### Öğretim Süreci

Deney grubunda teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğretim yaklaşımına göre dersler işlenirken, kontrol grubunda Fen Bilimleri ders kitabına uygun olarak dersler işlenmiştir. Araştırmada kullanılmak üzere 2 ders planı hazırlanmıştır. Bu planlardan biri kontrol grubu öğrencilerinde kullanılmak için öğretim programına uygun işlenen sorgulamaya dayalı öğretim yaklaşımına uygun olarak hazırlanmıştır. Diğer plan ise deney grubu öğrencilerinde öğretim süreci için teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğretim yaklaşımını kullanarak hazırlanmıştır. Deney grubunda dersler 5E öğrenme modeline uygun olarak tasarlanmıştır. Öncelikle öğrenciler homojen çalışma gruplarına ayrılmıştır. Derse başlarken öğrenciler ile birlikte gökyüzü gözlemleri yapılarak öğrencilerin derse olan ilgilerinin artması amaçlanmıştır. Ardından araştırmacılar tarafından hazırlanan konu ile ilgili bir hikaye öğrencilere anlatılmıştır. Bu hikaye ile öğrencilerin Güneş tutulmasına yönelik sahip oldukları ön bilgilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Keşfetme basamağında öğrencilere Güneş tutulmasının nasıl gerçekleştiğine dair tahminlerini yapabilecekleri bir çalışma yaprağı verilmiş ve öğrencilerin tahminlerini kaydetmelerini

istenmiştir. Güneş tutulması öğrencilerin günlük yaşamlarında sıklıkla karşılaştıkları bir durum olmadığı için ve öğretim sürecinde öğrencilerin güneş tutulmalarını gözlemlemeleri mümkün olmadığı için öğrenciler animasyonlar aracılığı ile Güneş tutulması gözlemlemiştir.

Bu çalışmada kullanılan animasyon için Autodesk programından yararlanılmıştır. Autodesk tarafından geliştirilen 3D StudioMax programı çizim ve üç boyutlu modelleme yapmak amacıyla kullanılan bir bilgisayar programıdır. Bu çalışmada ise söz konusu programı Güneş tutulmasının oluşumunu basit ve anlaşılabilir algoritmali bir animasyon şeklinde görselleştirip, öğrenciler için daha anlaşılır bir eğitim materyali oluşturmak için kullanılmıştır. Aşağıda Şekil 1’de deney grubundaki öğrenciler ile gerçekleştirilen teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğretim yaklaşımının keşfetme basamağında kullanılan animasyondan bir kesit gösterilmektedir. Şekil 1’de gösterilen modellerin büyüklükleri ve uzaklıkları temsildir.

**Şekil 1:** Güneş Sistemindeki Güneş, Dünya ve Ay’ın Büyüklükleri ile Orantılı Gösterimi



Açıklama basamağında öğrencilerin animasyonları gözlemleri sonucunda Güneş tutulmasının nasıl oluştuğuna ilişkin fikirlerini sınıfa açıklamaları istenmiş ve bu fikirler üzerinde tartışılmıştır. Ardından öğretmen tarafından Güneş tutulması ve nasıl gerçekleştiği öğretmen tarafından anlatılmıştır. Derinleştirme basamağında farklı tarihlerde dünyadan gözlemlenen Güneş tutulmalarına değinilmiş ve bu tutulmalar ile ilgili öğrenciler ile tartışılmıştır. Değerlendirme basamağında istasyon tekniği kullanarak öğrencilerden afiş hazırlamaları, hikaye yazmaları, kavram haritası hazırlamaları vb. istenilerek fikirlerinin değerlendirilmesi yapılmıştır.

## BULGULAR

Bu bölümde KAT ve yarı-yapılandırılmış görüşmelerin analizlerinden elde edilen bulgular özetlenerek sunulmaktadır.

KAT 1. sorusunda öğrencilere “Her ay Güneş tutulması gerçekleşir mi? Cevabınızı açıklayınız.” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin KAT 1. soruya verdikleri cevapların analizinden elde edilen bulgular Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Öğrencilerin KAT’taki 1. Soruya Verdikleri Cevaplardan Elde Edilen Bulgular

PUAN	SORU 1 CEVAP TÜRLERİ	DENEY GRUBU				KONTROL GRUBU			
		ÖN TEST		SON TEST		ÖN TEST		SON TEST	
		n	f (%)	n	f (%)	n	f (%)	n	f (%)
<b>BİLİMSEL OLARAK KABUL EDİLEBİLİR CEVAPLAR</b>									
4	TAM DOĞRU	-	-	1 (Ö32)	3.03	-	-	2 (Ö1,10)	6.89
3	KISMİ DOĞRU	2 (Ö3,30)	6.06	14 (Ö1,2,3,5, 7,10,11,12, 14,21,24,25, 30,33)	42.42	1 (Ö26)	3.44	12 (Ö3,5,6,8,13, 14,18,21, 22,23,25, 29)	41.38
	TOPLAM	2	6.06	15	45.45	1	3.44	14	48.27
<b>BİLİMSEL OLARAK KABUL EDİLEMEZ CEVAPLAR</b>									
2		16 (Ö1,2,4,5, 8,9,10,11, 12,21,23,24, 25,26,27,29)	48.48	9 (Ö4,9,13 20,22,23, 26,29,31)	27.27	6 (Ö3,16, 18, 21,24,29)	20.68	10 (Ö4,11,15,16, 17,19,20, 24,26,27)	34.48
1	KODLA-NAMAZ	15 (Ö6,7,12,14, 15,16,17,18, 19,20,22,28, 31,32,33)	45.45	9 (Ö6,8,15,16, 17,18,19,27, 28)	27.27	18 (Ö1,2,4,5, 6,7,8,9, 11,12,13, 14,15,19,20, 22,25,27)	62.06	5 (Ö2,7,9, 12,28)	17.24
0	CEVAP YOK	-	-	-	-	4 (Ö10,17,23,28)	13.79	-	-
	TOPLAM	33	100	33	100	29	100	29	100

KAT 1. soruda bilimsel cevaplarda öğrencilerden her ay Güneş tutulmasının gerçekleşmediği cevabı beklenmektedir. Bu cevabın açıklanması kısmında ise “Dünya, Güneş ve Ay’ın aynı doğrultu üzerinde ve farklı aralıklı (hizada) bulunmaları” gerektiğini ifade etmeleri beklenmektedir.

Bu soruda bilimsel olarak kabul edilebilir cevap veren deney grubu öğrencilerinin yüzdesi ön testte %6.06 iken bu cevap oranının son testte %45.45 olduğu gözlemlenmektedir. Kontrol grubu öğrencilerinin yüzdesinin ise ön testte %3.44’ten son testte %48.27’ye yükseldiği anlaşılmaktadır.

Deney ve kontrol grubu öğrencileriyle yapılan öğretim öncesi ve sonrası görüşmelerden elde edilen veriler aşağıda verilmiştir.

G: Her ay Güneş tutulması gzleleniyor mu?

KG1: Hayır.

G: Gzlelenmeme sebebi nedir?

KG1: Dünya'nın kendi eksenini etrafındaki dönüş süresi Ay'ın kendi eksenini etrafında dönüş süresinin farklı olması. Yani bir ayda Güneş tutulması konumuna gelemez. **(Bilimsel olarak kabul edilemez cevap kategorisi)**

Bu öğrenciden elde edilen verilere göre her ay Güneş tutulmasının gerçekleşmeme sebebini açıklayamamaktadır. Aynı öğrenciyle ğretim sonrası yapılan görüşmede;

G: Her ay Güneş tutulması gzlelenmekte midir?

SKG1: Hayır

G: Gzlelenmeme sebebi nedir?

SKG1: Iı, Dünya, Güneş ve Ay'ın aynı doğrultuda olmaması. **(Tam doğru cevap kategorisi)**

Bu ğrencinin KAT verilerine bakıldığında ğretim öncesinde verdiği cevap bilimsel olarak kabul edilemez cevap kategorisinde yer alırken, ğretim sonrasında verdiği ifade tam doğru cevap kategorisinde yer aldığı görülmektedir. Kontrol grubundan yapılan bir başka görüşmede;

G: Her ay Güneş tutulmasını gzlemleyebiliyor muyuz?

KG13: Hayır.

G: Bunun sebebi, gzlelenmeme sebebi neler olabilir?

KG13: Iı, Ay mesela Güneş tutulmasında Ay her zaman hareketli olduğu için her zaman Güneş'in önünde durmaz. **(Bilimsel olarak kabul edilemez cevap kategorisi)**

Yukarıda verilen ğrenci cevabına göre öğrencinin her ay Güneş tutulmasının gzlelenmeme sebebini açıklayamamaktadır. Aynı ğrencinin;

G: Her ay Güneş tutulması gzlelenmekte midir?

SKG13: Hayır gzlelenmemektedir.

G: Gzlelenmeme sebebi ne olabilir?

SKG13: Aynı doğrultuda değildir, Dünya-Güneş ve Ay. **(Kısmi doğru cevap kategorisi)**

Aynı Şekilde bu ğrencinin KAT verilerine göre ğretim öncesi bilimsel olarak kabul edilemez cevap kategorisinde, ğretim sonrası kısmi doğru kategorisinde yer aldığı gzlelenmektedir. Aynı Şekilde deney grubuyla da görüşmeler yapılmıştır. DG11 ile yapılan görüşme verileri aşağıda verilmektedir.



G: Her ay Güneş tutulması gözlemlenmekte midir?

ÖÖDGÖ11: Cık, gözlem olmaz. Genelde her ay birer birer değil veya ikişer ikişer değil. Bazı aylar 2 tane olabilir, bazı aylar birer tane şeklinde ifade etmektedir. **(Bilimsel olarak kabul edilemez cevap kategorisi)**

Aynı öğrenciyle öğretim sonrası yapılan görüşmeye göre;

G: Her ay Güneş tutulması gözlemleniyor mu?

ÖÖDGÖ11: Hayır.

G: Gözlemlenmeme sebebi nedir?

ÖÖDGÖ11: Ee, üçünün de aynı doğrultuda olmadığı için. **(Kısmen doğru cevap kategorisi)**

Bu öğrencinin KAT cevapları incelendiğinde öğretim öncesinde bilimsel olarak kabul edilemez cevap kategorisinde yer alırken, öğretim sonrasında kısmen doğru kategorisinde yer aldığı gözlemlenmektedir. Bu öğrenci öğretim sonrasında “Gerçekleşmez, çünkü her zaman aynı doğrultuda olmaz” cevabını vermiştir.

Uygulama sonrasında yapılan görüşmelerin çoğunda öğrencilerin verdiği cevapların “Dünya, Güneş ve Ay’ın aynı doğrultuda olmadıkları” şeklindedir. Bu şekilde verilen cevaplardan yola çıkarak, öğretimin öğrencilerin kavramsal anlamaları üzerinde etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Bu soruya verilen bilimsel olarak kabul edilemez cevapların deney grubu öğrencilerinde %48.48’den son testte %27.27’ye azaldığı gözlemlenmektedir. Bu cevap türünde kontrol grubu öğrencilerinin ise ön testte %20.68’den son testte %34.48’ye arttığı gözlemlenmektedir. Bu soruda bilimsel olarak kabul edilemez cevapların artması göze çarpmaktadır. Örnek olarak, DGÖ4 öğretim öncesi cevabına göre “Hayır, çünkü aralıklı bir süre ile gerçekleşir” ifadesi yer almaktadır. Aynı öğrencinin öğretim sonrası cevabına bakıldığında “Hayır, çünkü her ay yeniay evresinde olmaz” ifadesi yer almaktadır. Bu ifadelere göre öğrencide Güneş tutulmasının her ay gözlemlenmeme sebebinin anlaşılmadığı söylenebilmektedir.

Kodlanamaz cevap kategorisinde deney grubu ve kontrol grubu öğrencilerinde bir azalma gözlemlenmektedir. Özellikle deney grubu kodlanamaz cevap kategorisinde yer alan Ö32’nin tam doğru cevap kategorisine geçtiği gözlemlenmektedir. Cevap yok kategorisinde deney grubu öğrencilerinde öğretim öncesi ve sonrası kimse bulunmazken, kontrol grubu öğrencilerinde öğretim öncesi 4 kişi bulunurken son testte bu soruya cevap vermeyen öğrenci bulunmamaktadır.



KAT 2. soruda öğrencilere “Güneş tutulmasının gerçekleşmesi için Güneş, Dünya ve Ay’ın konumları nasıl olmalıdır?” sorusu yöneltilerek çizim yapımları ve cevaplarının nedenlerinin açıklamaları istenmiştir. Öğrencilerin KAT 2. soruya verdikleri cevapların analizinden elde edilen bulgular Tablo 2’de gösterilmektedir.

**Tablo 2:** Öğrencilerin KAT’daki 2. Soruya Verdikleri Cevaplardan Elde Edilen Bulgular

PUAN	SORU 2	CEVAP TÜRLERİ	DENEY GRUBU				KONTROL GRUBU			
			ÖN TEST		SON TEST		ÖN TEST		SON TEST	
			n	f (%)	n	f (%)	n	f (%)	n	f (%)
<b>BİLİMSEL OLARAK KABUL EDİLEBİLİR CEVAPLAR</b>										
4	TAM DOĞRU	-	-	1 (Ö5)	3.03	-	-	3 (Ö4,13,15)	10.39	
3	KİSMİ DOĞRU	17 (Ö2,3,5,7, 10,11,12,14, 15,17,22,23, 27,29,30, 32,33)	51.51	27 (Ö1,2,3,4, 6,9,10,11, 12,13,14,15, 18,19,20,21, 22,23,24,25, 26,27,28,29, 31,32,33)	81.81	19 (Ö1,3,4,5,6, 8,9,10,11, 15,16,17, 19,23,25, 29)	65.51	21 (Ö1, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 14, 16, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29)	72.41	
<b>TOPLAM</b>		<b>17</b>	<b>51.51</b>	<b>28</b>	<b>84.84</b>	<b>19</b>	<b>65.51</b>	<b>24</b>	<b>82.85</b>	
<b>2 BİLİMSEL OLARAK KABUL EDİLEMEZ CEVAPLAR</b>										
1	KODLA-NAMAZ	-	-	5 (Ö7,8,16, 17,30)	15.15	8 (Ö7,18,20, 21,24,26,27)	27.58	5 (Ö2,8,17, 18,19)	17.24	
0	CEVAP YOK	-	-	-	-	1 (Ö2)	3.44	-	-	
<b>TOPLAM</b>		<b>33</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>	

KAT 2. soruda öğrencilerden bilimsel cevaplarda Güneş-Ay-Dünya şeklinde bir çizim yapıp cevaplarını açıklamaları beklenmektedir. Bu cevabın açıklanması kısmında ise Dünya, Güneş ve Ay’ın aynı doğrultu üzerinden (hizada) ve farklı aralıkta bulunmaları gerektiğini ifade etmeleri beklenmektedir.

Bu soruya bilimsel olarak kabul edilebilir cevap veren deney grubu öğrencilerin yüzdesi ön testte %51.51 iken bu cevap oranının son testte %84.84 olduğu görülmektedir. Kontrol grubu öğrencilerinin yüzdesinin ise ön testte %65.51’den son testte %82.85’e yükseldiği anlaşılmıştır. Kullanılan iki öğretim yönteminin de öğrencilerin kavramsal anlamalarında etkili olduğu söylenebilir.

mektedir. Bu soruya verilen bilimsel olarak kabul edilemez cevapların deney grubu öğrencilerinde öğretim öncesi %48.48'den son testte %15.15'e azaldığı gözlemlenmektedir. Bu cevap türünde kontrol grubu öğrencilerinin ise öğretim öncesi %27.58'den öğretim sonrası %17.24'e azaldığı gözlemlenmektedir.

Kodlanamaz ve cevap yok kategorilerinde öğretim öncesi ve sonrası deney grubu öğrencilerinden yer alan olmamıştır. Kontrol grubu öğrencilerinde ise bu kategorilerde öğretim öncesi bir öğrenci bulunurken, öğretim sonrası öğrenci bulunmamaktadır. Cevap yok kategorisinde sadece öğretim öncesi kontrol grubundaki bir öğrenci yer almaktadır.

KAT 3. sorusunda öğrencilere bir görsel verilerek "Dünya'dan Güneş tutulmasını gözlemlemek için, Ay'ın hangi evrede olması gerekir? Cevabınızın nedenini açıklayınız." sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin KAT 3. soruya verdikleri cevapların analizinden elde edilen bulgular Tablo 3'de gösterilmektedir.

**Tablo 3:** Öğrencilerin KAT'taki 3. Soruya Verdikleri Cevaplardan Elde Edilen Bulgular

PUAN	SORU 3 CEVAP TÜRLERİ	DENEY GRUBU				KONTROL GRUBU			
		ÖN TEST		SON TEST		ÖN TEST		SON TEST	
		n	f (%)	n	f (%)	n	f (%)	n	f (%)
<b>BİLİMSEL OLARAK KABUL EDİLEBİLİR CEVAPLAR</b>									
4	TAM DOĞRU	2 (Ö8,32)	6.06	5 (Ö8,24,25,27,32)	15.15	-	-	4 (Ö1,8,10,17)	13.79
3	KİSMİ DOĞRU	4 (Ö10,11,22,27)	12.12	12 (Ö2,3,4,5,7,9,10,11,12,21,28,29)	36.36	4 (Ö1,6,20,21)	13.79	20 (Ö2,4,5,6,7,9,11,13,14,15,19,20,22,23,24,25,26,27,28,29)	68.96
<b>TOPLAM</b>		<b>6</b>	<b>18.18</b>	<b>17</b>	<b>51.51</b>	<b>4</b>	<b>13.79</b>	<b>24</b>	<b>82.85</b>
<b>BİLİMSEL OLARAK KABUL EDİLEMEZ CEVAPLAR</b>									
2		8 (Ö1,2,7,15,21,26,29,33)	24.24	10 (Ö1,14,15,16,17,22,23,26,30,33)	30.30	19 (Ö2,3,4,5,7,8,9,10,11,13,1,16,17,18,22,23,24,29)	65.51	4 (Ö12,16,18,21)	13.79
1	KODLANAMAZ	19 (Ö3,4,5,6,9,12,13,14,16,17,18,19,20,23,24,25,28,30,31)	57.57	6 (Ö6,13,18,19,20,31)	18.18	4 (Ö12,14,27,28)	13.79	1 (Ö3)	3.44
0	CEVAP YOK	-	-	-	-	2 (Ö19,26)	6.89	-	-
<b>TOPLAM</b>		<b>33</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

KAT 3. soruda bilimsel cevaplarda öğrencilerden Güneş tutulmasının gözlemlenmesi için Ay'ın yeniay evresinde olması gerektiği cevabı beklenmektedir. Bu soruya verilen bilimsel olarak kabul edilebilir cevap veren deney grubu öğrencilerin yüzdesi öğretim öncesi %18.18 iken bu cevap oranının öğretim sonrası %51.51 olduğu gözlemlenmektedir. Kontrol grubu öğrencilerinin yüzdesinin ise öğretim öncesi %13.79'dan öğretim sonrası %82.85'e yükseldiği gözlemlenmektedir. Bu kategoriye giren cevap veren DGÖ22 ile öğretim sonrası yapılan görüşmeden bir kesit şu şekildedir:

*G: Dünya'dan Güneş tutulmasını gözlemlemek için, Ay'ın hangi evrede olması gerekir?*

*ÖSDGÖ22: Yeniay evresinde olması gerekir. (Bilimsel olarak kabul edilebilir cevap kategorisi)*

Bu soruya verilen bilimsel olarak kabul edilemez cevapların deney grubu öğrencilerinde öğretim öncesi %24.24'ten öğretim sonrası %30.30'a arttığı gözlemlenmektedir. Bu cevap türünde kontrol grubu öğrencilerinin ise öğretim öncesi %65.51'den öğretim sonrası %13.79'a düştüğü gözlemlenmektedir. Kodlanamaz cevap kategorisinde her iki grup öğrencilerinde öğretim sonrası öğretim öncesine göre azalma gözlenmektedir. Cevap yok kategorisinde öğretim öncesi ve sonrası deney grubundan yer alan öğrenci bulunmamaktadır. Kontrol grubunda ise öğretim öncesi cevap vermeyen 2 öğrenci de bu soruya öğretim sonrası cevap verdiği gözlemlenmektedir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımının öğrencilerin Güneş tutulması kavramı ile ilgili kavramsal anlamaları üzerine etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik deney grubu öğrencilerinde Güneş tutulması animasyonların kullanıldığı sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımı ile gerçekleştirilmiştir. Kontrol grubunda ise fen bilimleri dersi öğretim programına göre dersler işlenmiştir. Hem deney hem de kontrol grubundaki öğrenciler öğretim sonrası KAT'da yer alan sorulara bilimsel cevap verme oranlarının arttığı sonucu ile karşılaşmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, kontrol grubu öğrencilerinde kullanılan sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımını öğrencilerin Güneş tutulması ile ilgili bilimsel cevaplar vermelerinde etkili olmuştur. Deney grubu öğrencilerinde öğretim öncesi ve sonrasında uygulanan KAT'tan elde edilen sonuçlar, öğretimin hem kavramsal anlamada hem de sistem modelini anlamakta olumlu yönde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımı ortokul öğrencilerinin kavramsal anlamalarında olumlu etkiye sahip olduğu söylenebilir. Sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımı kullanılarak işlenen derslerin

öğrencilerin akademik başarılarına, kavramsal anlamalarına veya kavramsal değişimlerine (Bostan Sarioğlan ve Bayırlı, 2017; Kayacan ve Selvi, 2017; Duran ve Dökme, 2018; Bostan Sarioğlan ve Fatih, 2020) etkisinin incelendiği çalışmalardaki çalışmalarla paralellik göstermektedir. Yapılan başka çalışmalarda, tahta destekli sorgulamaya dayalı öğretimin öğrencilerin akademik başarılarına önemli derece de etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Sarı ve Bakır Güven, 2013). Saka ve Akdeniz (2006) ise yaptıkları çalışmada bilgisayar destekli öğretimin kavramların öğretiminde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Teknolojinin öğretimde farklı yönleriyle kullanılması öğrencilerde birçok yönde olumlu etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Bir başka çalışmada da sorgulamaya dayalı öğretim öğrencilerin kavramsal anlamalarında ve akademik başarılarında olumlu etkisi gösterilmiştir (Kayacan ve Selvi, 2017). Sorgulamaya dayalı öğretimin daha birçok çalışmada da öğrencilerin kavramları öğrenmelerinde olumlu katkı sağladığı belirtilmektedir (Chen, vd., 2018). Bu çalışmada sorgulamaya dayalı öğretimin içine teknoloji animasyon kullanılarak entegre edilmiştir. Öğrencilerin öğretim sonrası bilimsel cevap verme oranları artarken, yanlış cevaplarında azalma olduğu sonucu ile karşılaşılmıştır. Buradan teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğretimin öğrencilerin kavramsal anlamalarında olumlu etkisi olduğu sonucu çıkartılabilir. Literatürde öğretimde teknoloji farklı şekillerde de kullanılmıştır. Küçüközer (2008) yaptığı çalışmada, 3D modeliyle Ay'ın evreleri ve mevsimler konusunun öğretiminde kullanmıştır. Bu yöntem ile öğretimin sonucunda fen bilgisi öğretmen adaylarının kavramsal değişimlerinde olumlu katkısı olduğu sonucuna varılmıştır. Küçüközer (2013) yaptığı bir başka çalışmada ise fen bilgisi öğretmen adaylarında bilgisayar modelleme destekli öğretimin kavramsal değişimi kolaylaştırdığı, ayrıca bu kavramsal anlayışların uzun süre korunduğu sonucuna varmıştır. Benzer olarak birçok çalışmada teknolojinin astronomi konularının öğretilmesini kolaylaştırdığını görüşünü savunmaktadır (Barnett, 2005).

Başka bir yandan öğrencilerin verdiği cevaplarda kavram yanlışları tespit edilmiştir. Üçüncü soruda öğrencilerde "Güneş tutulması için Ay'ın dolunay evresinde olması gerektiği", "Güneş tutulmasında Güneş Ay'ın üstünden geçiyor" gibi ifadeler ile karşılaşılmıştır. Bu cevaplar öğrencilerin Güneş tutulması ile ilgili yanlış bilgilere sahip olduklarını göstermektedir. Bu yanlış ifadelerle diğer çalışmalarda da rastlanılmaktadır (Taşcan, 2013).

Aşağıda bu araştırmanın sonuçları ışığında yapılacak diğer araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur: Bunlar;

- Yapılan çalışmada kullanılan görsel materyal ile öğretim başka çalışma grupları ile çalışılarak tekrarlanabilir. Böylece ortak veya farklı yönler ortaya konulabilir.

- Sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımına yönelik farklı bir animasyon hazırlanarak öğretim sürecinde kullanılabilir.
- Bu araştırmanın çalışma konusu Güneş tutulmasını içermektedir. Araştırmacılar fen bilimleri dersinde farklı ünite ve kazanımların teknoloji entegrasyonlu sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımına yönelik çalışabilirler.
- Öğrencilerde karşılaşılan kavram yanlışlarının giderilmesinde teknolojinin entegre edildiği farklı öğretim yaklaşımlarının kullanıldığı çalışmalar yürütülebilir.

## KAYNAKÇA

- Akben, N. (2015). The Effect of Open Inquiry-Based Laboratory Activities on Prospective Teachers' Misconceptions about Matter. *International Online Journal of Educational Sciences*, 7(3), 164 – 178.
- Army, T. T. (1994). *Explorations an Introduction to Astronomy*. Missouri: Mosby-Yearbook.
- Atwood, R. K. ve Atwood, V. A. (1997). Effects of Instruction on Preservice Elementary Teachers' Conceptions of the Causes of Night and Day and the Seasons. *Journal of Science Teacher Education*, 8(1), 1-13.
- Aydoğın, S., Güneş, B. ve Gülçiçek, Ç. (2003). Isı ve Sıcaklık Konusunda Kavram Yanılgıları. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 111-124.
- Barab, S., Hay, S.A., Squire, K., Barnett, M., Schmidt, R., Karrigan, K. ve Yamagata-Lynch, L. (2000). Virtual Solar System Project: Learning Through a Technology-Rich, Inquiry-Based, Participatory Learning Environment. *Journal of Science Education and Technology*, 9(1), 7-25.
- Barnett, M. (2002). Addressing Children's Alternative Frameworks of the Moon's Phases and Eclipses. *International Journal of Science Education*, 24(8), 859-879.
- Barnett, M. (2005). Using Virtual Reality Computer Models to Support Student Understanding of Astronomical Concepts. *Journal of Computers in Mathematics and Science Teaching*, 24(4), 333-356.
- Baxter, J. H. (1989). Children's Understanding of Familiar Astronomic Alevents. *International Journal of Science Education*, 11, 502–513.
- Bayram, Z. (2015). Öğretmen Adaylarının Rehberli Sorgulamaya Dayalı Fen Etkinlikleri Tasarlarken Karşılaştıkları Zorlukların İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(2), 15-29.
- Bell, R. L. ve Trundle, K. C. (2008). The Use of a Computer Simulation to Promote Scientific Conceptions of Moon Phases. *Journal of Research in Science Teaching*, 45(3), 346–372.
- Bevins, S. ve Price, G. (2016). Reconceptualising Inquiry in Science Education. *International Journal of Science Education*, 38(1), 17-29, DOI: 10.1080/09500693.2015.1124300.
- Bolat, Y. ve Karakuş, M. (2017). Kavram Temelli Disiplinler Arası Yaklaşımına Göre Tasarlanan Ünitenin Kavramların Kazandırılmasına Etkisi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 26-42.

- Bostan, A. (2008). *Farklı Yaş Grubu Öğrencilerinin Astronominin Bazı Temel Kavramlarına İlişkin Düşünceleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.
- Bostan Sarioğlan, A. ve Abacı, B. (2017). Sorgulamaya Dayalı Öğretimin “Lamba Parlaklığı” Kavramının Ortaokul 5.Sınıf Öğrencilerinin Başarısına Etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*,19(3), 164-171.
- Bostan Sarioğlan, A. ve Bayırlı, M. G. (2017). Sorgulamaya Dayalı Öğretiminin Ay’ın Evreleri Konusunda Öğrencilerin Kavramsal Anlamalarına Etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 147-154.
- Bostan Sarioğlan, A. ve Fatih, D. (2020). Ortaokul Öğrencilerinin Ay’ın Evreleri ve Hareketleri ile İlgili Bilişsel Yapılarına Sorgulama Temelli Öğretimin Etkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 1121-1133.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi.
- Can, Y. (2019). *Sorgulamaya Dayalı Öğrenme Yaklaşımının 7. Sınıf Öğrencilerinin Basınç Kavramı İle İlgili Kavramsal Anlamalarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.
- Can, S. ve Görecek Baybars, M. (2018). Secondary School Students’ Mental Models Regarding the Space. *Journal of Education and Learning*, 7(4), 122-135.
- Chen, J., Wang, M., Grotzer, T.A. ve Dede, C. (2018). Using a Three-Dimensional Thinking Graph to Support Inquiry Learning. *Journal of Research in Science Teaching*, 55(9), 1239-1263.
- Coştu, B., Ayas, A., ve Suat, Ü. (2007). Kavram yanılgıları ve olası nedenleri: Kaynama kavramı. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(1), 123-136.
- Çakır, R. ve Oktay, S. (2013). Teknoloji Destekli Beyin Temelli Öğrenmenin Öğrencilerin Akademik Başarıları, Hatırlama Düzeyleri ve Üst Bilişsel Farkındalık Düzeylerine Etkisi. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*,10(3), 3-23.
- Çepni, S. (2005). *Kuramdan Uygulamaya Fen ve Teknoloji*, (4.baskı). Pegem A Yayıncılık: Ankara.
- Demirel, Ö. (2005). Eğitimde Program Geliştirme. *Pegem A Yayıncılık*, Ankara.
- Duran, M. ve Dökme, İ. (2018). Araştırmaya Dayalı Öğrenme Yaklaşımının Kavramsal Anlama Düzeyi ve Bazı Öğrenme Çıktıları Üzerine Etkisi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), 545-563.



- Gobert, J. D. ve Clement, J. J. (1999). Effects of Student-Generated Diagrams Versus Student-Generated Summaries on Conceptual Understanding of Causal and Dynamic Knowledge in Plate Tectonics. *Journal of Research in Science Teaching*, 36(1), 39-54.
- Gülçiçek, Ç. ve Güneş, B. (2004). Fen Öğretiminde Kavramların Somutlaştırılması: Modelleme Stratejisi, Bilgisayar Simülasyonları ve Analogiler. *Eğilim ve Bilim*, 29, 134, 36-48.
- Gürkan, G. ve Kahraman, S. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Güneş Tutulması Kavramına İlişkin Bilişsel Yapılarının Ortaya Çıkarılması. 6. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi, Kongre Özet Kitapçığı, 323-328.
- Güven, G. ve Sülün, Y. (2012). Bilgisayar Destekli Öğretimin 8.Sınıf Fen ve Teknoloji Dersindeki Akademik Başarıya ve Öğrencilerin Derse Karşı Tutumlarına Etkisi. *Türk Fen Eğitim Dergisi*, 9(1), 68-79.
- İçel, R. (2011). *Bilgisayar Destekli Öğretimin Matematik Başarısına Etkisi: Geogebra Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Kalkan, H. ve Türk, C. (2015). The Effects of Planetariums on Teaching Specific Astronomy Concepts. *Journal of Science Education and Technology*, 24, 1-15.
- Kaya, G. ve Yılmaz, S. (2016). Açık Sorgulamaya Dayalı Öğrenmenin Öğrencilerin Başarısına ve Bilimsel Süreç Becerilerinin Gelişimine Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(2), 300-318.
- Kayacan, K. ve Selvi M. (2017). Öz Düzenleme Faaliyetleri İle Zenginleştirilmiş Araştırma-Sorgulamaya Dayalı Öğretim Stratejisinin Kavramsal Anlamaya ve Akademik Öz Yeterliğe Etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(5), 1771-1786.
- Küçüközer, H. (2013). Designing a Powerful Learning Environment to Promote Durable Conceptual Change. *Computers & Education*, 68, 482-494.
- Küçüközer, H., Bostan, A. ve Işıldak, R.S. (2010). İlköğretim Matematik Öğretmeni Adaylarının Bazı Astronomi Kavramlarına İlişkin Fikirlerine Öğretimin Etkileri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1), 105-124.
- Küçüközer, H., Korkusuz, M. E., Küçüközer, H. A. ve Yürümezoğlu, K. (2009). The Effect of 3D Computer Modeling and Observation-Based Instruction on the Conceptual Change Regarding Basic Concepts of Astronomy in Elementary School Students. *Astronomy Education Review*, 8(1).

- Küçüközer, H. (2008). The Effects of 3D Computer Modelling on Conceptual Change about Seasons and Phases of the Moon. *Physics Education*, 43(6), 632-636.
- Lim, B. (2001). *Guidelines For Designing Inquiry-Based Learning On The Web: Online Pro-Fessional Development Of Educators*. PhD Thesis, Indiana University
- Mill Eğitim Bakanlığı [MEB] (2018). İlkokullar ve ortaokullar fen bilimleri dersi ğretim programı. <http://ttkb.meb.gov.tr/>.
- Mill Eğitim Bakanlığı [MEB] (2013). İlkokullar ve Ortaokullar Fen Bilimleri Dersi ğretim Programı. <http://ttkb.meb.gov.tr/>.
- Mintzes, J., Wandersee, J. Ve Novak, J. (1997). *Meaningful Learning in Science: the Human Constructivist Perspective*. Handbook of Academic Learning (San Diego, CA: Academic Press).
- Ogan Bekiroğlu, F. (2007). Effects of model-based teaching on pre-service physics teachers' conceptions of the moon, moon phases, and other lunar phenomena. *International Journal of Science Education*, 29(5), 555-593.
- Perkins D. N. (1999). The many faces of constructivism. *Educational Leadership*, 57(3), 354-371.
- Perry, V. R. ve Richardson, C. P. (2001). *The New Mexico Tech Master of Science Teaching Program: an Exemplary Model of Inquiry-Based Learning*. 31st ASEE/IEEE Frontiers in Education Conference, Reno.
- Saka, A. ve Akdeniz, A. R. (2006). Genetik Konusunda Bilgisayar Destekli Materyal Geliştirilmesi ve 5E Modeline Göre Uygulanması. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 5(1), 129-135.
- Sarı, U. ve Bakır Güven, G. (2013). Etkileşimli Tahta Destekli Sorgulamaya Dayalı Fizik ğretiminin Başarı ve Motivasyona Etkisi ve ğretmen Adaylarının ğretime Yönelik Görüşleri. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 7(2), 110-143.
- Taşcan, M. (2013). *Fen Bilgisi ğretmenlerinin Temel Astronomi Konularındaki Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi (Malatya İli rneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Trumper, R. (2006). Teaching Future Teachers Basic Astronomy Concepts—Sun-Earth-Moon Relative Movements—At a Time of Reform in Science Education. *Research in Science Technology Education*, 24, 85.

- Ucar, S. ve Trundle, K. (2011). Conducting Guided Inquiry in Science Classes using Authentic, Archived, Web-Based Data. *Computers & Education*, 57(2), 1571-1582.
- Ünal Çoban, G. (2009). *Modellemeye Dayalı Fen Öğretiminin Öğrencilerin Kavramsal Anlama Düzeylerine, Bilimsel Süreç Becerilerine, Bilimsel Bilgi ve Varlık Anlayışlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Vosniadou, S. ve Brewer, W. F. (1994). Mental Models of the Day/Night Cycle. *Cognitive Science*, 18, 123-183.
- Wolf, S. J. ve Fraser, B. J. (2008). Learning Environment, Attitudes and Achievement Among Middle-School Science Students Using Inquiry-based laboratory activities. *Research in Science Education*, 38(3), 321-341.
- Yağbasan, R. ve Gülçiçek, Ç. (2003). Fen Öğretiminde Kavram Yanılgılarının Karakteristiklerinin Tanımlanması. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(13), 102-120.
- Yetişir, M. İ. (2016). Rehberli Araştırma-Sorgulamaya Dayalı Fizik Öğretimi: Öğretmen Adaylarının Akademik Başarıları ve Uygulama Hakkındaki Görüşlerinin İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 49(1), 159-182.
- Zeilik, M., Schau, C. ve Mattern, N. (1998). Misconceptions and Their Change in University-Level Astronomy Courses. *The Physics Teacher*, 36(1), 104-107.



# TÜRKİYENİN İHRACAT VE İTHALAT KOMPOZİSYONUNUN DIŞ TİCARET DENGESİ ÜZERİNE ETKİSİ: AB-15 ÜLKELERİ İÇİN İKİ YÖNLÜ PANEL ANALİZİ\*

The Effect of Turkey's Export and Import  
Composition on its Foreign Trade Balance:  
Bilateral Panel Analysis for EU-15 Countries

Gönderim Tarihi / Received: 04.05.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 02.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.731693>

Memduh Alper DEMİR<sup>1</sup>

**ÖZ:** Literatürde yer alan birçok çalışmaya göre gelir ve döviz kurunun dış ticaret dengesi- nin temel belirleyicileri oldukları görülmektedir. Ancak, sadece gelir ve kurun değil, ayrıca bir ülkenin ihracat ve ithalat kompozisyonları da o ülkenin dış ticaret dengesini etkileyebilmektedir. Bu çerçevede çalışmada, gümrük birliği sonrası dönemde Türkiye'nin ihracat ve ithalat kompozisyonunun Avrupa Birliği-15 (AB-15) ülkeleri ile olan iki yönlü dış ticaret dengesine etkisi incelenmiştir. Çalışmanın dönemi 1997-2018 arasındır. Çalışmada ihracat kompozisyonu, Türkiye'nin AB-15 ülkesinden herhangi birine yaptığı tekstil, giyim eşyası, deri ve ilgili ürünler, gıda ürünleri, içecekler ve tütün mamulleri ihracatının o ülkeye yaptığı toplam ihracat içindeki payıdır. İthalat kompozisyonu ise Türkiye'nin AB-15 ülkelerinden herhangi birinden yaptığı orta ve orta-yüksek AR-GE yoğun ürün ithalatının o ülkeden yaptığı toplam ithalat içindeki payıdır. Ayrıca, geleneksel teoriye uygun olarak döviz kuru ve gelir değişkenleri modele ilave edilmiştir. Panel regresyon teknikleri sonuçlarına göre ihracat kompozisyonu dış ticaret dengesini negatif, ithalat kompozisyonu ise pozitif etkilemektedir. Ayrıca, Konya panel nedensellik testleri sayesinde ülke bazlı ihracat kompozisyonundan ve ithalat kompozisyonlarından dış ticaret dengesine doğru nedensellik incelenerek katsayı ve işaret sonuçları ortaya konulmuştur. Panel regresyon ve nedensellik sonuçlarına göre politika önerileri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İhracat Kompozisyonu, İthalat Kompozisyonu, Dış Ticaret Dengesi.

**ABSTRACT:** According to many studies in the literature, income and exchange rate are the main determinants of the foreign trade balance. However, not only income and exchange rates, but also the export and import compositions of a country can affect the foreign trade

\* İkincil veri ile çalışıldığı için bu çalışma etik kurul izni gerektiren çalışmalar arasında yer almamaktadır.

<sup>1</sup> Dr., Kastamonu Üniversitesi/ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü / İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Anabilim Dalı, mademir@kastamonu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9926-2611>

balance of that country. In this framework, this study has been examined the effect of export and import composition of Turkey on bilateral trade balance with European Union- 15 (EU-15) countries post custom union period. Time span of this study is 1997 to 2018. In this study, export composition of Turkey is the ratio of textiles, wearing apparel, leather and related products plus food products, beverages and tobacco export to total export for selected country. Import composition of Turkey is the ratio of high and medium-high R&D intensive products import to total import for selected country. Also, in accordance with the traditional theory, the exchange rate and income variables are added to the model. According to the results of the panel regression techniques, the export composition affects the foreign trade balance negatively and the import composition positively. Moreover, owing to Kónya panel causality tests, the country-based export composition and import compositions to the foreign trade balance, causality was examined and the results of the coefficient and sign were revealed. Policy suggestions were tried to be put forward according to panel regression and causality results.

**Keywords:** Export Composition, Import Composition, Trade Balance.

## GİRİŞ

Geleneksel teori ve birkaç ampirik çalışmada, gelirin ve döviz kurlarının dış ticaret dengesinin temel belirleyicileri olduğu belirtilmektedir. Ancak, ülkelerin ihracat ve ithalat kompozisyonları da ayrıca dış ticaret dengesini açıklayabilecek diğer faktörlerdir. Çünkü bazı mallar esnek olmayan, bazıları da katma değeri yüksek olan mallardır ve doğrudan veya dolaylı olarak gelir ve fiyat elastikiyetlerini ve dış ticaret dengesini etkilemektedir. Dolayısıyla ihracat ve/veya ithalat önemli ölçüde fiyat elastikiyeti olmayan ürünlerden oluşuyorsa, kuşkusuz dış ticaret dengesi üzerine etkileri olmaktadır (Tovar-Garcia ve Carrasco, 2019: 530).

Klasik teoriye göre gelir ve döviz kurları dış ticaret dengesini etkilemektedir. Dolayısıyla döviz kuru ve gelir değişimlerinin dış ticaret dengesini hangi mekanizmalar ile etkilediği önemli bir noktadır. Döviz kuru değişimlerinin etkisi iktisat literatüründe Marshall-Lerner koşulu ve J eğrisi konularına götürürken, gelir etkisi ise sürekli gelir hipotezi ve reel konjonktür teorisinin bakış açılarına götürmektedir.

İhracat ve ithalat esnekliklerinin mutlak değerleri toplamı 1'i geçerse, döviz kurundaki değer kaybının dış ticaret dengesini iyileştirmesi literatürde Marshall-Lerner koşulu olarak geçmektedir. Ancak, tüketim ve üretim dönemleri nedeniyle bir gecikme yaşanmaktadır. Dolayısıyla, ihracatın dövizdeki değer kaybına tepkisi ithalatın tepkisinden daha fazla zaman almakta ve bu başlangıçta ticaret dengesinde bozulmaya yol açmaktadır. Belli bir süre sonra ihracatın hacmi artmaya bu süre zarfında ithalatın payı azalmaya başlar ve böylece dış ticaret dengesi iyileşmektedir. Bu duruma literatürde J-eğrisi denilmekte-

dir (Çelik ve Kaya, 2010: 791). Döviz kurunun dış ticaret dengesi üzerine etkisi bu şekilde olmaktadır.

Esneklikler yaklaşımı üzerine kurulu olan bu görüş, gerekli koşulun sağlandığı ülkelerde ticaret dengesinin devalüasyonun hemen sonrasında daha da bozulmaya başlaması gibi sonuçlar vermiştir. Devalüasyonu takiben kısa dönemde ticaret dengesinin daha fazla açık vermesi ve belli bir zaman dilimi sonrasında düzelmeye başlaması grafik üzerinde J şeklinde bir yol izlediğinden bu durum J eğrisi kavramı olarak isimlendirilmiştir (Ay ve Özşahin, 2007: 3-4).

J-eğrisi etkisinin geçerli olması, kısa dönemde oluşan döviz kurundaki artışların dış ticaret açıklarını arttırmasına, ayrıca ihracatın, ithal mallara bağımlılığı yüksek derecede ise veya döviz kurundaki artış iç piyasa fiyatlarının artışına yol açıyorsa, uzun dönemde de yabancı paranın değerlendirilmesi dış ticaret dengesine olumlu etki yapmamaktadır (Karamelikli, 2016: 390).

Gelirdeki kalıcı ve geçici değişimler arasındaki ayrım, dış ticaret dengesinin zamanlar arası modellerinde vurgulanmıştır. Sachs vd. (1981) sürekli gelir hipotezi ile tüketimi bir araya getirerek, gelir ve tüketim aynı büyüklükte değiştiğinden, gelirdeki kalıcı bir artışın dış ticaret dengesini etkilemediğini göstermektedir. Gelirdeki geçici artış, değişimin kaynağına bağlı olarak dış ticaret dengesini artırabilir veya azaltabilir. Artış eğer toplam talepten kaynaklanıyorsa dış ticaret dengesi azalma eğilimindedir. Ancak, gelirdeki artış eğer toplam arzdan kaynaklanıyorsa dış ticaret dengesi artma eğilimindedir. Bu modelde, dış ticaret dengesi ile reel gelir arasındaki iş döngüsü üzerindeki negatif korelasyon, arz bozuklukları ile arz taleplerinin görece önemini yansıtmaktadır. Bu görüş reel konjonktür teorisi tarafından eleştirilmiştir. Reel konjonktür teorileri kaynaklı bakış açısı teknoloji şokuna bağlı olarak gelirdeki artışın dış ticaret dengesini azalttığını, çünkü yatırımın tasarruftan (gelir ve tüketim arasındaki fark) daha fazla arttığını göstermiştir. Bu nedenle, dış ticaret dengesinin konjonktürel davranışı, talep şoklarının önemini göstermez, fakat kalıcı verimlilik şoklarıyla bağdaşmaktadır. Ancak, geçici verimlilik şokları ile dış ticaret dengesi, tüketimde daha zayıf tepki ve yatırımda çok az tepki olması veya hiç tepki olmaması nedeniyle iyileşme eğilimindedir (Kim, 1996: 464). Gelirin dış ticaret dengesi üzerine etkisi de belirtildiği şekillerde olmaktadır.

Geleneksel teoriye göre kur ve gelir etkileri dış ticaret dengesini etkilemektedir. Ancak, burada önemli bir nokta, bir ülkenin sahip olduğu ihracat ve ithalat kompozisyonunun ne tarz mallara sahip olduğu da bir başka önemli konudur. Bir başka ifade ile ihracatında fiyat elastikiyetinin in-elastik olduğu malların ve ithalatında gelir elastik malların ne kadar miktarlarda olduğu da dış ticaret dengesini etkilemektedir. Bu çerçevede fiyat elastikiyetinin düşük



olduğu mallara örnek vermek gerekirse bazı ilaçlar, tütün ve tütün ürünleri, petrol, doğalgaz, temel gıda maddeleri, temel giysiler vb. sıralanabilmektedir. Yani bir malın fiyatı değişse dahi ona olan talebin kolaylıkla değişmediği mallardır. Bu noktada bir başka durum da gelir elastikiyetidir. Bir malın gelir elastik olması, bir tüketicinin geliri değiştiğinde o mala olan talep miktarı hemen değişebiliyorsa söz konusu malın gelir elastik olduğuna işaret eder. Bu çalışmada, Türkiye'nin Avrupa Birliği-15 ülkesi ile ticaretinde ihracat kompozisyonunda büyük oranda yer alan tekstil, giyim eşyası, deri ve ilgili ürünler, gıda ürünleri, içecekler ve tütün mamulleri sektörlerinin payı alınmaktadır. Bu mallar genellikle literatürde fiyat elastikiyetinin düşük ve hatta in-elastik olduğu mallar olarak geçmektedir. Bu ürünlerin ikamesi kolay kolay bulunmamaktadır. Çalışmada, ithalat kompozisyonunda ise Türkiye'nin ithal ettiği orta ve orta-yüksek AR-GE yoğun (havacılık, otomotiv, bilişim vb.) sektörlerin payı alınmaktadır. Bu sektörlerin ürünleri ise yüksek katma değere sahip gelir elastik, ancak fiyat in-elastik ürünler olarak tanımlanabilmektedir. Bu ürünlerin elastikiyet tanımlamalarında özellikle Tovar-Garcia ve Carrasco (2019) çalışması dikkate alınmıştır.

Orta ve orta-yüksek AR-GE yoğun ürünlerin ne olduğu OECD tanımlamalarına göre; hava ve uzay araçları ve ilgili makineler, ilaç, bilgisayar, elektronik ve optik ürünler, silahlar ve mühimmat, motorlu taşıtlar, römorklar ve yarı römorklar, tıbbi ve dişçilik aletleri, makine ve ekipman, kimyasallar ve kimyasal ürünler, elektrikli ekipman, demiryolu, askeri araçlar ve ulaşım, yazılım teknolojileri, bilişim teknolojilerini kapsamaktadır (Galindo-Rueda ve Verger, 2016: 10).

Türkiye'nin ihracat ve ithalat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisinin panel regresyon teknikleri ile incelendiği bu çalışmada, Avrupa Birliği-15 bölgesi dikkate alınmıştır. Bunun nedeni, Türkiye'nin söz konusu bölge ile ilgili ticarete bir gümrük birliği içerisinde oluşudur. Gümrük birliği üye ülkeler kendi aralarındaki gümrük tarifelerini kaldırdığı ve üçüncü ülkelere karşı ortak gümrük tarifesi uyguladığı bir ekonomik bütünleşme aşamasıdır. Bu sayede ihracat ve ithalat verileri üzerinde daha şeffaf sonuçlara sahip olunabilmektedir. Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki Gümrük Birliği anlaşması da 1996 tarihinde yapılmıştır. Bu tarihten itibaren Türkiye'nin AB ile yaptığı dış ticarete süreç içerisinde nitelik ve nicelik açısından değişmiştir. Bu çalışma ile anılan sürecin yaşattığı değişimin dış ticaret dengesine etkisi ortaya konulmaktadır.

Çalışmanın giriş kısmında teorik çerçeve, bir sonraki kısmında Türkiye'de ihracat ve ithalat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisini dikkate alan ilgili literatür ortaya konulmuştur. Literatür taramasından sonra çalış-

manın model ve veri seti oluşturulmuştur. Dördüncü bölümde ekonometrik yöntem ve ampirik bulgular verilmektedir. Sonuç kısmında ise ampirik bulgular çerçevesinde Türkiye-AB arasındaki dış ticaret ile ilgili politika önerileri tartışılmaktadır.

## LİTERATÜR TARAMASI

İktisat literatüründe döviz kuru ve gelirin dış ticaret dengesine etkisini ortaya koyan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Literatürde çok görülen bir dizi çalışma da, bir ülkenin ihracat ve ithalat kompozisyonlarının büyüme üzerine etkisi konusundadır. Ancak, ihracat ve ithalat kompozisyonunun bir ülkenin iki yönlü dış ticaret dengesine etkisini gösteren çalışma azdır. Bu çalışmaya en yakın olanlar; Wierds vd. (2014), Tovar-Garcia (2018), Tovar-Garcia ve Carrasco (2019) ve Carrasco ve Tovar-Garcia (2020)'nın çalışmalarıdır.

Wierds vd. (2014) çalışmalarında, 1988-2009 dönemi için Avrupa para sahasındaki ülkelerin 20 temel ticaret ortakları ile iki yönlü ihracatında yüksek ve orta-yüksek teknoloji ürün ihracatının kompozisyonunun etkisini incelemiştir. Sonuç olarak, Avrupa para sahası ülkelerinin ihracat kompozisyonundaki ürün artışlarının ihracatlarını pozitif anlamda etkilediği görülmüştür. Ancak, bu çalışma da dış ticaret dengesini ve ithalat kompozisyonunu dikkate alan bir çalışma değildir.

Carrasco ve Tovar-Garcia (2020) çalışmasında, AB üyesi ülkelerin farklı alt dönemlerini dikkate alarak yüksek teknoloji ürün ihracatı bağlamında ihracat kompozisyonunun iki yönlü imalat sanayi ürünlerinin dış ticaret dengesi üzerine etkisine bakmışlardır. Sonuçlar, ihracat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisinin pozitif olduğunu göstermektedir.

Tovar-Garcia (2018) çalışmasında, Rusya'nın doğalgaz ve petrol ihracatını dikkate alarak oluşturdukları ihracat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisine baktıklarında temel modelde ihracat kompozisyonunun bu dengeyi pozitif etkilediğini ortaya koymuşlardır. Ancak, etkileşim katsayıları dikkate alındığında, yani modeldeki ihracat kompozisyonu değişkeninin gelir ve döviz kuru ile çarpılıp oluşturulan değişkenlerin ise dış ticaret dengesini negatif etkilediği görülmüştür. Yazar bunu ihracat kompozisyonunun esas olarak gelir ve fiyat esneklikleri üzerindeki etkisinden dolayı ihracat performansını etkilediği şeklinde yorumlamaktadır.

Tovar-Garcia ve Carrasco (2019) yaptıkları çalışmada, Rusya'nın doğalgaz ve petrol ihracatını dikkate alarak ihracat kompozisyonu serisini, yüksek teknoloji ürün ithalatını dikkate alarak da ithalat kompozisyonu serisini oluşturmuş ve bunun dış ticaret dengesi üzerine etkisini iki yönlü ticaret bakış açısı ile

modellemişlerdir. Etkileşim katsayılarının dikkate alınmadığı temel modelde, hem ithalat hem de ihracat kompozisyonlarının dış ticaret dengesi üzerine etkisi pozitif çıkmıştır. Araştırmacıların yaptıkları çalışmada kullandıkları model, bu çalışmada da kullanılmıştır.

Türkiye’de genel anlamda literatürde ihracat ve ithalat kompozisyonlarının dış ticaret dengesi üzerine etkisinden daha çok, özellikle ihracat kompozisyonunun büyüme üzerine etkisini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. Bir kısım çalışmada, Türkiye’nin dış ticaret dengesi incelenirken, döviz kuru ve gelir etkilerine bakılmaktadır. Bir başka ifade ile ihracat ve ithalat kompozisyonlarının dış ticaret dengesi üzerine etkisi incelenmemiştir. İhracat ve ithalat kompozisyonlarının dış ticaret dengesi üzerine etkisini dikkate almayıp sadece iki yönlü ticarete döviz kuru ve/veya gelirin dış ticaret dengesi üzerine etkisi ile ilgili yapılan çalışmalar vardır. Bunlar; Çelik ve Kaya (2010), Bal ve Demiral (2012), Gümüştekin (2012), Durmaz (2015), Demiral (2016), Dedeoglu ve Oğut (2017), Akkaya (2018), Ari vd. (2019), Bahmani-Oskooee ve Durmaz (2019), Jaloudi ve Harb (2019) ve Öngör Horata (2019) şeklinde sıralanabilmektedir.

Gümüştekin (2012), Durmaz (2015), Ari vd. (2019) farklı ülke grubu ve/veya sektörler için kurulan farklı denklemlerde hem döviz kuru hem de gelirin dış ticarete etkisini hem pozitif hem de negatif çıkabildiğini ortaya koymuşlardır. Dedeoglu ve Oğut (2017), Bahmani-Oskooee ve Durmaz (2019) ise çalışmalarında, dış ticaret dengesi ile döviz kuru arasında asimetric bir ilişki bulmuşlardır. Demiral (2016), Öngör Horata (2019) döviz kurunun etkilerini pozitif bulurken, Öngör Horata (2019) Türkiye’nin gelirini anlamsız, ortaklarının gelirinin dış ticaret dengesi üzerine etkisini pozitif bulmuştur. Demiral (2016), Akkaya (2018) çalışmalarında ise, Türkiye’nin gelirinin negatif, ortaklarının gelirinin dış ticaret dengesi üzerine etkisini pozitif bulmuştur. Bal ve Demiral (2012) çalışmalarında, Türkiye-Almanya ticaret dengesini incelemişler ve döviz kuru etkisini kısa dönemde negatif, uzun dönemde pozitif bulmuşlardır. Aynı çalışmada, dış ticaret dengesi üzerine Türkiye’nin gelirinin etkisi negatif, Almanya’nın gelirinin etkisi ise pozitif bulunmuştur. Çelik ve Kaya (2010), Jaloudi ve Harb (2019) döviz kuru etkilerini pozitif bulurken, Jaloudi ve Harb (2019) gelirin dış ticaret dengesi üzerine etkisini negatif, Çelik ve Kaya (2010) ise pozitif bulmuşlardır.

Bu çalışmaların hiçbirinde bir değişken olarak ihracat ve/veya ithalat kompozisyonları modellere dâhil edilmemiştir. Akın ve Güneş (2018) çalışmalarında, ihracat ve/veya ithalat kompozisyonlarını modeline dâhil etmese de, Türkiye’nin dış ticaret kompozisyonundaki ürün karmaşıklığı ve reel döviz kurunun dış ticaret hadleri üzerine nedensellik etkisini incelemişlerdir. Ekonomik karmaşıklık endeksinden dış ticaret haddine doğru bir nedensellik bulmuşlar-

dır. Türkiye'nin genellikle orta düşük ve düşük teknoloji ürünlerin ihracatını yaptığını çıkarsamışlardır. Bu anlamda Akın ve Güneş (2018)'in yaptıkları çıkarsama modelimizde ihracat kompozisyonu açısından seçtiğimiz sektörlerin anlamlı bir seçim olduğuna gerekçe oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, literatürde Türkiye'nin ihracat ve ithalat kompozisyonlarının iki yönlü dış ticaret dengesi üzerine etkisini inceleyen çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan çalışmayı literatürdeki diğer çalışmalardan ayıran yön Türkiye için bu söz konusu kompozisyonların modele ilave edildiği ilk çalışma olması ve ülke bazlı olarak Konya nedensellik aracılığıyla işaret ve katsayı elde edilmesidir. Ayrıca AB-15 bölgesi ile Türkiye'nin gerek ihracat ve ithalat kompozisyonu gerekse de gelir ve kur etkilerini inceleyen çalışmaya rastlanılmamıştır. Son olarak ise çalışmanın analizinin yapıldığı dönem açısından günümüz dönemine en yakın veri seti olması da bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran diğer bir yön olarak çıkmaktadır.

## MODEL VE VERİ SETİ

Çalışmada kullanılan model, Tovar-Garcia ve Carrasco (2019)'nun modelinin basitleştirilmiş ve Türkiye'ye uyarlanmış biçimidir (Eşitlik 1);

$$\text{LnTB}_{\text{EU-TR}} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Ln}(\text{RGDPPC}_{\text{EU}} / \text{RGDPPC}_{\text{TR}}) + \alpha_2 \text{LnKUR} + \alpha_3 \text{LnEC} + \alpha_4 \text{LnIC} \quad (1)$$

Tovar-Garcia ve Carrasco (2019) fiyat esnekliğinin tahmini için reel efektif döviz kurunun kullanıldığını ayrıca  $\text{KUR} = (\text{RDK}_{\text{EU}t} / \text{RDK}_{\text{EU}t-1}) / (\text{RDK}_{\text{TR}t} / \text{RDK}_{\text{TR}t-1})$  şeklindeki gösterim sayesinde bir ülkenin para biriminin diğer ülke para birimleri karşısındaki göreceli değer artışı veya azalışını da dikkate almaktadır (Tovar-Garcia ve Carrasco, 2019: 538). Gelir esnekliğini tahmin etmek, bir başka ifade ile gelir etkisi tahmini için dış ticaret ortağı olan AB-15 ülkesinin kişi başına reel GSYH'sinin Türkiye'nin kişi başına reel GSYH'ne oranı  $(\text{RGDPPC}_{\text{EU}} / \text{RGDPPC}_{\text{TR}})$  kullanılmaktadır. Bu şekildeki bir kullanım literatürde Tovar-Garcia ve Carrasco (2019), Çelik ve Kaya (2010), Gu vd. (2014) tarafından kullanılmaktadır. Literatür kısmında belirtilen İhracat ve İthalat kompozisyonlarını değişkenlerinin ise iki yönlü ticaret dengesi üzerine etkisi inceleyen Wierds vd. (2014), Tovar-Garcia (2018), Tovar-Garcia ve Carrasco (2019) ve Carrasco ve Tovar-Garcia (2020) çalışmaları vasıtası ile de EC ve IC değişkenleri oluşturulmuştur.

Modelde yer alan değişkenler, tanımı, veri kaynakları Tablo 1'de gösterilmiştir. Panel veri seti, Türkiye'nin 1997-2018 dönemi için AB-15 ülkeleri için iki yönlü ticareti çerçevesinde ele alınmıştır. AB-15 ülkeleri içerisinde Büyük Britanya mevcuttur. Büyük Britanya 2020 tarihinde birlikten çıkmıştır. Dolayısıyla analiz döneminde birlik içerisinde değildir. AB -15 ülkelerinin seçilmesinin nedeni

analiz dönemi boyunca bu ülkelerin ve Türkiye'nin Gümrük birliği üyesi ülke olması dolayısıyla dış ticaretteki tarife etkilerinin tüm analiz için ortak olduğunun düşünülmesidir. Daha önce belirtildiği üzere analizin başlangıç yılı olarak 1996 yılında Türkiye'nin Gümrük birliği üyeliğinden dolayı, 1997 itibari ile iktisatta etkilerinde gecikmeli olduğu düşünülmüş, 1997 yılı dikkate alınmıştır. Verilerin doğal logaritması alınmıştır. Burada EU ibaresi EU-15 ülkesini, TR ibaresi ise Türkiye için kullanılmaktadır.

**Tablo 1:** Model Değişkenlerinin Tanımı ve Veri Kaynakları

Değişken	Tanım	Veri Kaynağı
$\text{LnTB}_{\text{EU-TR}}$	Toplam ihracatın toplam mal ithalatına oranı olarak ölçülen ikili ticaret dengesidir. Bir başka ifade ile Türkiye'nin analizdeki bir AB ülkesi ile yaptığı toplam ihracatının toplam ithalatına oranıdır.	OECD STAN İki Yönlü Ticaret İstatistikleri
$\text{Ln}(\text{RGDPPC}_{\text{EU}} / \text{RGDPPC}_{\text{TR}})$	Gelir esnekliğini tahmin etmek, bir başka ifade ile gelir etkisi tahmini için dış ticaret ortağı olan AB-15 ülkesinin kişi başına reel GSYH'sinin Türkiye'nin kişi başına reel GSYH'ne oranı.	Dünya Bankası Dünya Kalkınma İstatistikleri
$\text{LnKUR}$	Fiyat elastikiyetini tahmin etmek için bu modellere ilave edilen kur değişkeni olarak enflasyondan arındırılmış ülkelerin Reel Döviz Kurları (RDK) kullanılmıştır. Türk lirasının AB-15 ülkelerinin para birimleri karşısında göreceli değer artışı veya azalışını da dikkate almak açısından şu şekilde bir formülle oluşturulmuştur; $\text{KUR} = (\text{RDK}_{\text{EU}t} / \text{RDK}_{\text{EU}t-1}) / (\text{RDK}_{\text{TR}t} / \text{RDK}_{\text{TR}t-1})$	Dünya Bankası Dünya Kalkınma İstatistikleri Türkiye'nin endeksi için FRED (Federal Reserve Bank of St. Louis) den alınan aylık serilerin senelik ortalaması alınarak oluşturulmuştur.
$\text{LnEC}$	Türkiye'nin AB-15 ülkesinden birine yaptığı tekstil, giyim eşyası, deri ve ilgili ürünler, gıda ürünleri, içecekler ve tütün mamulleri ihracatının o ülke ile yaptığı toplam ihracat içindeki payı	OECD STAN İki Yönlü Ticaret İstatistikleri
$\text{LnIC}$	Türkiye'nin AB-15 ülkelerinden birinden yaptığı orta ve orta-yüksek AR-GE yoğun ürün ithalatının o ülke ile yaptığı toplam ithalat içindeki payı	OECD STAN İki Yönlü Ticaret İstatistikleri

Çalışmada yer alan bu verilerin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2:** Çalışmada Kullanılan Verilerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişken	Gözlem	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
LnTB <sub>EU,TR</sub>	330	-0.411478	0.6476901	-3.365685	1.441446
Ln(RGDPPC <sub>EU</sub> /RGDPPC <sub>TR</sub> )	330	1.396492	0.3914116	0.438128	2.518373
LnKUR	330	-0.0050953	0.0976992	-0.1798136	0.2435965
LnEC	330	-1.114447	0.449155	-3.055321	-.3085747
LnIC	330	-0.6051151	0.5147537	-3.711189	-0.1024269

## EKONOMETRİK YÖNTEM VE AMPİRİK BULGULAR

Bu çalışmada, ihracat ve ithalat kompozisyonunun Türkiye ile AB15 ülkeleri arasındaki iki yönlü ticaret dengesi üzerinde etkisinin tespiti için panel regresyon teknikleri uygulanmıştır. Bu çerçevede çalışmada yer alan verilerin durağanlığını tespit etmek açısından birim kök testi yapılmıştır. Ancak, birim kök testinin tespiti açısından ilk önce heterojenlik ve yatay kesit bağımlılığı testleri aracılığıyla yapılacak birim kök testi seçilmiştir. Serilerdeki durağanlığın tespitinden sonra klasik panel regresyon tekniklerinin kullanılabilmesi tespit edilmiştir. Bu tespitten sonra Hausman model seçimi, otokorelasyon ve değişen varyans testleri sonuçları dikkate alınarak ideal regresyon tekniği ortaya konulmuştur. Sonuç olarak, Eşitlik 1'deki modelin analizi için yatay kesit bağımlılığı, otokorelasyon ve değişen varyans altında çalışan uygulanabilir genelleştirilmiş en küçük kareler (feasible generalized least squares - FGLS) ile panel düzeltmeli standart hatalarla doğrusal regresyon (linear regression with panel-corrected standard errors - PCSE) teknikleri ile analiz edilmiştir. Tek bir regresyon tekniği yerine mümkün olan iki teknik ile analizin yapılmasının nedeni sonuçların karşılaştırılarak anlamlılık ve işaret açısından sonuçların dirençli olup olmadığını gösterebilmektir. Son olarak, çalışmada ülke bazlı ihracat ve ithalat kompozisyonu ile dış ticaret dengesi arasında nedensellik olup olmadığı, varsa işaretinin tespiti açısından Kónya nedensellik testi yapılmıştır.

Çalışmada ilk olarak, seçilecek birim kök testinin tespiti için gerekli olan delta testi yapılmıştır. Bu testle, modelde kullanılan değişkenlerin homojen veya heterojen eğim katsayılarına sahip olup olmadığı belirlenmektedir.

Pesaran ve Yamagata (2008) eğim katsayılarının homojenliğinin testi için iki eşitlik kullanmışlardır. Bunlar;  $\tilde{\Delta}$  (delta) ve  $\tilde{\Delta}_{adj}$  (düzeltilmiş delta) eşitlikleridir;

$$\tilde{\Delta} = \sqrt{N} \left( \frac{N^{-1}\tilde{S} - k}{\sqrt{2k}} \right) \quad (2)$$

$$\tilde{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left( \frac{N^{-1}\tilde{S} - E(\tilde{Z}_{iT})}{\sqrt{\text{Var}(\tilde{Z}_{iT})}} \right) \quad (3)$$



Eşitlik 2 ve 3'ten hesaplanan değerleri dikkate alarak oluşturulan delta testinde  $H_0$  hipotezi hesaplanan eğim katsayılarının homojen olduğu anlamına gelmektedir (Pesaran ve Yamagata, 2008: 57). Tablo 3'de delta testi sonuçları ortaya konmaktadır.

**Tablo 3:** Delta Testi Sonuçları

Test	Test İstatistiği	Olasılık Değerleri
Delta	9.531	0.000
Düzeltilmiş Delta	11.177	0.000

Tablo 3'teki sonuçlara göre  $H_0$  hipotez reddedilmiştir. Dolayısıyla oluşturulan modeldeki değişkenler heterojendir. Heterojen olduğuna karar verilen değişkenlerin yatay kesit bağımlılığı test edilmektedir. Yatay kesit bağımlılıkları hem model için hem de değişken bazlı olarak ortaya konulmuştur.

Seriye gelebilecek olan bir içsel veya dışsal şok durumunda yatay kesit birimlerinin birbirinden etkilenip etkilenmediği yani seride birimler arasında korelasyonun varlığı bir başka ifade ile yatay kesit bağımlılığı olup olmadığı kullanılacak panel birim kök testlerinin türünü belirlemektedir (Tatoğlu, 2018: 105; Erataş-Sönmez ve Sağlam, 2019: 97).

Breusch ve Pagan (1980)  $X^2$  dağılımını dikkate alan test istatistiğini geliştirmiş olup, her bir birim için kurulan eş bütünleşme ya da hata düzeltme modelinin kalıntıları arasında korelasyon olup olmadığının sınanması için kullanılmaktadır. Bu test yatay kesit sayısının zaman boyutundan küçük olduğu durumlar için uygundur (Tatoğlu, 2018: 237-238). Pesaran, Ullah ve Yamagata (2008) LM (Lagrange Çarpanı) istatistiğinin varyansını ve tam ortalamasını kullanarak LM testinin değişime uğramış bir varyasyonu olan sapma ayarlı bir test önermektedir (Pesaran vd., 2008: 108). Ayrıca Monte-Carlo simülasyonları sonucunda küçük örneklerde sapma ayarlı LM testinin güçlü ve dengeli olduğunu ortaya koymuştur (Pesaran vd., 2008: 121). Çalışmada yatay kesit boyutu 15, zaman boyutu ise 22 olduğundan yatay kesit bağımlılığı için Breusch ve Pagan (1980) LM ve LM testinden üretilen Pesaran, Ullah ve Yamagata (2008) sapma ayarlı LM (bias-adjusted LM) testleri seçilmiştir.



**Tablo 4:** Model ve Değişkenlerin Yatay Kesit Bağımlılığı Testi Sonuçları

Model		
Testin Adı	Test İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
LM Testi	239.9	0.000
Sapma Ayarlı LM Testi	17.16	0.000
LnTB <sub>EU-TR</sub>		
LM Testi	174.358	0.000
Sapma Ayarlı LM Testi	16.275	0.000
Ln(RGDPPC <sub>EU</sub> / RGDPPC <sub>TR</sub> )		
LM Testi	214.661	0.000
Sapma Ayarlı LM Testi	24.823	0.000
LnKUR		
LM Testi	340.538	0.000
Sapma Ayarlı LM Testi	13.645	0.000
LnEC		
LM Testi	194.250	0.000
Sapma Ayarlı LM Testi	8.206	0.000
LnIC		
LM Testi	158.692	0.001
Sapma Ayarlı LM Testi	14.286	0.000

Tablo 4 incelendiğinde, hem model hem de değişkenlerde yatay kesit olduğu söylenebilmektedir. Yani gerek model gerekse de değişkenler için kesit bağımsızlığını ifade eden sıfır hipotezi kabul edilmemektedir. Bu çerçevede, çalışmada, yatay kesit bağımlılığının varlığından dolayı ikinci nesil birim kök testlerinden hem yatay kesit bağımlılığını hem de heterojenliği dikkate alan CADF testinin yapılması gerekmektedir.

Pesaran (2007) hata terimlerinin faktör yapılarını tahminleyen bir test yerine yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ve kesit açısından uyarlanmış bir test geliştirmiştir. Bu testin boş hipotezi serinin durağan olduğu anlamına gelmektedir. Seri durağandır boş hipotezi altında değişkenler için ortaya çıkan t istatistik değerleri, Pesaran (2007) kritik değerleri ile karşılaştırılır. CADF testi yatay kesit birimi sayısının zaman boyutundan küçük veya büyük olduğu durumlarda da etkin sonuçlar vermektedir (Erataş-Sönmez ve Sağlam, 2019: 98-99). Tablo 5'te CADF birim kök testi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 5:** CADF Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	t-bar	cv10	cv5	cv1	Z(t-bar)	Olasılık
LnTB <sub>EU-TR</sub>	-2.349	-2.140	-2.250	-2.450	-2.313	0.010**
Ln(RGDPPC <sub>EU</sub> / RGDPPC <sub>TR</sub> )	-2.162	-2.140	-2.250	-2.450	-1.566	0.059**
LnKUR	-3.254	-2.140	-2.250	-2.450	-5.924	0.000*
LnEC	-1.608	-2.140	-2.250	-2.450	0.645	0.741
LnIC	-2.149	-2.140	-2.250	-2.450	-1.514	0.065***

Not: Birim kök testi sonuçları sabitli modele göredir. Gecikme sayısı 1 olarak alınmıştır. Kritik değerler Pesaran (2007) makalesinden elde edilmiştir. \*, \*\*, \*\*\* işaretleri sırasıyla % 1, % 5 ve % 10 anlamlılık düzeyleridir.

Tablo 5'teki sonuçlara göre LnEC değişkeni dışında tüm değişkenler durağan çıkmıştır. Dolayısıyla çalışmaya geleneksel panel regresyon modellerinden devam edilmektedir. Eş bütünleşme testi ve eş bütünleşme konseptinden türeyen modellemelere gerek duyulmamıştır. Bu çerçevede regresyon modeline geçmeden önce ilk olarak yapılacak olan model seçimi (sabit veya rassal), değişen varyans, otokorelasyon testleridir.

Rassal etkili modellerde hata teriminin bileşenleri ile modeldeki bağımsız değişkenlerin ilişkisiz olduğu varsayımı geçerlidir. Sabit etkiler modelinde bu söz konusu varsayım yoktur. Hausman testi bu varsayıma dayandırılarak geliştirilmiştir. Bu rassal etkiler için ortaya konulan varsayım gerçekleşmiyor yani hata teriminin bileşenleri ile modeldeki bağımsız değişkenler ilişkili oluyorsa sabit etkili modelin tahminçileri daha etkili olmaktadır. Dolayısıyla sabit etkiler modelini seçmek anlamlı olmaktadır. Bu çerçevede Wald kriterine dayanan Hausman test istatistikleri oluşturulmuştur (Güriş, 2015: 37). Eğer testte bulunan olasılık değeri (Prob>chi<sup>2</sup>) 0.05 den küçük ise sabit etkiler modeli seçilmektedir (Torres-Reyna, 2007: 29). Tablo 6'daki Hausman testi sonuçları sabit etkiler regresyonunun uygun olduğunu göstermektedir.

**Tablo 6:** Hausman Testi Sonuçları

Test İstatistiği (Olasılık Değeri)	H <sub>0</sub> : Rassal etkiler modeli uygundur.
38.11 (0.000)	H <sub>0</sub> hipotezi RET

Otokorelasyon, katsayıların standart hatalarının gerçekte olduğundan daha küçük ve daha yüksek R<sup>2</sup> değerinde olmasına neden olur. Panel verilerde otokorelasyonun tahmini için Wooldridge'nin otokorelasyon testi yapılmaktadır. Bu testin H<sub>0</sub> hipotezi 1. Dereceden otokorelasyonun olmadığıdır. Eğer testte yer alan olasılık değeri (Prob>F) 0.05'den küçük ise boş hipotez reddedilerek otokorelasyonun varlığı görülmektedir (Torres-Reyna, 2007: 36). Tablo 7'deki sonuçlar otokorelasyonun olduğunu göstermektedir.

**Tablo 7: Değişen Varyans ve Otokorelasyon Testleri Sonuçları**

Değişen Varyans Test Sonuçları	Otokorelasyon Test Sonuçları
chi2 (15) = 1625.32	F( 1, 14) = 15.822
Prob>chi2 = 0.0000	Prob > F = 0.0014

Uygulanabilir genelleştirilmiş en küçük kareler (FGLS) tekniği, Parks (1967) tarafından geliştirilmiş ve büyük örneklerde uygun sonuçlar tespit etmektedir. FGLS tekniği iki ardışık düzeltme yapmaktadır. İlk olarak hatalardaki otokorelasyonu sonrasında ise yatay kesitsel bağımlılığını ortadan kaldırmaktadır (Nargeleçekenler, 2009: 60). Ayrıca değişen varyans durumunu da dikkate almaktadır. Bu modelin uygulanabilirliği  $N < T$  olan yani yatay kesit boyutunun zaman boyutundan düşük olduğu panellerde söz konusudur. Model iyimser standart hatalar üretme eğilimindedir. FGLS yaklaşımının otokorelasyon, değişen varyans ve yatay kesit bağımlılığı durumunu dikkate alabilmesi için uygulamasında regresyonun opsiyon menüsünden bu durumlar seçilerek regresyon çalıştırılmalıdır (Torres-Reyna, 2007: 38).

Beck ve Katz (1995), yatay-kesitsel bağımlılığı, otokorelasyon ve değişen varyans problemlerine karşı panele göre standart hataları düzeltebilen (PCSE) yaklaşımını geliştirmişlerdir. Diğer bir ifadeyle PCSE modeli ile bu problemlerin teki veya birçoğunun olması halinde standart hatalar düzeltilebilmektedir. Beck ve Katz (1995) eserlerinde, Parks (1967) tarafından çıkartılan FGLS yaklaşımını revize etmişlerdir. PCSE yaklaşımı da düzeltme işlemleri kullanmaktadır. Öncelikle otokorelasyon yapısını yok ettikten sonra hatalardaki yatay kesitsel bağımlılığı ve değişen varyansı düzeltmektedir. PCSE yaklaşımının Monte Carlo simülasyon çalışmaları ile iyi performans gösterdiği ortaya konulmuştur (Nargeleçekenler, 2009: 59-61). PCSE yaklaşımının bu sayılan problemleri dikkate alarak uygulanabilmesi için opsiyon menüsünden bu durumlar seçilerek regresyon çalıştırılmalıdır (Torres-Reyna, 2007: 38). FGLS ve PCSE regresyon sonuçları Tablo 8'de gösterilmektedir.

**Tablo 8:** Çalışmanın Modeline İlişkin Regresyon Bulguları

Bağımsız Değişken/ Regresyon Tekniği	FGLS				PCSE			
	Katsayı	Standart Hata	z	P >  z	Katsayı	Standart Hata	z	P >  z
$\ln(\text{RGDPPC}_{\text{EU}} / \text{RGDPPC}_{\text{TR}})$	-0.566	0.0789	-7.17	0.000*	-0.570	0.147	-3.87	0.000*
$\ln\text{KUR}$	0.583	0.090	6.41	0.000*	0.700	0.099	7.06	0.000*
$\ln\text{EC}$	-0.308	0.029	-10.43	0.000*	-0.334	0.080	-4.13	0.000*
$\ln\text{IC}$	0.429	0.040	10.56	0.000*	0.459	0.093	4.94	0.000*
Sabit	0.145	0.136	1.06	0.287	0.136	0.236	0.58	0.565
Modelin Anlamlılığı	Wald chi2(4) = 466.44 Prob > chi2 = 0.0000*				R-squared = 0.4859 Wald chi2(4) = 118.05 Prob > chi2 = 0.0000*			

Not: \* %5 de anlamlılığı vermektedir.

Model sonuçlarına göre ilk olarak nispi gelir değişkeni negatif ve anlamlıdır. Bu çerçevede AB-15 ülkesinin reel kişi başına gelir artışı Türkiye'nin ticaret dengesini bozmaktadır. Bu durum Jaloudi ve Harb (2019) çalışmasını desteklemektedir.

Nispi kur değişkeni pozitif ve anlamlıdır. Bu değişken iki yönlü dış ticaret dengesinin fiyat değişimlerine karşı esnek olmadığını gösteren küçük bir katsayıdır. Bu sonuç, Türk lirasının değer kaybetmesinin Türkiye'nin dış ticaret dengesini geliştirdiği yönünde yorumlanmaktadır. Çıkan bu sonuç, Çelik ve Kaya (2010), Demiral (2016), Akkaya (2018), Jaloudi ve Harb (2019) ve Öngör Horata (2019)'nın sonuçları ile örtüşmektedir. Sonuç olarak, Türk lirasındaki değer kaybının ihracatı arttırdığı ve ithalatı azalttığı birçok çalışma ile örtüşmektedir. Bu çalışmada uzun ve kısa dönem etkileri analiz edilmediği için Türkiye'de J eğrisi etkisi durumunu görmemiz mümkün olmamaktadır.

Analizde tekstil ve gıda maddeleri ihracatını içeren ihracat kompozisyonu değişkeni negatif ve istatistiki olarak anlamlıdır. Türkiye'nin AB-15 bölgesi ile ikili ticaretinde ihracat kompozisyonu dış ticaret dengesini negatif etkilemektedir. Yani Türkiye'nin tekstil ve gıda sanayisindeki ihracatının toplam ihracatı içerisindeki payının sürekli artışının Türkiye'nin ilgili AB-15 ülkesi ile yaptığı toplam ihracat değişkeninin hiç değişmediği varsayımı altında payda kısmının sürekli büyümesidir. Yani Türkiye'nin ithalatı sürekli artmaktadır. Bir başka ifade ile bu ürünlere AB-15 ülkeleri bağımlı değilken biz onların ithal mallarına daha çok bağımlı olduğumuz gözlenmektedir.

Türkiye'nin orta ve yüksek teknolojlili ürünler ithalatını içeren ithalat kompozisyonu değişkeni pozitif ve istatistiki olarak anlamlıdır. Türkiye'nin AB-15 bölgesi ile ikili ticaretinde ithalat kompozisyonu dış ticaret dengesini pozitif etkilemektedir. Bir başka ifade ile AB-15 bölgesinden yapılan orta ve yüksek

teknolojili ürün ithalatının dış ticaret dengesini arttırdığı gözlenmektedir. Yani dış ticaret dengesinde payda kısmı ithalat olduğundan bu pozitiflik ihracatının artışı ile olacaktır. Bu artışın olabilmesi için Türkiye'nin bu aldığı yüksek teknolojili ürünleri ara ve yatırım malı olarak alıp bu mallar sayesinde ürettiği nihai malları ihraç ederek gelir sahibi olduğu düşünülebilmektedir.

Regresyon bulguları yorumlandıktan sonra ayrıca ülkeler bazlı ihracat ve ithalat kompozisyonları ile dış ticaret dengesi arasında bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığını ve analizdeki 15 Avrupa Birliği ülkesinin her birinde bu nedensellik ilişkisinin varlığı ve pozitif veya negatif yönlü olduğunu tespiti açısından Konya nedensellik testi yapılmaktadır.

Konya (2006) panel nedensellik testi, Granger nedensellik testine dayanmaktadır. Konya (2006) panel nedensellik testi, yatay kesit bağımlılığı ve heterojenliği dikkate almaktadır. Bootstrap tekniğini kullanarak, SUR (seemingly unrelated regressions- görünüşte ilişkisiz regresyonlar) yöntemi ile kritik değerleri elde edebilmektedir. Konya (2006) panel nedensellik testinde SUR yöntemi dikkate alınarak ve denklemler iki grubu ayrıştırılarak her bir kesit için çözüm elde edilebilmektedir (Tütüncü, 2020: 36). Sonuç olarak, Konya (2006) panel nedensellik testi sadece yatay kesit bağımlılığı ve heterojenliğe bakmaktadır. Seriler arasında eş bütünlük ilişkisinin varlığı ya da birim kök varlığına bakılmamaktadır. Birim kök sadece gecikme yapısının belirlenmesinde gerekmektedir (Tütüncü ve Pata, 2017: 217). TSP programı vasıtasıyla panelin her bir yatay kesit birimi için katsayı değerleri de elde edilebilmektedir. Yani bu çalışmada her bir AB-15 ülkesi için bir katsayı değeri elde edilmiştir. Bu çerçevede Konya nedensellik sonuçları Tablo 9'da gösterilmektedir.

**Tablo 9:** Konya Panel Nedensellik Sonuçları

Ülkeler	$\text{LnTB}_{\text{EU-TR}} = f(\text{LnEC})$ yani $\text{LnEC} \rightarrow \text{LnTB}_{\text{EU-TR}}$			$\text{LnTB}_{\text{EU-TR}} = f(\text{LnIC})$ yani $\text{LnIC} \rightarrow \text{LnTB}_{\text{EU-TR}}$		
	Katsayı	Wald Testi	Olasılık Değeri	Katsayı	Wald Testi	Olasılık Değeri
Avusturya	-0.244153	14.990854	0.00011*	0.287003	1.6459875	0.19951
Belçika	-0.353180	40.608724	0.00000*	-1.10760	18.684545	0.00002*
Almanya	0.243013	19.171258	0.00001*	-0.025653	0.85457465E-03	0.97668
Danimarka	0.175400	0.67360319	0.41180	0.468795	6.8391185	0.00892*
İspanya	0.097839	1.9304707	0.16471	0.021024	0.16297471E-01	0.89842
Finlandiya	0.155955	4.0354025	0.04456**	0.218858	3.4938686	0.06160***
Fransa	-0.501733	87.292280	0.00000*	0.417038	2.3541951	0.12495
Birleşik Krallık	-0.255145	4.5891515	0.03217**	-0.426110	4.7683661	0.02899**
Yunanistan	0.799098	3.7607351	0.05247***	0.220256	1.5056225	0.21981
İrlanda	-0.149204	1.9660401	0.16087	-0.677896	2.2688563	0.13200
İtalya	-0.541765	15.719975	0.00007*	0.219344	0.95715895	0.32790
Lüksemburg	-0.093915	0.37286970	0.54144	0.042269	0.14537204	0.70300
Hollanda	-0.288684	5.9409572	0.01479*	-0.228624	4.9233481	0.02650**
Portekiz	0.529365	8.8243148	0.00297*	0.197489	0.56279382	0.45314
İsveç	-0.276138	4.1480931	0.04168**	-0.996150	9.3083012	0.00228*

Not: \*, \*\*, \*\*\* sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyleridir.

Tablo 9'dan elde edilen bilgilere göre Türkiye-AB 15 ülkelerinin iki yönlü yapılan analizinde ihracat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisini, bir başka ifade ile ihracat kompozisyonundan dış ticaret dengesine doğru nedensellik bazı ülke çiftleri açısından anlamlı çıkmıştır. Bunlar; Türkiye-Avusturya, Türkiye-Belçika, Türkiye-Almanya, Türkiye-Finlandiya, Türkiye-Fransa, Türkiye-Birleşik Krallık, Türkiye-Yunanistan, Türkiye-İtalya, Türkiye-Hollanda, Türkiye-Portekiz, Türkiye-İsveç ülke çiftleridir. Türkiye'nin ihracat kompozisyonu Avusturya, Belçika, Fransa, Birleşik Krallık, İtalya, İsveç ve Hollanda ile olan dış ticaret dengesini negatif etkilemektedir. Türkiye'nin ihracat kompozisyonu Almanya, Finlandiya, Yunanistan, Portekiz ile olan dış ticaret dengesini pozitif etkilemektedir.

Dış ticaret dengesinin ihracat kompozisyonundan negatif olarak etkilendiği ülkeler sanayileşmiş ülkeler olduğu görülmektedir. Söz konusu ülkeler ağırlıklı olarak Türkiye'nin dış ticaret açığı verdiği ülkelerdir. Özellikle Fransa, İtalya gibi ülkelerin de Türkiye'nin ihracat kompozisyonunda yer alan ürünleri iç üretim ile sağlaması dolayısıyla Türkiye'den ihracat yapmaya fazla gereksinim duymaması ancak Türkiye'nin bu iki ülkenin orta ve yüksek teknoloji mallarını ithal etmesi bu sonucun nedeni olarak düşünülmektedir. Avusturya, Belçika, Birleşik Krallık, İsveç ve Hollanda ise Türkiye'nin ihraç ettiği söz konusu ürünleri mevsimsel etkilere bağlı olarak yeteri kadar üretemeyen sa-

nayileşmiş ülkelerdir. Ancak bunlardan birçoğunun söz konusu malları eski sömürgesi olan ülkelerden veya birlik içerisindeki diğer ülkelerden temin ettiği düşünüldüğünde Türkiye'nin bu ülkelerdeki ihracat performansı ikili dış ticaret açığını kapatmak için yetersiz kalmaktadır. Ayrıca Türkiye söz konusu ülkelerden orta ve yüksek teknoloji ürün ithalatı yoğun olarak yapmaktadır. Türkiye'nin ihracat kompozisyonu Almanya, Finlandiya, Yunanistan, Portekiz ile olan dış ticaret dengesini pozitif etkilemektedir. Almanya'da sanayileşmiş ülke olsa da Türk nüfusunun etkisi ile yoğun gıda ve tekstil ürünlerimize olan talep olmaktadır. Finlandiya'nın soğuk ikliminden dolayı gıda ürünleri talebi, Yunanistan'ın özellikle komşuluk etkisi ve tekstil ürünlerine olan talebi ihracat kompozisyonunun bu ülkelerde dış ticaret dengesini pozitif etkileyen nedenler olarak düşünülmektedir.

Türkiye ile AB 15 ülkelerinin iki yönlü yapılan analizinde ithalat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisini bir başka ifade ile ithalat kompozisyonundan dış ticaret dengesine doğru nedensellik Türkiye-Belçika, Türkiye-Finlandiya, Türkiye-Danimarka, Türkiye-Birleşik Krallık, Türkiye-Hollanda, Türkiye-İsveç ülke çiftleri açısından anlamlı çıkmıştır. Türkiye'nin ithalat kompozisyonu Belçika, Birleşik Krallık, İsveç ve Hollanda ile olan dış ticaret dengesini negatif etkilemektedir. Türkiye'nin ithalat kompozisyonu Danimarka ve Finlandiya ile olan dış ticaret dengesini pozitif etkilemektedir.

Danimarka dönemin önemli bir kısmında dış ticaret fazlası verdiğimiz bir ülke olduğundan dolayı ithalat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine pozitif etkisi sonucun çıkması kaçınılmazdır. Finlandiya ile olan dış ticaretimizde ise, ithal edilen bu ürünlerin ara ve yatırım malı olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Negatif etkiler incelendiğinde ise, söz konusu ülkelerden bu mallar nihai mal olarak ithal edilmekte ve Türkiye'nin iç üretim sürecinde kullanmak üzere değil doğrudan tüketim maddesi olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Söz konusu ülkelerden özellikle Hollanda ve Belçika elektronik ürünlerinde Birleşik Krallık ve İsveç ise otomotiv ürünlerinde Türkiye'nin dış ticaret açığı verdiği ülkelerdir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türkiye'nin AB-15 ülkesi ile olan dış ticaretindeki gıda ve tekstil ürünlerini içeren ihracat kompozisyonu ve orta ve yüksek teknoloji ürünleri içeren ithalat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisi FGLS ve PCSE regresyon teknikleri, Konya panel nedensellik analizleri ile araştırılmıştır. Çalışmanın dönemi tarifelerin etkisini dikkate almamak açısından Türkiye'nin Gümrük Birliğine üye olduktan sonraki dönemini kapsayan 1997-2018 dönemleri olarak alınmıştır. Çalışmanın teorik çerçevesi giriş kısmında



belirtildikten sonra ikinci kısımda çalışma ile ilgili literatür taraması verilmiş, üçüncü bölümde çalışmanın modeli ve veri seti tanımlandıktan sonra dördüncü bölümde çalışmanın yöntemi ve ampirik bulguları ortaya konulmuştur.

Modelden ortaya çıkan sonuçlar çerçevesinde ihracat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisi negatif iken ithalat kompozisyonunun etkisi pozitif olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, ihracat ve ithalat kompozisyonunun ticaret dengesindeki rolünün çeşitli politik sonuçları vardır. Türkiye özellikle bu bölge ile olan ticaretinde sürekli açık veren bir pozisyonda yer almaktadır. Çalışmanın veri seti incelendiğinde ihracatın ithalata oranı şeklinde ortaya konulan dış ticaret dengesi değişkeni sadece 2000 sonrası dönemde Danimarka ve 2001 sonrası Birleşik Krallık karşısında 1'den büyük olarak çıkmış bazı ülkelerde de nadiren birkaç yılda 1'den büyüktür. Yani dış ticaret açığı söz konusu analizde daha çok göze çarpmaktadır. Bu nedenle, dış ticaret açığının yönetimi ve sürdürülebilirliği Türkiye ekonomisinin gelecekteki gelişimi için çok önemli bir noktadır. Ancak, iktisat politikasında karar alıcı birimler bu durumu düzeltmek için ihracat ve ithalat kompozisyonunu ve sonrasında Türkiye'nin üretim yapısını ve AB-15 ile yapılan anlaşmaları dikkate almalıdırlar. Türkiye'nin özellikle ihracat kompozisyonunun AB-15 ülkeleri dış ticaret dengesini negatif olarak etkilediği düşünüldüğünde Gümrük birliği anlaşmasının ihracat değerlerini hacim olarak arttırdığı kuşkusuz doğrudur. Ancak, bu hacimsel artış dış ticaret dengesi üzerine pozitif etki yaratmamaktadır. Özellikle AB ülkeleri tarife dışı engellerde yer alan görünmez engeller vasıtası ile halk sağlığı ve çevre sağlığı faktörleri ile Türk ürünlerinin ihracatında kısıtlayıcı uygulamalar yaptığı görülmektedir. Politika yapımcıları Türkiye ile AB arasındaki ticarete özellikle bu rekabet bozucu etkileri minimize edecek çalışmaları yapması gerektiği düşünülmektedir.

Model sonuçları ithalat kompozisyonun dış ticaret dengesi üzerine etkisinin pozitif olduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye'nin orta ve yüksek teknoloji ürün ithalatının artışının dış ticaret dengesine etkisinin pozitif etki olması demek, dış ticaret dengesindeki pay kısmının yani toplam ihracatın artışına veya payda kısmı olan ithalatın azalışına işaretler. Bu durumda, Türkiye'nin ithalatı bu ürünlerde nihai mal kullanımı amaçlı değil, daha çok ara ve yatırım malı için yaptığı düşünülmektedir. Türkiye bu sayede bu malları kullanarak nihai mal üretip iç talebi yerli üretim ile karşılayarak ithalatı azaltmaktadır. Ayrıca, ortaya çıkan nihai malların ihracatı sayesinde de dış ticaret dengesinde pay kısmındaki ihracat artışının gerçekleşebileceği düşünülmektedir.

Döviz kurundaki artışın da dış ticaret dengesini pozitif anlamda etkilediği görülmektedir. Bu çerçevede döviz kurundaki bu artış yerli paranın değer kaybına, yabancı paranın değer artışına işaretler. Bu durum ihracat için teşvik edici

ithalat için caydırıcı niteliktedir. Dolayısıyla döviz kurundaki artışın dış ticaret dengesi üzerindeki pozitif etkisinin oluşu kuşkusuz teori ile uyumludur. Bu çerçevede, Türk lirasının değerinin aşırı yükselmesi veya değersiz olmasını engelleyecek para ve döviz kuru politikası araçlarının dozajında kullanılması kuşkusuz iktisat politikası yapıcı kurumların önemli bir görevi olduğu bu çalışmada da ortaya çıkmaktadır.

Model sonuçlarına göre nispi gelir değişkeni negatif ve anlamlıdır. Bu çerçevede AB-15 ülkesinin reel kişi başına gelir artışı Türkiye'nin ticaret dengesini bozmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin reel kişi başına gelir seviyesini arttırmalı ve AB-15 ülkelerine yakınsaması gerektiği düşünülmektedir. Bu çerçevede büyüme yönlü politikaların uygulanması gerektiği açıktır.

Ülke bazlı olarak Konya nedensellik testi sonuçlarına bakıldığında, Türkiye'nin ihracat kompozisyonu Avusturya, Belçika, Fransa, Birleşik Krallık, İtalya, Hollanda ve İsveç ile olan dış ticaret dengesini negatif etkilemektedir. Türkiye'nin ihracat kompozisyonu Almanya, Finlandiya, Yunanistan, Portekiz ile olan dış ticaret dengesini pozitif etkilemektedir. Bu sonuçlar, Türkiye'nin AB-15 ülkeleri içerisinde görece sanayileşmiş ülkelerle ticaretinde ihracat kompozisyonunun etkisi dış ticaret dengesine negatif etki olarak yansımaktadır. Pozitif etkiler incelendiğinde, her ne kadar Almanya'da sanayileşmiş ülke olsa da Türk nüfusunun etkisi ile yoğun gıda ve tekstil ürünlerimize olan talebin olmaktadır. Finlandiya'nın soğuk ikliminden dolayı gıda ürünleri talebi, Yunanistan'ın özellikle komşuluk etkisi ve tekstil ürünlerine olan talebi ihracat kompozisyonun bu ülkelerde dış ticaret dengesini pozitif etkileyen nedenler olarak düşünülmektedir.

Konya nedensellik testi sonuçlarına göre Türkiye'nin ithalat kompozisyonu Belçika, Birleşik Krallık, Hollanda ve İsveç ile olan dış ticaret dengesini negatif etkilemektedir. Türkiye'nin ithalat kompozisyonu Danimarka ve Finlandiya ile olan dış ticaret dengesini pozitif etkilemektedir. Danimarka dönemin önemli bir kısmında dış ticaret fazlası verdiğimiz bir ülke olduğundan bu sonucun çıkması kaçınılmazdır. Finlandiya ile olan dış ticaretimizde ise, ithal edilen bu ürünlerin ara ve yatırım malı olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Negatif etkiler incelendiğinde ise, söz konusu ülkelere bu mallar nihai mal olarak ithal edilmekte ve Türkiye'nin iç üretim sürecinde kullanılmak üzere değil doğrudan tüketim maddesi olarak kullanıldığı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin AB-15 ülkesi ile olan dış ticaretindeki tekstil, giyim eşyası, deri ve ilgili ürünler, gıda ürünleri, içecekler ve tütün ürünlerini içeren ihracat kompozisyonunun ve orta-yüksek ve yüksek teknolojlü ürünleri içeren ithalat kompozisyonunun dış ticaret dengesi üzerine etkisi panel regresyon ve Konya nedensellik testleri ile incelenmiş ve politika önerileri ortaya konulma-

ya çalışılmıştır. Bu çalışmanın ilerideki çalışmalara yön verebilmesi açısından birkaç öneride bulunmak mümkündür. Bunlardan ilki AB-15 gibi gerek döviz kuru, gerekse de kalkınmışlık düzeyi görece daha homojen ülkeler değil bunun yerine daha büyük bir veri seti ile farklı coğrafyalardan ülkeler analize katılabilir. İkincisi ise çalışmanın zaman boyutunu 1980 öncesi dönemlere kadar dayandırılıp Türkiye'nin ithal ikameci sanayileşme stratejisi ve ihracata dayalı sanayileşme dönemlerindeki performans karşılaştırmaları yapılabilir. Son olarak, seçilen ürünlerin mukayeseli üstünlük değerlerinin modele ilave edilmesi ile Türkiye'nin yüksek rekabete sahip olduğu ürünlerin dış ticaret dengesi üzerine etkisi incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Akın, T. ve Güneş, S. (2018). İhracatın Niteliğindeki Artışın Dış Ticaret Haddine Etkisi: Türkiye Analizi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 448-462.
- Akkaya, O. (2018). Türkiye ve Türkiye'nin Dış Ticaret Partnerleri Arasındaki İki Yanlı J Eğrisi: 1996-2006 Dönemi İncelemesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 328-338.
- Ari, A., Cergibozan R. ve Cevik E. (2019). J-curve in Turkish Bilateral Trade: A Nonlinear Approach. *The International Trade Journal*, 33(1), 31-53.
- Ay, A. ve Özşahin, Ş. (2007). J Eğrisi Hipotezinin Testi: Türkiye Ekonomisinde Reel Döviz Kuru ve Dış Ticaret Dengesi İlişkisi. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 1-23.
- Bahmani-Oskooee, M. ve Durmaz, N. (2019). Asymmetric Cointegration and the J-Curve: Evidence from Commodity Trade Between Turkey and EU. *Empirica*. 1-36.
- Bal, H. ve Demiral, M. (2012). Reel Döviz Kuru ve Ticaret Dengesi: Türkiye'nin Almanya ile Ticareti Örneği (2002.01-2012.09). *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 45-64.
- Beck, N., ve Katz, J. N. (1995). What To Do (And Not To Do) With Time-Series Cross-Section Data. *The American Political Science Review*, 89(3), 634-647.
- Breusch, T. ve Pagan, A. (1980). The Lagrange Multiplier Test and its Application to Model Specifications in Econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
- Carrasco, C.A. ve Tovar-Garcia, E.D. (2020). Export Composition and the Eurozone Trade Balance in Manufacturing Goods. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 23(1), 134-150.
- Çelik, S. ve Kaya, H. (2010). Real Exchange Rates and Bilateral Trade Dynamics of Turkey: Panel Cointegration Approach. *Applied Economics Letters*, 17(8), 791-795.
- Dedeoglu, D. ve Ogut, K. (2017). Asymmetric Cointegration with Threshold Adjustment Model of Exchange Rates and the Trade Balance in Turkey. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 26(2), 174-194.
- Demiral, M. (2016). Currency Depreciation, Trade Balance and Intra-Industry Trade Interactions in Turkey's OECD Trade. *International Journal of Economics and Finance*, 8(4), 8-22.
- Durmaz, N. (2015). Industry Level J-Curve in Turkey. *Journal of Economic Studies*, 2(4), 689-706.

- Erataş-Sönmez, F. ve Sağlam, Y. (2019). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Finansal Gelişim ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Panel Nedensellik Analizi. *Sosyoekonomi*, 27(42), 87-106.
- Galindo-Rueda, F. ve Verger, F. (2016). *OECD Taxonomy of Economic Activities Based on R&D Intensity*. (Working Paper No.2016/04). Paris: OECD Science, Technology and Industry Working Papers.
- Gu, X., Zhou, Z.-Y., ve Beg, A. B. M. R. A. (2014). What Determines China's Trade Balance Dynamics: A Disaggregate Analysis of Panel Data. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 19(2), 353-368.
- Gümüştekin, B. (2012). *The J-curve At The industry level: An Examination of Bilateral Trade Between Turkey and Germany*, Doktora Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güriş, S. (2015). Panel Veri ve Panel Veri Modelleri. S. Güriş (Ed.), *Stata ile Panel Veri Modelleri* içinde (ss.1-38). İstanbul: Der Yayınları.
- Jaloudi, M. ve Harb, O. (2019). Determinants of Jordan-Turkish Bilateral Trade Balance. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 6(1), 32-40.
- Karamelikli, H. (2016). Türkiye'nin Dış Dengesinde J-Eğrisi Etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 389-402.
- Kim, Y. (1996). Income Effects on the Trade Balance. *The Review of Economics and Statistics*, 78(3), 464-469.
- Konya, L. (2006). Exports and Growth: Granger Causality Analysis on OECD Countries with a Panel Data Approach. *Economic Modelling*, 23(6), 978-992.
- Nargeleçekenler, M. (2009). *Makroekonomik ve Finansal Serilerin Ekonometrik Analizi: Panel Veri Yaklaşımı*, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Öngör Horata, E. (2019). *The J-curve Analysis: Evidence From The Bilateral Trade Between Turkey and Euro Area*, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Parks, R. W. (1967). Efficient Estimation of a System of Regression Equations When Disturbances are both Serially and Contemporaneously Correlated. *Journal of the American Statistical Association*, 62(318), 500-509.
- Pesaran, M.H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence. *Journal of Applied Economics*, 22(2), 265-312.
- Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008). Testing Slope Homogeneity in Large Panels. *Journal of Econometrics*, 142(1), 50-93.

- Pesaran, M. H., Ullah, A., ve Yamagata, T. (2008). A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence. *The Econometrics Journal*, 11(1), 105-127.
- Sachs, J.D. , Cooper, R.N. ve Fischer, S. (1981). The Current Account and Macroeconomic Adjustment in the 1970s. *Brookings Papers on Economic Activity*, 1981(1), 201-282.
- Tatoğlu, F. Y. (2018). *Panel Zaman Serileri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Torres-Reyna, O. (2007). *Panel Data Analysis: Fixed and Random Effects Using Stata*. Erişim Adresi: <https://www.princeton.edu/~otorres/Panel101.pdf>, (1 Mayıs 2020).
- Tovar-Garcia, E.D. ve Carrasco, C.A. (2019) . Export and Import Composition as Determinants of Bilateral Trade in Goods: Evidence from Russia. *Post-Communist Economies*, 31(4), 530-546.
- Tovar-Garcia, E.D. (2018). Does the Share of Crude Petroleum and Natural Gas in Exports Increase Total Exports? The Russian Case. *МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ*, 62(6), 30-35.
- Tütüncü, A. ve Pata, U.K. (2017). Yüksek İnsani Gelişmişlik Düzeyine Sahip Ülkelerde Demokrasinin Ekonomik Büyüme ve Dışa Açıklığa Etkisi. *I. Uluslararası Ekonomi, Finans ve Ekonometri Öğrenci Sempozyumu*, 17-18 Mayıs 2017, Sakarya, 214-221.
- Tütüncü, A . (2020). Gelişmekte Olan Ülkelerde Demokrasinin Ekonomik Büyümeye Etkisi. *Sosyoekonomi*, 28 (44) , 27-40.
- Wierst, P., Van Kerkhoff, H. ve De Haan, J. (2014). Composition of Exports and Export Performance of Eurozone Countries. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 52(4), 928-941.





# MALVARLIĞINA KARŞI İŞLENEN SUÇLARIN SUÇ TEORİLERİNE GÖRE MEKANSAL ANALİZİ\*

## Spatial Analysis of Crimes Against Property According to Crime Theories

Gönderim Tarihi / Received: 17.04.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 16.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.721639>

Özlem DÜNDAR\*\*1  
C. Yenal KESBİÇ<sup>2</sup>

**ÖZ:** Toplumun can ve mal güvenliği açısından önemli bir tehlike unsuru olan suç toplumsal huzursuzluğa yol açmaktadır. Bu çalışmada malvarlığına karşı işlenen suçların mekansal bağımlılığının suç teorilerine göre analizinin yapılması amaçlanmaktadır. Malvarlığına karşı işlenen suçların mekansal bağımlılığı, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin ikinci düzey istatistiki bölge birimleri sınıflandırmasına (İBBS2) göre mekansal panel veri analiziyle araştırılmıştır. Çalışmada hırsızlık, dolandırıcılık ve yağma suçları için 2008-2018 dönemine ait yıllık veri setinden yararlanılmış, mala zarar verme suçuna ait veri setinin 2013 yılından başlaması nedeniyle bu suç türü için 2013-2018 dönemi analiz edilmiştir. Ulaşılan ampirik bulgular, sınır komşuluğunun malvarlığına karşı işlenen suçları pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Bu durum toplum açısından büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle analiz sonuçları suç teorileriyle ilişkilendirilmiş, malvarlığına karşı işlenen suçların ekonomik, sosyolojik ve psikolojik teorilerle ilişkili olduğu görülmüştür.

**Anahtar kelimeler:** Malvarlığına Karşı İşlenen Suçlar, Suç Teorileri, Mekansal Panel Veri Analizi.

\* Bu çalışma Dündar, Ö. (2017) "Malvarlığına Karşı İşlenen Suçlar ile İşsizlik Arasındaki İlişkinin Mekansal Bağımlılığı: Türkiye Üzerine Bir Uygulama" başlıklı doktora tezinden oluşturulmuş, söz konusu tezdeki ekonometrik modellere ait veri seti güncellenerek analizler yeniden yapılmış, malvarlığına karşı suç türlerinden mala zarar verme suçuna ait tezde yer almayan ekonometrik modele bu çalışmada yer verilmiştir. Söz konusu çalışmanın yöntem kısmında TÜİK verilerinden yararlanılması nedeniyle çalışma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Hitit Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü/İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Ana Bilim Dalı, ozlemdundar@hitit.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3091-1433>

<sup>2</sup> Prof. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü/İktisat Teorisi Ana Bilim Dalı, c.yenalkesbic@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8894-6439>

**ABSTRACT:** Crime, which is an important danger for the life and property safety of the society leads to social unrest. In this study it is aimed to analyze the spatial dependency of crimes against property according to crime theories. The spatial dependency of crimes against property, Turkish Statistical Institute (TSI) of according to NUTS2 (Nomenclature of Territorial Units for Statistics Second Level (26 subregions)) is investigated by the spatial panel data analysis. In the study the annual data set for the period 2008-2018 is used for theft, fraud and looting crimes, since the data set for damage to property started in 2013, the period 2013-2018 is analyzed for this crime type. Empirical findings reached show that the border neighborhood affects the crimes against property in positive direction. This situation is of great importance for the society. In this study the results of the analysis are associated with crime theories and it is seen that crimes against property are related to economic, sociological and psychological theories.

**Keywords:** Crimes Against Property, Crime Theories, Spatial Panel Data Analysis.

## GİRİŞ

Suç biliminin temelinde insan ve toplum bulunur. Toplumsal yapı sosyal düzene dayanmaktadır. Sosyal düzenin bozulması durumunda sosyal düzeni bozan hareketler olarak ifade edilebilen suç olgusu ile karşılaşılır. Suç bilimciler tarafından suç bilimi ve suç ile ilgili yapılmış çok sayıda tanım bulunmaktadır. Bunlardan Edwin Sutherland ve Donald Cressey'in "suçun sosyal bir fenomen olarak kabul edildiği bilgi bütünüdür" şeklindeki suç bilimi tanımı ile suça yönelik Jerome Michael ve Mortimer Adler'in "ceza kanunu tarafından yasaklanan davranışlar" şeklindeki tanım, yaygın şekilde benimsenen tanımlardır (Garofalo, 1957; Siegel, 1989; Beirne ve Messerschmidt, 1991; Akıncı, 2002). Suç ve suçluluk durumu toplum açısından büyük önem oluşturmuş, bu kapsamda çeşitli bilim dalları tarafından araştırmalara konu olmuş, suçu oluşturan nedenler suç teorileri başlığı altında sınıflandırılmıştır.

Çalışmada öncelikle suçun nedenleri teorik olarak açıklanmakta, izleyen aşamada ekonometrik modele ait veri seti ve yöntem açıklanarak analiz sonuçlarına yer verilmekte, son olarak analizde ulaşılan sonuçlar suç teorileriyle ilişkilendirilmektedir. Böylece malvarlığına karşı işlenen suçların işlenme nedenleri tespit edilerek, söz konusu suç türlerinin işlenmesini önlemek amacıyla hangi teorilere yönelik çalışmaların yaygınlaştırılmasına önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmış olacaktır. Bu çalışma konusuyla ilgili mekansal panel veri analizinin uygulandığı ve analiz sonuçlarının suç teorileriyle ilişkilendirildiği Türkiye üzerine çalışma olmaması nedeniyle çalışmanın literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir.

## SUÇ TEORİLERİ

Suç biliminde suçun nedenlerini ya da suçlu davranışını açıklamaya yönelik çeşitli teoriler mevcuttur. Söz konusu teorilerin çeşitli kaynaklardaki açıklanma şekilleri dikkate alındığında suç unsurunun altında yatan nedenlerin ağırlıklı olarak bireysel, biyolojik, psikolojik, sosyolojik ve ekonomik açıdan sınıflandırıldığı görülmüştür. Söz konusu teoriler, çalışmada ana hatlarıyla açıklanmaktadır.

### Bireysel Teoriler

Çalışmada bireysel teoriler İçli (2007)'nin sınıflandırması temel alınarak; klasik, yeni/neo klasik, pozitif ve kartografik/coğrafi ekol şeklinde sınıflandırılmıştır.

Klasik ekol, 1789 Fransız İhtilali'ne kadar olan belirsiz, güvenilmeyen ve acımasız hukuk ve ceza adalet sistemine tepki olarak ortaya çıkmıştır. Klasik ekolün en önemli temsilcileri İtalyan Cesare Beccaria ve İngiliz Jeremy Bentham'dır. Beccaria, cezanın suçluya değil suça uygun olması gerektiğini savunmuştur. Bentham ise, faydacılığın faaliyetlerin mutluluk (haz ya da zevk) veya mutsuzluk (acı) getirme durumuna göre hesaplandığını, bireylerin rasyonel davranarak hazzı seçip cezadan kaçtığını öne sürmüştür. Bu durumda ceza, cezanın vereceği acı suçtan elde edilecek hazdan daha fazla olacak şekilde belirlenmelidir. Yeni (neo) klasik ekol, klasik ekolün belirlemiş olduğu cezaları fazla sert bulması nedeniyle yedi yaşın altındaki çocuklara ceza uygulanmaması, zihinsel engelli olmanın ceza sorumluluğunu ortadan kaldırması gibi bazı değişiklikler gerçekleştirmiştir (Adler vd., 1991; Hagan, 1991; İçli, 2007).

Pozitif ekolde klasik ekolün aksine cezanın suça değil suçluya uygun olduğu kabul edilir. Pozitivist kriminoloji okulunu, Lombroso en tanınmış öğrencileri Enrico Ferri ve Raffaele Garofalo ile birlikte geliştirmiştir. Lombroso'nun teorisine göre suç işlemede ağırlıklı olarak kalıtsal özellikler ile alkolizm, eğitimsizlik, sınırlı olma durumu, basın tarafından verilen suç olaylarını taklit etme gibi durumlar etkili olabilir. Ferri suçun toplum kaynaklı olacağını, toplumun da yasalarla suçluya karşı korunduğunu ileri sürmektedir. Garofalo ise, suçu anlamının tek yolunun suçun bilimsel yöntemler ile incelenmesi olduğunu savunmaktadır (Siegel, 1989; Adler vd., 1991; McCaghy vd., 2003; İçli, 2007).

Ekolojik ekol; coğrafi, kartografik ve istatistiksel ekol şeklinde tanımlanmıştır. Suç biliminde ilk sistematik ekoloji çalışmalarını gerçekleştiren Andre Michel Guerry ve Adolphe Quetelet suç istatistiklerinin yoksulluk, yaş, cinsiyet, ırk ve iklim ile ilişkilerini incelemişler, bireysel olarak suçluların değil toplumun suçlu davranışından sorumlu olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Hagan, 1991; İçli, 2007).

## Biyolojik Teoriler

Nietzel (1979)'e göre biyolojik teoriler; kişilerin fizyolojik, genetik ve yapısal farklılıklar nedeniyle suç işlemeye yatkın olduklarının ileri sürüldüğü teorilerdir. Biyolojik teoriler çalışmada çeşitli kaynaklara göre biyolojik teorilerin sınıflandırılma biçimi temel alınarak, daha genel bir sınıflandırma şeklinin ele alındığı beden yapısındaki farklılıklara dayanan teoriler ve genetik teoriler kapsamında değerlendirilmektedir (Akıncı, 2002).

Suçtu beden yapısındaki farklılıklara göre ele alan teorilere yönelik çalışmalar, İtalyan doktor Giambattista della Porta tarafından kurulan fizyonomi okulundaki çalışmalar ve Alman doktorlar Franz Joseph Gall ve Johann Kaspar Spurzheim tarafından ilk kez gerçekleştirilen prenoloji çalışmalarıdır. Fizyonomi insanların yüz görünümüne göre prenoloji ise, kafanın dış görünümüne göre suçlu davranışlarının tahmin edilmesine çalışan bilim dallarıdır. Genetik teoriler kapsamında ise; aileler, ikizler, kromozom bozuklukları, evlat edinme, beden tipleri ve beyin fonksiyonu bozuklukları ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilmektedir (Adler vd., 1991; Demirbaş, 2014).

## Psikolojik Teoriler

Çalışmada psikolojik teoriler Akıncı (2002)'ya göre psikanalitik teoriler, suçtu psikopatiye dayandıran görüş ve "özel düşünme modeli" kapsamında değerlendirilmektedir.

Psikanalitik teoriler, söz konusu teorilerin önde gelen savunucusu Sigmund Freud'un görüşlerine yer verilerek açıklanmıştır. Sigmund Freud'a göre insan benliği, id (alt benlik), ego (benlik) ve süper egodan (üst benlik) oluşmaktadır. Freud bireylerin hayvani hisleri, ani ve tepkisel arzuları ile bedensel zevklerini id (alt benlik); yönetici kişilik yönünü ego (benlik); ahlaki değerler ve vicdan gibi üst düzey değerlerini ise, süper ego (üst benlik) ile açıklamaktadır. Ego, id ile süper ego arasındaki dengeyi sağlamaktadır. Benlik alt benliği denetlemediğinde üst benlikte yapısal bozukluklar ve dengesiz bir kişilik oluşmakta, böylece suçlu davranışlar ortaya çıkmaktadır. Suçtu psikopatiye dayandıran görüş, sosyalleşmemiş ve davranışlarıyla toplumla sürekli çatışma halinde olan psikopat diye nitelenen bireyler kapsamında değerlendirilmektedir. Psikopatlar, suçluların küçük bir bölümünü oluşturmaktadır. Psikopatlığa suçlu bireyin ebeveynlerinin olmaması veya ebeveynlerince istenmeme durumu yol açmaktadır. Özel düşünme modeli ise, Yochelson ve Samenov (1976) tarafından ileri sürülen, suçluların kendilerine özgü, sorumluluk sahibi kişi ile sorumsuz kişi arasındaki davranış farklılığından oluşan özel bir düşünme modelleri olduğu görüşüne dayanmaktadır. Sorumluluk sahibi kişiler sorumluluk bilme, başkalarını düşünme ve çalışkan olma şeklinde davranışlarda bu-

lunurken, sorumsuz kişiler özel düşünme modeline uygun olarak başkalarını düşünmeme, işten kaçma, toplumun belirlemiş olduğu yasal sınırlamalara uymama yönünde davranışta bulunurlar. Özel düşünme modeline uygun davranan kişinin suç işlemesi kaçınılmaz olmaktadır (Haskell ve Yablonsky, 1983; Adler vd., 1991; Akıncı, 2002; Demirbaş, 2014).

## Sosyolojik Teoriler

Sosyolojik teoriler Siegel (1989)'e göre; sosyal yapı, sosyal süreç ve sosyal çatışma teorileri olarak üç ana gruba ayrılmaktadır. Marksist temele dayanan sosyal çatışma teorileri, McCaghy vd. (2003), Hagan (1991) gibi çeşitli kaynaklarda ekonomik teoriler kapsamında ele alınması nedeniyle bu teorilere sosyolojik teoriler kapsamında yer verilmemiştir.

Sosyal yapı teorileri; fonksiyonalist, gerilim, alt kültür ve sosyal ekoloji teorileri olmak üzere dört alt gruba ayrılmaktadır. Fonksiyonalist teoriler kapsamında Emile Durkheim'ın görüşlerine yer verilmiştir. Durkheim suçu insan doğasının bir parçası olarak görmüş, suçun var olma nedeni olarak toplumun heterojen yapısı dolayısıyla toplumdaki bireylerin farklılıklarını ileri sürmüştür. Bu durumda toplumdaki bireyler birbirinden çok farklı olmaları nedeniyle ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla farklı yöntemler ve davranış biçimleri kullanmakta, böylece bazı bireyler suça yönelmektedir. Durkheim ayrıca basit toplumların gelişerek, kentleşmiş ve modern toplum haline gelmesiyle ortak normların yok olacağını, bir sektördeki bireylerin faaliyetleri ve beklentilerinin diğer sektördekilerle çatışacağını, bu durumda toplumda anomi oluşacağını ve sosyal düzenin bozulacağını öne sürmüştür. Durkheim'e göre suçun var olması ya da var olan suç oranının yükselmesi, sosyal yapının katı olmasını ve sosyal değişimin söz konusu olabileceğini göstermektedir (Siegel, 1989; Adler vd., 1991).

Gerilim teorisi kapsamında Robert King Merton'ın görüşlerine yer verilmektedir. Merton, toplumun sosyo-kültürel yapısında var olan iki önemli unsur vurgulamıştır. Bu unsurlardan birincisi, benimsenmesinde kültürün etkili olduğu istekler ve amaçlardır. İkincisi ise, kültürün belirlediği amaçlara ulaşmak için izlenecek yollardır. Bu yollar, kişinin davranışlarını düzenleyen normlar olan toplumdaki örf, adet ve kurumlardır. Buna göre söz konusu iki unsur arasında denge bulunmakta, denge bozulduğunda da toplumda anomi oluşmaktadır (Merton, 1968).

Alt kültür teorileri, alt tabaka içerisinde kabul edilen erkek çocukların suçluluk durumunu, özellikle de bluğ çağındaki olan çeteleri açıklayabilmek için geliştirilmiştir. Albert Cohen çalışmasında alt sınıfa dahil olan erkek çocukların ebeveynlerinin orta sınıf değerlerini bilmemeleri nedeniyle iletişim dü-

zeylerinin zayıf olduğunu, eğitimi önemsemediklerini ve tatmin duygusunu erteleyemediklerini, bu nedenle hayal kırıklığı ve gerilim yaşadıklarını ileri sürmüştür (Siegel, 1989; Adler vd., 1991; İçli, 2007).

Sosyal ekoloji teorileri, sosyoloji bölümünün ilk olarak 1892 yılında Chicago üniversitesinde açılmış olması nedeniyle “Chicago Okulu” olarak da isimlendirilmiştir. Chicago Okulu, yaptığı araştırmalarda iki yöntem kullanmıştır. Bu yöntemlerden birincisi, suç istatistikleri ve nüfus sayımları gibi sayısal verilere göre yoksulluk ve yüksek suç oranı olan bölgelerin belirlenmesidir. Böylece kentin belirli yerlerinin suça daha elverişli olduğu ortaya çıkmıştır. İkinci yöntem ise, yaşam öyküsü ve olay incelemesi yöntemidir. Bu yöntemde suçluların kendi çevrelerinde kişilikleri incelenmiş, böylece insanın kendi çevresinde incelenmesini içeren “insan ekolojisi” kavramı ortaya çıkmış, bu nedenle Chicago Okulu’na “Ekolojik Okul” adı verilmiştir. Chicago Okulu tarafından yapılan araştırmalar, ekolojik bölgelerin sosyal yaşam üzerindeki etkilerini açıklamaya yöneliktir. Araştırma sonuçları, şehir yaşamının birbirini tanımayan insanları arasında akrabalık ve dostluk ilişkilerinin çok zayıfladığını, zayıflayan ilişkilerin sosyal yozlaşmaya, sosyal yozlaşmanın da suçluluğa neden olduğunu göstermektedir. Yine araştırma sonuçlarına göre suçluluk oranının şehir merkezinden uzaklaştıkça azaldığı ve şehrin bazı bölgelerinde suçluların yüksek oranda olduğu saptanmıştır. Suçluların yüksek oranda olduğu bölgeler; merkeze bitişik, kiralardan düşük ve fiziksel koşulların bozuk olduğu bölgelerdir. Bu bölgeler, özellikle Amerika’ya yeni göç eden göçmenlerin geçici olarak kaldıkları yerlerdir. Göçmenler, daha fazla paraya sahip olunca bölgeyi terk etmektedir. Bu durumda söz konusu bölgelerdeki farklı kültürlerden oluşan nüfus sabit olmamakta, çabuk değişmektedir. Bu nüfus yapısı sosyal düzensizliğe yol açmaktadır (Hagan, 1991; Polat, 2004; Demirbaş, 2014).

Sosyal süreç teorileri ise; sosyal öğrenme ve davranış, kontrol ile etiketleme teorisi olarak üç alt grupta değerlendirilmektedir. Sosyal öğrenme ve davranış teorilerinin temelini Gabriel Tarde’in “Taklit Teorisi” oluşturmaktadır. Tarde, suçlu kişilerin suçlu davranışları taklit yoluyla öğrendiklerini, bireylerin diğer kişileri taklit etmesinin diğer kişilerle temaslarının yoğunluğu ile ilişkili olduğunu ileri sürmüştür. Tarde’in teorisine göre alt seviyede olanlar üst seviyede olanları taklit etmekte, iki davranış çatıştığında bir davranış diğerinin yerini almaktadır. Edwin Sutherland ile başlayan Nettler, Cohen, Homans ve son olarak Sutherland ve Cressey tarafından geliştirilen “Ayrımcı Birleşimler Teorisi”ne göre de suçlu davranış, karşılıklı etkileşim sonucunda öncelikle yakın gruplar içerisinde öğrenilir. Sutherland’ın teorisi Ronald Akers tarafından özetlenmiş ve “Ayrımcı Güçlendirme Teorisi” oluşturulmuştur. Söz konusu teoriye göre “sapmış veya suçlu davranış, bu davranış karşısında verilen ödül



veya cezanın derecesine bağlı olarak başlamakta ya da devam etmektedir". Bireyler davranışları iyi ve kötü olarak tanımlayan normları ve tutumları aileden, arkadaş grubundan, okuldan, dini kuruluşlardan veya benzer kuruluşlardan öğrenirler ve bir davranış hakkında olumlu tanımlar ne kadar çoksa, o davranışta bulunurlar. Bu durumda sapmış davranışın taklitten kaynaklandığı söylenebilir (Sutherland, 1939; Siegel, 1989; Adler vd., 1991; Akıncı, 2002).

Kontrol teorileri ile ilgili ilk çalışma Nye tarafından gerçekleştirilmiş, çalışmada çocuk suçluluğunun kontrol eksikliği nedeniyle ortaya çıktığı ileri sürülmüştür. Nye'a göre bireyin davranışları ebeveynleri tarafından dolaylı olarak kontrol edilebildiği gibi cezalandırma yönteminin uygulanmasıyla doğrudan da kontrol edilebilir. Etiketleme teorisi, Herbert Blumer, George Homans ve Harold Garfinkel'in çalışmalarından sonra ortaya çıkmış, George Herbert Mead ve Charles Hooton Cooley tarafından geliştirilmiştir. Etiketleme teorisi, bireylerin başkaları ve sosyal kontrol kurumları tarafından suçlu olarak etiketlenmesi durumunu ele almaktadır. Etiketleme teorisiyle ilgili gerçekleştirilen Edwin Lemert'in çalışmasında "birincil ve ikincil sapma" kavramları kullanılmıştır. Lemert'e göre birincil sapma, aktör üzerinde çok az etki yapan ve çabuk unutulmuş, normlara uyulmaması veya suç durumunun başlangıç aşamasında yapılan davranışlardır. İkincil sapma ise, aktörün sapmış davranış sonucunda kişiliğini yeniden organize etmesiyle veya toplumun bu davranışlara yaptırım uygulamaya başlamasıyla ortaya çıkmaktadır. İkincil sapma durumunda suçlular kendilerini toplum tarafından dışlanmış hissetmekte ve sapmış alt kültürler veya gruplar oluşturabilmek için kendileri gibi etiketlenmiş kişiler aramaktadır (Siegel, 1989; Hagan, 1991; İçli, 2007).

## Ekonomik Teoriler

Ekonomik teoriler McCaghy'e (2003) göre iki yönden değerlendirilmektedir. Bunlardan birincisi, Karl Marx ve William Bonger tarafından ileri sürülen ekonomik yapının suça etkisi, diğeri ise, Frank W. Blackmar tarafından ifade edilen yoksulluğun suça etkisidir (McCaghy, 2003).

Ekonomik yapının suça etkisi kapsamında Marx, sosyal çatışmanın bir ürünü olarak kabul edilen sapmanın kapitalizmin özünde olduğunu, kapitalist toplumlarda gruplar arasındaki mücadelenin tek taraflı olduğunu, bu durumda sapmanın ekonomik olarak güçsüz olan kişilerin kendilerine yüklenen yoksulluk ve sömürü ile başa çıkmaya kalkıştıkları mücadelenin bir ifadesi olduğunu belirtmektedir. Marx, sapmanın kapitalist topluma uyum sağlamak ile ortadan kaldırılamayacağını, ekonomik altyapının tamamen yok edilerek sosyalist devletin oluşumuyla sorunun çözüleceğini ileri sürmektedir. Marx'a göre toplumda sapmış ve sapmamış davranış arasında karşılıklı ilişki bulun-



makta, sapmış davranışlar toplumun varlığını sürdürmesi yönünde pek çok amaca hizmet etmektedir. Çünkü sapmış davranışlar olmadığı takdirde polis, hakimler, yargıçlar kurulu, hukuk profesörleri işsiz olacaktır. Bonger'e göre de kapitalist sistemde ceza hukuku egemen sınıfa hizmet etmekte, kapitalizm aşırı derecede egoizme neden olarak toplumlarda zarara, yoksulluğa ve dolayısıyla suça yol açmaktadır. Bu durumda kapitalist toplumlarda herkesin suça eğilimli olduğu düşünülmekte, yine de bu toplumlarda suça para cezası uygulanmaktadır. Bonger da suçların, malların ve servetin toplumda eşit olarak dağıtıldığı sosyal sistemde önemli oranda yok edileceğini savunmaktadır (Hagan, 1991; McCaghy, 2003).

Yoksulluğun suça etkisi kapsamında ise Blackmar, Amerikalı sosyologların yirminci yüzyılın sonunda kötü ekonomik koşulların az gelişen çevrelerde yetersiz beslenmeye yol açtığını savunmaları üzerine bu durumu temsilen Kansas'ta bir aileyi, Kansas'ın genellikle sapmış davranışların kaynağı olduğu düşünülmeye istinaden incelemiştir. Böylece kötü ekonomik koşulların suçlulukla ilişkisini ortaya koymuştur. Blackmar, ailelerin sefalet içerisinde geçtiklerinde yaşadıklarını, bu durumda hırsızlık, dilencilik ve hayat kadınlığı yapmaya yöneldiklerini, ailelerin karakterlerinin özünde ahlaksız olmadıklarını yoksul ve çaresiz oldukları için suçlu sınıfa dahil olduklarını belirtmiştir. Bu nedenlerle Blackmar aileyi "koyu renkli, duman gibi kirli görünümlü" olarak tanımlamıştır (McCaghy, 2003).

## LİTERATÜR TARAMASI

Literatür taraması sonucunda malvarlığına karşı işlenen suçlara işsizliğin etkisi; pozitif, negatif ve anlamsız olmak üzere üç grupta değerlendirilebilir. Konuyla ilgili çalışmalar üç grup için yıllara göre ülke, analiz dönemi ve uygulanan yöntem kapsamında aşağıda kısaca özetlenmiştir. Malvarlığına karşı işlenen suçlara işsizliğin pozitif yönde etkisi olduğu çalışmalar yıllara göre değerlendirildiğinde; 2014 yılında Entorf ve Sieger Almanya'nın 400 ili için 2005- 2009 dönemine ait panel verilere sabit etkiler yöntemini, Speziale İtalya'nın 103 ili için 2000- 2005 dönemine ait panel verilere Genelleştirilmiş Momentler (Generalized Method of Moments (GMM)) yöntemini uyguladıkları görülmüştür. 2013 yılında Aaltonen vd. Finlandiya için 2001-2006 dönemine ait üç aylık panel verilere sabit etkiler yöntemini, Baharom vd. yirmi bir ülke için 1960-2001 dönemine ait panel verilere Persyn and Westerlund panel eşbütünleşme testini, Janko ve Popli Kanada için 1979-2006 ve 1986-2006 dönemlerine ait panel verilere sabit etkiler yöntemini, Boaitay Kanada'daki 10 vilayet için 1990-1997 ekonomik durgunluk dönemine ait panel verilere rasal etkiler yöntemini, Maddah İran için 1997-2006 dönemine ait panel veri-

lere genelleştirilmiş momentler yöntemini (generalized method of moments (GMM)) uygulamışlardır. 2012 yılında Fallahi vd. Amerika Birleşik Devletleri için 1976:01-2004:04 dönemine ait zaman serilerine otoregresif koşullu değişen varyans (ARHC) modeli ile otoregresif dağıtılmış gecikme (ARDL) eşbütünleşme yöntemini uygulamışlardır. 2011 yılında Altındağ 33 Avrupa ülkesine ait panel verilere basit en küçük kareler ve iki aşamalı en küçük kareler yöntemini, Ata 27 Avrupa Birliği üyesi ülke için 2008 yılı verilerine yatay-kesit analizi, Gillani vd. Pakistan için 1975-2008 dönemine ait zaman serisi verilerine Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerini, Gronqvist İsveç için 1985-2007 dönemine ait panel verilere havuzlanmış en küçük kareler yöntemini uygulamışlardır. 2010 yılında Aksu ve Akkuş Türkiye için 1970-2007 dönemine ait zaman serisi verilerine sınır testi uygulamışlardır. 2009 yılında Baharom ve Habibullah 11 Avrupa ülkesi (Kıbrıs, Finlandiya, Danimarka, Estonya, Fransa, Yunanistan, Macaristan, Hollanda, Norveç, İsveç ve İsviçre) için 1993-2001 dönemine ait panel verilere rassal etkiler yöntemini, Saridakis ve Spengler Yunanistan için 1991-1998 dönemine ait panel verilere dinamik panel veri analizinin genelleştirilmiş momentler yöntemini uygulamışlardır. 2008 yılında Baharom ve Habibullah 11 Avrupa ülkesi (Kıbrıs, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Yunanistan, Macaristan, Hollanda, Norveç, İsveç ve İsviçre) için 1991-2003 dönemine ait panel verilere sabit ve rassal etkiler yöntemini uygulamışlardır. 2005 yılında Edmark İsveç için 1988-1999 dönemine ait panel verilere sabit etkiler yöntemini uygulamıştır. 2003 yılında Edmark İsveç'in illeri için 1988-1999 dönemine ait panel verilere sabit etkiler yöntemini, Melick 20 ülke için 1979 ve 2001 dönemine ait verilere yatay kesit analizini, Nilsson ve Agell İsveç için 1996-2000 dönemine ait panel verilere basit en küçük kareler ve iki aşamalı en küçük kareler yöntemini uygulamışlardır. 2001 yılında Carmichael ve Ward İngiltere'nin 42 ili için 1989-1996 dönemine ait panel verilere basit en küçük kareler yöntemini, Raphael ve Winter-Ebmer Amerika Birleşik Devletleri'nin 50 ili için 1971-1997 dönemine ait panel verilere basit en küçük kareler yöntemini uygulamışlardır. 1998 yılında Elliott ve Ellingworth İngiltere için 1992 yılı verilerine yatay kesit analizi Box-Cox fonksiyonel yaklaşımını, Witt vd. İngiltere ve Galler ülkesi için 1979-1993 dönemine ait bölgesel panel verilere basit en küçük kareler yöntemini uygulamışlardır. 1996 yılında Elliott ve Ellingworth İngiltere için 1992 yılına ait bölgesel düzeyde yatay kesit veri setine basit en küçük kareler yöntemini, Tsushima Japonya'nın 47 ili için çoklu regresyon analizini uygulamışlardır. 1995 yılında Lester Amerika Birleşik Devletleri için 1960-1990 dönemine ait zaman serilerine regresyon analizini uygulamıştır. 1992 yılında Smith vd. Amerika Birleşik Devletleri için 1959-1987 dönemine ait zaman serilerine regresyon analizi uygulamışlardır.

Malvarlığına karşı işlenen suçlara işsizliğin etkisi olmadığı yönünde çalışmalar yıllara göre değerlendirildiğinde; 2014 yılında Buonanno vd. On beş Avrupa Birliği ülkesi, Norveç, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri için 1970- 2010 dönemine ait panel verilere sabit etkiler yöntemini uyguladıkları görülmüştür. 2012 yılında Fallahi vd. Amerika Birleşik Devletleri için 1976:01-2004:04 dönemine ait zaman serilerine otoregresif koşullu değişen varyans (ARHC) modeli ile otoregresif dağıtılmış gecikme (ARDL) eşbütünleşme yöntemini uygulamışlardır. 2004 yılında Narayan ve Smyth Avustralya için 1964-2001 dönemine ait zaman serilerine eşbütünleşme analizi, vektör hata düzeltme modeli ve Granger nedensellik analizi uygulamışlardır. 2003 yılında Edmark (2003) İsveç'in illeri için 1988-1999 dönemine ait panel verilere sabit etkiler yöntemini uygulamıştır. 2001 yılında Carmichael ve Ward İngiltere için 1989-1996 dönemine ait 42 il düzeyinde panel verilere basit en küçük kareler yöntemi uygulamışlardır. 2000 yılında Chamlin ve Cochran Amerika Birleşik Devletleri için 1982-1996 dönemine ait aylık zaman serilerine ardışık bağımlı bütünleşik hareketli ortalama (autoregressive integrated moving average (ARIMA)) yöntemini uygulamışlardır. 1993 yılında Young 20 ülkenin verileriyle değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisi Pearson korelasyon katsayıları analiz edilmiştir.

Malvarlığına karşı işlenen suçlara işsizliğin negatif yönde etkisi olduğu çalışmalar yıllara göre değerlendirildiğinde; 2012 yılında Fallahi vd. Amerika Birleşik Devletleri için 1976:01-2004:04 dönemine ait zaman serilerine otoregresif koşullu değişen varyans (ARHC) modeli ile otoregresif dağıtılmış gecikme (ARDL) eşbütünleşme yöntemini uyguladıkları görülmüştür. 2011 yılında Wu ve Wu İngiltere için 2002-2007 dönemine ait panel verilere rassal etkiler yöntemini uygulamışlardır. 2003 yılında Melick 20 ülke için 1979 ve 2001 dönemine ait verilere yatay kesit analizini, Nilsson ve Agell İsveç için 1996-2000 dönemine ait panel verilere basit en küçük kareler ve iki aşamalı en küçük kareler yöntemini uygulamışlardır. 1992 yılında Smith vd. Amerika Birleşik Devletleri için 1959-1987 dönemine ait zaman serilerine Cantor ve Land (1985) tarafından geliştirilen modeli uygulamışlardır. 1976 yılında Krohn 24 ülke için verilerine çoklu regresyon analizi uygulamıştır.

Literatür taraması değerlendirildiğinde bu konuyla ilgili genellikle panel veri analizinin uygulandığı ve malvarlığına karşı işlenen suçlara işsizliğin pozitif yönde etkisi olduğu bulgusuna ulaşıldığı görülmüştür. Panel veri analizi dışında daha az sayıda da olsa farklı yöntem kullanan çalışmalar mevcuttur. Otoregresif koşullu değişen varyans (ARHC) testini 2012 yılında Fallahi vd.; yatay kesit testini 1996 ve 1998 yıllarında Elliott ve Ellingworth, 2003 yılında Melick, 2011 yılında Ata; sınır testi yöntemini 2010 yılında Aksu ve Akkuş; Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik yöntemlerini 2011 yılında Gilla-

ni vd.; ardışık bağımlı bütünleşik hareketli ortalama (autoregressive integrated moving average (ARIMA)) testlerini 2000 yılında Chamlin ve Cochran uygulamışlardır.

Bu çalışma konusu kapsamında çalışmanın yönteminin (mekansal panel veri analizi) kullanıldığı iki çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışma mekansal panel veri analizini kullanarak Almanya için 2009- 2010 dönemini ele alan Lastauskas ve Tatsi (2013) ile Belçika için 2001-2006 dönemini ele alan Hooghe vd. (2011)'un çalışmalarından ülke (Türkiye), dönem (hırsızlık, dolandırıcılık ve yağma (gasp) suçları için 2008-2018 dönemi, mala zarar verme suçu için 2013-2018 dönemi) ve ekonometrik analizde yer alan bağımsız değişken (alınan göç değişkeni) açısından fark arz etmektedir. Ayrıca bu çalışma söz konusu yöntemle elde edilen analiz sonuçlarının suç teorileri ile ilişkilendirilmesi açısından diğer çalışmalara göre özgünlük oluşturmaktadır.

## YÖNTEM

Bu çalışmada mekansal panel veri analiziyle Türkiye'de ikinci düzey İBBS'ye göre sınır komşusu olan yirmi altı alt bölge arasında malvarlığına karşı işlenen suçların (hırsızlık, dolandırıcılık, yağma (gasp) ve mala zarar verme suçlarına ait ceza evine giren hükümlü sayısı baz alınmıştır) mekansal bağımlılığı ve bu suç türlerine işsizlik, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla, ortaöğretim seviyesinde okullaşma oranı ve bölgelerin göç alma oranı değişkenlerinin etkisi hırsızlık, dolandırıcılık ve yağma (gasp) suçları için 2008-2018 dönemi, mala zarar verme suçu için ise, 2013-2018 döneminin yıllık bazdaki verileriyle<sup>3</sup> (analizde yer alan verilerin hepsi TÜİK İBBS2'den elde edilmiştir) Stata 15 paket programı kullanılarak araştırılmıştır.

Mekansal ekonometri, yatay kesit ve panel veri setlerinde mekansal etkiye regresyon modellerinde yer verilen bir bilim dalıdır. Mekansal etki, mesafelerin modelde yer alması ile görülen etkiler olarak ifade edilmekte, otokorelasyon ya da bağımlılığı gösteren mekansal etkileşim ve heterojenlik ya da değişkenliği gösteren mekansal yapıdan oluşmaktadır. Mekansal bağımlılık/ otokorelasyon, konumların değerlerinin konumların benzerliği dolayısıyla benzerlik göstermesini, mekansal değişkenlik/ heterojenlik ise, sabit olmayan hata varyansındaki istikrarsızlığı göstermektedir. Panel verilerle yapılan mekansal analiz yatay kesit verilerle yapılan mekansal analize göre mekansal etkileri dikkate aldığından daha etkin sonuçlar verebilmektedir (Anselin, 1988; Anselin ve Bera, 1998; Anselin, 2001; LeSage ve Pace, 2009). Bu nedenle çalışmada yöntem olarak mekansal panel veri analizi kullanılmış, mekansal bağımlılık

<sup>3</sup> Bu çalışmanın yöntem kısmında TÜİK verilerinden yararlanılması nedeniyle çalışma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

sınır komşuluğu ilişkisi (ortak sınırı paylaşan bölgeler dikkate alınarak) çerçevesinde mekansal ağırlık matrisi oluşturularak açıklanmıştır.

Mekansal bağımlılıklar genellikle komşuluk ilişkilerini tanımlayan bir ağırlık matrisi yardımıyla ifade edilebilmektedir. Böyle tanımlanan bir matrisin genellikle zaman boyunca sabit kaldığı varsayılmaktadır (Anselin vd., 2008). Bu nedenle  $N$  bölgesel birimleri ve  $T$  zaman boyutu olan bir panel veri modeli için  $NT$  boyutunda komşuluk ilişkisini içeren  $NT$  boyutlu bir ağırlık matrisi,  $I_T$   $T$  boyutlu birim matrisi, ise boyutlu ve bir yıla ait mekansal ağırlık matrisini göstermek üzere aşağıdaki gibi tanımlanabilir:

$$W = I_T \otimes W_N \quad (1)$$

Mekansal etkiler, mekanlar arası etkileşimi gösteren mekansal ağırlık matrisinin ( $W$ ) modele dahil edildiği mekansal sabit etkiler ve mekansal rassal etkiler panel veri modelleri olarak açıklanmaktadır. Mekansal sabit etkiler panel veri modelleri, içerdikleri mekansal bağımlılığın türüne göre sabit etkili mekansal gecikme modeli ve sabit etkili mekansal hata modeli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Sabit etkili mekansal gecikme modeli aşağıdaki gibi gösterilmektedir (Elhorst, 2003):

$$y_t = \rho W y_t + x_t \beta + \mu + \varepsilon_t \quad (2)$$

Yukarıdaki 2 no'lu eşitlikte bağımlı değişkenin  $N$  boyuttaki gözlemler vektörünü;  $X_t$ ,  $N \times K$  boyutlu açıklayıcı değişkenler matrisini; mekansal yayılma parametresini;  $\beta$ ,  $K$  boyutlu regresyon katsayıları vektörünü;  $\mu$ ,  $N$  boyutlu bireysel sabit etkiler vektörünü;  $\varepsilon_t$  ise  $N$  boyutlu beyaz gürültü hatalar vektörünü göstermektedir. 2 no'lu eşitlikle gösterilen modele ait parametrelerin tahmin edilmesinde maksimum olabilirlik yönteminden yararlanılmaktadır.

Sabit etkili mekansal hata modeli, aşağıdaki gibi gösterilmektedir (Elhorst, 2003):

$$y_t = x_t \beta + \mu + u_t, u_t = \lambda W u_t + \varepsilon_t \quad (3)$$

Yukarıdaki 3 no'lu eşitlikte  $\lambda$ , mekansal yayılma parametresini göstermektedir. 2 no'lu eşitlikle gösterilen modele ait parametrelerin tahmininde olduğu gibi 3 no'lu eşitlikle gösterilen modele ait parametrelerin tahmininde de maksimum olabilirlik yöntemi kullanılmaktadır.

Mekansal rassal etkiler panel veri modelleri, içerdikleri mekansal bağımlılık yapılarına göre rassal etkili mekansal gecikme modeli ve rassal etkili mekansal hata modeli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Rassal etkili mekansal gecikme modeli aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Elhorst, 2003):

$$y_t = \rho W_N y_t + \chi_t \beta + \varepsilon_t, \varepsilon_t = \alpha + u_t \quad (4)$$

Yukarıdaki 4 no'lu eşitlikte  $N$  boyutlu  $\varepsilon_t$  hata vektörü,  $\varepsilon_t = u_t$  şeklinde ifade edilmektedir. Yine, mekansal etkilerin dikkate alındığı rassal etkili mekansal hata modeli aşağıdaki gibi gösterilmektedir (Elhorst, 2003):

$$y_t = \chi_t \beta + \varepsilon_t, \varepsilon_t = \alpha + B^{-1} u_t, B = I_N - \lambda W \quad (5)$$

Yukarıdaki 5 no'lu eşitlikte hata terimi,  $\varepsilon_t = \alpha + \beta^{-1} u_t$  şeklinde ifade edilmektedir. Bu eşitlikte  $B = (I_N - \lambda W)$  olarak tanımlanmaktadır.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada öncelikle birimler arasındaki farklılığa modelde yer vermek, rassal ve sabit etki modelleri arasında tercih yapmak amacıyla Hausman testi<sup>4</sup> kullanılmış, buna göre malvarlığına karşı işlenen tüm suç türleri için sabit etkiler modeli geçerli bulunmuştur. İzleyen aşamada yirmi altı alt bölge içerisinde birbirine sınırı olan bölgelerin bu suç türlerine göre mekansal bağımlılığı; spatial autoregressive model (SAR), spatial error model (SEM) ve Spatial Durbin Model (SDM) gibi mekansal regresyon modellerine göre Likelihood Ratio (LR) testi ile araştırılmıştır. SAR modeli için malvarlığına karşı işlenen suçların (hırsızlık, yağma, dolandırıcılık ve mala zarar verme suçları) LR testi bulguları<sup>5</sup> ve hata terimleri arasında otokorelasyonun var olması<sup>6</sup> malvarlığına karşı işlenen suçlar için sınır komşuluğunun pozitif yönde mekansal bağımlılığa yol açtığını göstermiştir. Bu durum bir bölgede malvarlığına karşı işlenen suçlar arttığında bu bölgeye sınırı olan bölgelerde de bu suç türünde artış olacağını ifade etmektedir. Ayrıca SAR modelinde bağımsız değişkenlerin katsayılarının işaretleri beklenen şekildedir. Bu nedenlerle diğer modellerle kıyaslandığında (SEM ve SDM) analiz sonuçlarıyla ulaşılmak istenen beklentileri en iyi SAR modeli karşıladığından çalışmada bu model kullanılmıştır. Model sonuçlarına ilişkin ek'lerdeki tablolarda işsizlik dışındaki bağımsız değişkenlere tabloda fazla yer tutmaması amacıyla kısaltılarak,<sup>7</sup> yer verilmiştir.

<sup>4</sup> Hausman test sonuçları (hırsızlık suçu: ki-kare 118.15 olasılık değeri 0.0000, yağma suçu: ki-kare 31.40 olasılık değeri 0.0000, dolandırıcılık suçu: ki-kare 223.41 olasılık değeri 0.0000, mala zarar verme suçu: ki-kare 64.23 olasılık değeri 0.0000).

<sup>5</sup> Hırsızlık, yağma, dolandırıcılık ve mala zarar verme suçları için rho katsayısının işaretinin pozitif olması, sınır komşuluğunun mekansal bağımlılığı pozitif yönde etkilediğini göstermektedir.

<sup>6</sup> Moran I, Geary GC, Getis-Ords GO, LM Lag Anselin ve LM Lag Robust testlerinin bulguları hata terimleri arasında otokorelasyon olduğunu ifade etmektedir.

<sup>7</sup> Analiz sonuçlarının yer aldığı ek'teki tablolarda göç alan bölgelerin oranını gösteren değişken algöç,



Analizde hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçlarına (mala zarar verme suçuna ait değerlerin çok yüksek olmaması nedeniyle bu suç türüne ait model doğrusal olarak oluşturulmuştur) ilişkin veri seti yüksek değerlere sahip olduğundan katsayıların yorumlanmasında kolaylık sağlanması amacıyla logaritması alınmıştır.

Analiz sonuçlarında hırsızlık ve yağma suçlarına işsizlik, algöç ve kbgstyih değişkenlerinin etkisinin pozitif yönde anlamlı olduğu görülürken, okullaşmanın etkisinin negatif yönde anlamlı olduğu, kbgstyih değişkeninin etkisinin ise, pozitif yönde anlamlı olduğu belirlenmiştir. Kbgstyih değişkenin söz konusu suç türlerine pozitif yöndeki etkisi, beklentilere ters düşmektedir. Bu yönde bir sonuca ulaşılmasında Türkiye'deki bölgelerde (26 alt bölge) kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değerlerinin belirgin derecede değişkenlik göstermesinin etkisi olabileceği düşünülerek, kbgstyih'si en yüksek iki bölgenin (İstanbul ve Ankara) kbgstyih değişkenleri için kula değişken kullanılmış, söz konusu kukla değişkenlerin hırsızlık ve yağma suçunu beklenen şekilde negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Analizde İstanbul bölgesinin kbgstyih kuklasının yağma suçuna etkisinin anlamsız olduğu görülmüştür. Algöç değişkenin yağma suçuna etkisinin pozitif olması göz önünde bulundurulduğunda İstanbul bölgesine olan göç sonucunda ekonomik, sosyal ve psikolojik yönden birçok problemle karşılaşan göç eden bireyler bölgeye uyum sorunu yaşamakta, ekonomik ve sosyal beklentilerinin karşılanmaması sonucu hayal kırıklığına uğramakta, kbgstyih etkisinden ziyade, işsizlik, yoksulluk gibi ekonomik nedenler ile sosyal ve psikolojik nedenlerle yağma suçunu işleyebilmektedir.

Dolandırıcılık suçuna hırsızlık ve yağma suçlarında olduğu gibi işsizlik ve alınan göç değişkenlerinin etkisinin pozitif yönde anlamlı olduğu görülürken, okullaşmanın etkisinin anlamsız olduğu belirlenmiştir. Bu suç türünü lise ve üstü eğitim seviyesine sahip bireylerin de işlediğinin örnekleriyle günümüzde karşılaşılması nedeniyle böyle bir bulguya ulaşılması beklentilere ters düşmemektedir. Kbgstyih'nin dolandırıcılık suçuna etkisi negatif yönde olduğu için hırsızlık ve yağma suçlarına ait modellerdeki gibi kbgstyih'si en yüksek iki bölgenin (İstanbul ve Ankara) kbgstyih değişkenleri için kukla değişken kullanılmamıştır. Aynı zamanda kbgstyih'nin dolandırıcılık suçuna etkisinin anlamsız olduğu belirlenmiş, bu durumun nedeni olarak kbgstyih'den ziyade algöç oranının yüksek olduğu bölgelerde göç sonucu ortaya çıkan işsizlik gibi ekonomik faktörlerin bu suç türüne etkisinin daha fazla olabileceği gösterilebilir. Dolandırıcılık suçunun verileri incelendiğinde, özellikle İstanbul bölge-

---

orta öğretim seviyesinde okullaşma oranını gösteren değişken okullaşma, kişi başına gayrisafi yurtiçi hasıla değişkeni kbgstyih, kukla değişkenler olarak kullanılan İstanbul bölgesinin kişi başına gayrisafi yurtiçi hasılası istkbgstyih ve Ankara bölgesinin kişi başına gayrisafi yurtiçi hasılası ankkbgstyih olarak kısaltılmıştır.



sinde yüksek, doğu bölgelerde ise genellikle düşük oranlarda olması, bu suç türünün işlenmesinde göçün ve göç kaynaklı işsizliğin daha etkin olduğunu doğrulamaktadır.

Mala zarar verme suçuna algöç değişkeninin etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde olduğu, bu değişken dışındaki değişkenlerin etkisinin ise, istatistiksel olarak anlamsız olduğu belirlenmiştir. Ekonomik nedenlerin mala zarar verme suçuna doğrudan etkisinin olmayabileceği, bu suç türü işlendiğinde ekonomik sonuçlara yol açabileceği düşünülürse bu yönde ulaşılan sonucun beklenen bir durum olduğu söylenebilir. Bir bölgede alınan göç miktarındaki artış, işsizlik gibi ekonomik sorunlar ile bölgeye uyum gösterememe gibi sosyokültürel sorunlara yol açmakta, bu durum göç eden bireylerde beklentilerinin karşılanmaması sonucu oluşabilecek psikolojik sorunların etkisiyle mala zarar verme suçunda pozitif yönde artış oluşturabilmektedir. Ekonomik ve sosyokültürel faktörlerin etkisiyle bir bölgeye göç eden bireyler bu gibi sorunlarının çözülmemesinin yanı sıra metropol şehrin yol açtığı farklı sorunlarla da karşılaştıklarında psikolojik yönden o bölgede aynı sorunlarla karşı karşıya olan bireylere göre daha fazla mala zarar verme suçuna yönelebilecekleri düşünülebilir. Kişi başına gayri safi yurtiçi hasılanın bu suç türüne etkisinin anlamsız olması nedeniyle mala zarar verme suçuna ait modelde kbg-syih'si en yüksek iki bölgenin (İstanbul ve Ankara) kbg-syih değişkenleri için kukla değişken kullanılmamıştır. Araştırma bulguları başlığı altında özetlenen suç türlerine ait modellerin sonuçları ek'te tablolar halinde verilmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Malvarlığına karşı işlenen suç türlerine ait model sonuçları suç teorilerine göre analiz edildiğinde sınır komşuluğunun bu suç türlerinin yayılmasında etkili olması; suçun nedenlerinden sosyolojik teoriler kapsamında yer alan sosyal yapı teorileri bağlamında Durkheim'ın suçun kaçınılmazlığının toplumdaki farklılıklara, bir başka deyişle toplumun heterojen yapısına bağlı olduğu görüşü ile ilişkilendirilebilir. Durkheim, toplumdaki kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak için farklı yöntemler ve davranış biçimleri kullanmaları nedeniyle bu kişilerden bazılarının suça yönelmelerinin normal olduğunu ileri sürmüştür. Söz konusu çalışmanın analizinde yer alan hata terimleri arasında otokorelasyon olduğunu gösteren testlerin heterojen yapıda olan sınır komşusu bölgeler arasında mekansal bağımlılığın olma durumunu, bir başka deyişle suçun heterojen yapıda olan sınır komşusu olan bölgeler arasında yayılma etkisi gösterdiğini ortaya koyması Durkheim'ın söz konusu görüşüyle örtüşmektedir. Suçun nedenlerinden sosyolojik teoriler kapsamında yer alan sosyal süreç teorilerinde açıklanan "Ayrımcı Birleşimler Teorisi"ne göre suçlu davranışın

karşılıklı etkileşim sonucunda öncelikle yakın gruplar içerisinde öğrenileceği görüşü de yakınlık durumu temel alındığında, sınır komşuluğunun malvarlığına karşı işlenen suçların yayılmasında etkili olması yönünde ulaşılan sonucu doğrulamaktadır.

Türkiye'nin sınır komşusu bölgeleri sosyo-ekonomik yönden benzeşmesine rağmen doğu ve batı bölgeleri arasında sosyo-ekonomik açıdan farklılık görülmektedir. Bölgeler arasında görülen kbgisyih farklılıkları nedeniyle ekonomik refahtan diğer bölgelere göre daha az pay alan bölgelerde yaşayanlar bu durumun var olan ekonomik sistemden kaynaklandığı ve söz konusu sistemin değişmesiyle ekonomik refahtan bölgelerin eşit pay alabileceği düşüncesiyle ve yine bu durumun etkisiyle görülen yoksulluk nedeniyle suçlu davranışlara yönelebilmektedir. Suç teorilerinden ekonomik teoriler kapsamında yer alan ekonomik yapının ve yoksulluğun suça etkisi başlıkları altında yapılan bu yöndeki açıklamalar, bazı bölgeler arasındaki kbgisyih farklılığı ile ilişkilendirilebilir. Bir başka deyişle sosyo-ekonomik yönden gelişmişlik açısından ortaya çıkan bölgesel farklılıklar malvarlığına karşı işlenen suçların görülmesine neden olmakta, sınır komşuluğu ise, bir bölgedeki suç miktarındaki artışın bu bölgeye sınır komşusu olan diğer bölgedeki suç miktarını arttırması şeklinde suçun yayılmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda bölgelerarası farklılıkların giderilmesi ve bölgesel kalkınmanın sağlanması yönünde politikalar geliştirilerek, ekonomik yönden gelişmemiş sınır komşusu bölgelerin gelişiminin sağlanmasıyla söz konusu bölgelerin birinde görülen malvarlığına karşı işlenen suçlardaki azalış, bu bölgeye sınır komşusu olan diğer bölgede işlenen bu suç türünün işlenme oranını azaltacaktır.

Suç teorilerinden psikolojik teoriler kapsamında yer alan "özel düşünme modeli" ne göre sorumsuz kişiler söz konusu modele uygun olarak başkalarını düşünmeme, işten kaçma, toplumun belirlemiş olduğu yasal sınırlamalara uymama şeklinde davranmaktadır. Böyle davranan kişilerin düzenli bir iş sahibi olmama olasılığının yüksek olacağı düşünüldüğünde ekonomik nedenlerle olmasa da psikolojik nedenlerle işsiz olan bu bireylerin işsizlik nedeniyle ekonomik olarak kötü koşullarda olmaları sonucu suçlu davranışlarda bulunmaları, işsizliğin malvarlığına karşı işlenen suçları arttırdığı yönündeki sonucu desteklemektedir.

Suç teorilerinden sosyolojik teoriler kapsamında yer alan sosyal yapı teorileri çerçevesinde Merton, suçu anomiyile ilişkilendirmiş, kültürel amaçlar ve yasal yollar (kişinin davranışlarını düzenleyen normlar olan toplumdaki örf, adet ve kurumlar) arasındaki uyumsuzluğun gerilime yol açacağını savunmuştur. Bu durum, kırsal bölgelerden göç nedeniyle kentsel bölgelere yerleşenlerin kültürel amaçları ile yasal yollar arasında oluşan uyumsuzlukları ile ilişkilendirile-

bilir. Kentsel bölgelere göç edenlerin örf ve adetleri bölgede yaşayanların örf ve adetlerinden farklılık göstermekte, kentlere yerleşen kırsal nüfus kentlerin sosyokültürel yapısıyla uyum sağlamamakta, bu doğrultuda gerilim ortaya çıkmakta, gerilim sonucu anomi dolayısıyla suçlu davranışlar oluşmaktadır. Söz konusu ilişkilendirme, alınan göçlerdeki artışın malvarlığına karşı işlenen suçları arttırdığı yönündeki sonucu destekleyici olduğu düşünülmektedir.

Yine suç teorilerinden sosyolojik teoriler kapsamında yer alan sosyal yapı teorileri çerçevesinde Chicago'da yapılan bir araştırmaya göre suçluların yüksek oranda olduğu bölgeler; merkeze bitişik, kiralardan düşük ve fiziksel koşulların bozuk olduğu bölgelerdir. Bu bölgeler, özellikle Amerika'ya yeni göç eden göçmenlerin geçici olarak kaldıkları yerlerdir. Göçmenler daha fazla paraya sahip olunca bölgeyi terk etmektedir. Bu durumda söz konusu bölgelerdeki farklı kültürlerden oluşan nüfus sabit olmamakta, çabuk değişmektedir. Bu nüfus yapısı sosyal düzensizliğe yol açmaktadır. Söz konusu araştırma sonuçlarının, alınan göç miktarındaki artışın malvarlığına karşı işlenen suçları arttırdığı yönündeki sonuçla ilişkili olduğu söylenebilir. Bir başka ifadeyle kırsal bölgelerden kentsel bölgelere yapılan göç sonucunda nüfus artış göstermekte, böylece işsizlik, eğitim, sağlık, konut ve altyapı yetersizliği gibi sorunlar nedeniyle malvarlığına karşı işlenen suçlar da artış göstermektedir.

Çalışmanın model sonuçları suç teorileriyle ilişkilendirildiğinde malvarlığına karşı işlenen suçlarla mücadele yerine suç önlemek amacıyla ekonomik ve sosyal yönden bölgesel kalkınmanın önemi ortaya çıkmaktadır. Toplumda güvenliği sağlamak amacıyla bölgesel anlamda kolluk oluşturma, adliye ve cezaevi yapımı gibi çalışmalar yerine bu alanlarda kullanılan kaynakların ekonomik ve sosyal yönden geri kalmış bölgelerde öncelikle istihdam oluşturmak amacıyla kullanılması, eğitim için harcamaların arttırılması, sağlık ve alt yapı hizmetlerinin geliştirilmesi, kırsal alanların gelişmesini sağlayacak tarıma dayalı sanayi alanlarının oluşturulması ve ahır hayvancılığının geliştirilmesi gibi yatırımların yapılmasının malvarlığına karşı işlenen suçların azalması da daha etkili olacağını gözler önüne sermektedir. Bir başka ifadeyle başta istihdam probleminin çözülmesi yönünde geri kalmış bölgelerin gelişmesi anlamında alınan bu önlemler, bu bölgelerden gelişmiş bölgelere göçü engelleyerek göçün yol açtığı ekonomik ve sosyal açıdan sorunları azaltmış olacak, böylece malvarlığına karşı işlenen suç türlerinde azalma olacaktır.

Sonuç olarak sınır komşuluğunun malvarlığına karşı işlenen suçların yayılmasında etkili olmasının, suçun nedenlerinden sosyolojik teorilerle ve bazı analiz sonuçlarının suçun nedenlerinden ekonomik, psikolojik ve sosyolojik teoriler ile ilişkilendirilebilmesi nedeniyle malvarlığına karşı işlenen suçların ekonomik nedenlerin yanı sıra psikolojik ve sosyolojik nedenlerden kaynak-



lanabileceği belirtilerek, söz konusu nedenlerin derinlemesine analiz edildiği çalışmaların yapılmasının önemi vurgulanabilir. Bu açıdan çalışma malvarlığına karşı işlenen suç türleriyle ilgili yapılacak farklı alanlardaki araştırmalara temel oluşturabilir.

## KAYNAKÇA

- Aaltonen, M., Macdonald, J. M., Martikainen, P. ve Kivivuori, J. (2013). Examining the Generality of the Unemployment Crime Association. *Amerikan Society of Criminology*, 51(3), 561- 594.
- Adler, F., Mueller, G. O. W. ve Laufer, W. S. (1991). *Criminology*. New York: McGraw-HillInc.
- Akıncı, S. F. (2002). *Kriminoloji*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Aksu, H. ve Akkuş, Y. (2010). Türkiye’de Mala Karşı Suçların Sosyoekonomik Belirleyicileri Üzerine Bir Deneme: Sınır Testi Yaklaşımı (1970- 2007). *Sosyoekonomi*,11(11), 191- 214.
- Altındağ, D. T. (2011). Crime and Unemployment: Evidence from Europe. *Auburn University Department of Economics Auburn economics Working Paper Series*, (13), 1-45.
- Anselin, L. (2001). Spatial Econometrics. B. H. Baltagi (Ed.), *A Companion to Theoretical Econometrics içinde* (ss. 311-329). USA: Blackwell publishing.
- Anselin, L. (1988). *Spatial Econometrics: Methods and Models*. London: Kluwer Academic Publishers.
- Anselin, L. ve Bera, A. K. (1998). Spatial Dependence In Linear Regression Models With An Introduction to Spatial Econometrics. A. Ullah ve D. E. A. Giles (Ed.), *Handbook of Applied Economic Statistics içinde* (ss. 237-289). New York: Marcel Dekker.
- Ata, Y. A. (2011). Ücretler, İşsizlik ve Suç Arasındaki İlişki: Yatay-Kesit Analizi. *Çalışma ve Toplum*, 4(31), 113-134.
- Baharom, A. H. ve Habibullah, S. M. (2008). Is Crime Cointegrated with Income and Unemployment?: A Panel Data Analysis on Selected European Countries. *Munich Personal Repec Archive*, (11927), 1- 10.
- Baharom, A. H. ve Habibullah, S. M. (2009). Income, Unemployment and Crime: Panel Data Analysis on Selected European Countries. *9th Global Conference on Business Economics*, 1-11.
- Beirne, P. ve Messerschmidt, J. (1991). *Criminology*. Philadelphia: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Boaitey, A. (2013). Crime and Unemployment in Turbulent Times: A Canadian Perspective. *Research Gate*, 1-18.
- Buonanno, P., Drago, F. ve Galbiati, R. (2014). Response of Crime to Unemployment: An International Comparison. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 30(1), 29-40.

- Carmichael, F. ve Ward, R. (2001). Male Unemployment and Crime in England and Wales. *Economics Letters*, 73(1), 111-115.
- Chamlin, M. B. ve Cochran, J. K. (2000). Unemployment, Economic Theory and Property Crime: A Note on Measurement. *Journal of Quantitative Criminology*, 16(4), 443-455.
- Demirbaş, T. (2014). *Kriminoloji*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Edmark, K. (2003). The Effects of Unemployment on Property Crime: Evidence From a Period of Unusually Large Swings in the Business Cycle. *Working Paper Series*, 14, 1-27.
- Edmark, K. (2005). Unemployment and Crime: Is There a Connection?. *Journal of Economics*, 107(2), 353-373.
- Elhorst, P. J. (2003). Specification and Estimation of Spatial Panel Data Models. *International Regional Science Review*, 26(3), 244-268.
- Elliott, C. ve Ellingworth, D. (1998). Exploring the Relationship Between Unemployment and Property Crime. *Applied Economics Letters*, 5(8), 527-530.
- Elliott, C. ve Ellingworth, D. (1996). The Relationship Between Unemployment and Crime A Cross-Sectional Analysis Employing the British Crime Survey 1992. *International Journal of Manpower*, 17(6/7), 81-88.
- Entorf, H. ve Sieger, P. (2014). Does the Link Between Unemployment and Crime Depend on the Crime Level? A Quantile Regression Approach. *Forschungs institut Zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor*, Discussion Paper (8334), 2- 32.
- Fallahi, F., Pourtaghi, H. ve Rodriguez, G. (2012). The Unemployment Rate, Unemployment Volatility and Crime. *International Journal of Social Economics*, 39(6), 440-448.
- Garofalo, R. B. (1957). *Criminologia Suç, Suçlu ve Ceza* (M. Göklü, Çev.). İstanbul: Nurgök Matbaası.
- Gillani, S. Y. M., Khan, R. E. A. ve Gill, A. R. (2011). Unemployment and Property Crimes in Pakistan. *Asian Economic and Financial Review*, 1(3), 125-135.
- Gronqvist, H. (2011). Youth Unemployment and Crime: New Lessons Exploring Longitudinal Register Data. *Swedish Institute for Social Research*, Working Paper (7), 1- 37.
- Hagan, F. E. (1991). *Introduction to Criminology Theories, Methods and Criminal Behaviour*. Chicago: Nelson Hall Series in Sociology.

- Haskell, M. R. ve Yablonsky, L. (1983). *Criminology: Crime and Criminality*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Hooghe, M., Vanhoutte, B., Hardyns, W. ve Bircan, T. (2011). Unemployment, Inequality, Poverty and Crime Spatial Distribution Patterns of Criminal Acts in Belgium 2001–06. *Brit. J. Criminol*, 51, 1-20.
- İçli, G. T. (2007). *Kriminoloji*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Janko, Z. ve G. Popli (2013). Examining the Link Between Crime and Unemployment: A Time Series Analysis for Canada. *Sheffield Economic Research Paper Series, SERP Number (201300)*, 2- 20.
- Lastauskas, P. ve Tatsi, E. (2013). Spatial Nexus in Crime and Unemployment in Times of Crisis: Evidence from Germany. *University of Cambridge Cambridge Working Papers in Economics*, (1359), 1-50.
- Lesage, J. P. ve Pace, K. R. (2009). *Introduction to Spatial Econometrics*. United States of America: Taylor and Francis Goup CRC Press.
- Lester, B. Y. (1995). Property Crime and Unemployment: A New Perspective. *Applied Economics Letters*, 2(5), 159-162.
- Maddah, M. (2013). An Empirical Analysis of the Relationship Between Unemployment and Theft Crimes. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(1), 50-53.
- Mccaghy, C. H., Capron, T. A. ve Jamieson, J. D. (2003). *Deviant Behaviour Crime, Conflict and Interest Groups*, Boston: Pearson Education.
- Melick, M. D. (2003). The Relationship Between Crime and Unemployment. *The Park Place Economist Article* 13, 11(1), 30-36.
- Merton, R. K. (1968). *Social Theory and Social Structure*. New York: The Free Press.
- Narayan, P. K. ve Smyth, R. (2004). Crime Rates, Male Youth Unemployment and Real Income in Australia: Evidence From Granger Causality Tests. *Applied Economics*, 36(18), 2079–2095.
- Nilsson, A. ve Agell, J. (2003). Crime, Unemployment and Labor Market Programs in Turbulent Times. *IFAU- Institute For Labour Market Policy Evaluation, Working Paper No (14)*, 1-31.
- Polat, O. (2004). *Kriminoloji ve Kriminalistik Üzerine Notlar Suç Suçlu Suç Yeri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Raphael, S. ve Winter-Ebmer, R. (2001). Identifying The Effect of Unemployment on Crime. *Journal of Law and Economics*, 44(1), 259-283.



- Saridakis, G. ve H. Spengler (2009). Crime, Deterrence and Unemployment in Greece: A Panel Data Approach. *Deutsches Institut für Wirtschafts Forschung, Discussion Papers* (853), 2-9.
- Siegel, L. J. (1989). *Criminology*. San Francisco: West Publishing Company.
- Smith, D. M., Devine, J. A. ve Sheley, J. F. (1992). Crime and Unemployment: Effects Across Age and Race Categories. *Sociological Perspective*. 35(4), 551-572.
- Speziale, N. (2014). Does Unemployment Increase Crime? Evidence From Italian Provinces. *Applied Economics Letters*, 21(15), 1083-1089.
- Sutherland, E. H. (1939). *Principles of Criminology*. Chicago: J. B. Lippincott Company.
- Tsushima, M. (1996). Economic Structure and Crime: The Case of Japan. *The Journal of Socio Economics*, 25(4), 497-515.
- Young, T. J. (1993). Unemployment and Property Crime: Not a Simple Relationship. *American Journal of Economics and Sociology*, 5(4), 413-415.
- Witt, R., Clarke, A. ve Fielding, N. (1998). Crime, Earnings Inequality and Unemployment in England and Wales. *Applied Economics Letters*, 5(4), 265-267.
- Wu, D. ve Wu, Z. (2011). Crime, Inequality and Unemployment in England and Wales. *Applied Economics*, 44(29), 1- 28.

## Ekler: SAR Modeli Sonuçları

### Ek 1: Hırsızlık Suçunun SAR Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayılar
rho	0.0221179 (5.62)*
işsizlik $\beta_1$	0.0445677 (5.41)*
okullaşma $\beta_2$	-0.0143767 (-3.03)*
algöç $\beta_3$	0.79702 (7.70)*
kbgseyih $\beta_4$	1.690116 (12.27)*
istkbgseyih $\beta_5$	-0.0591918 (-2.60)*
ankkbgseyih $\beta_6$	-0.0963176 (-5.53)*
LR Test SAR vs. OLS (Rho=0): 31.5691 Olasılık Değeri: 0.0000	
Testler	Test İstatistik Değeri
Moran I	0.8622 (0.0000)*
Geary GC	0.2002 (0.0000)*
Getis-Ords GO	-3.6476 (0.0000)*
LM Lag (Anselin)	22.0670 (0.0000)*
LM Lag (Robust)	2.6937 (0.1007)**

\* \*\* ve \*\*\* sırasıyla %1,%5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

**Ek 2: Yağma Suçunun SAR Modeli Sonuçları**

Değişkenler	Katsayılar
rho	0.0350702 (6.23)*
işsizlik $\beta_1$	0.045121 (4.72)*
okullaşma $\beta_2$	-0.0203278 (-3.70)*
algöç $\beta_3$	0.7144761 (5.95)*
kbgisyih $\beta_4$	1.982057 (12.16)*
istkbgisyih $\beta_5$	-0.0006795 (-0.03)
ankkbgisyih $\beta_6$	-0.0736046 (-3.66)*

LR Test SAR vs. OLS (Rho=0): 38.8165 Olasılık Değeri: 0.0000

Testler	Test İstatistik Değeri
Moran I	0.6282 (0.0000)*
Geary GC	0.3940 (0.0000)*
Getis-Ords GO	-2.6578 (0.0000)*
LM Lag (Anselin)	31.8865 (0.0000)*
LM Lag (Robust)	4.9690 ( 0.0258)**

\*,\*\* ve \*\*\* sırasıyla %1,%5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

### Ek 3: Dolandırıcılık Suçunun SAR Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayılar
rho	0.0588324 (9.38)*
işsizlik $\beta_1$	0.0387895 (3.18)*
okullaşma $\beta_2$	0.0058057 (0.82)
algöç $\beta_3$	1.540264 (12.69)*
kbgsvih $\beta_4$	-0.2345357 (-1.13)
LR Test SAR vs. OLS (Rho=0): 87.9401 Olasılık Değeri: 0.0000	
Testler	Test İstatistik Değeri
Moran I	0.8001 (0.0000)*
Geary GC	0.1644 (0.0000)*
Getis-Ords GO	-3.3850 (0.0000)*
LM Lag (Anselin)	64.2953 (0.0000)*
LM Lag (Robust)	0.0194 (0.8892)

\*, \*\* ve \*\*\* sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

**Ek 4: Mala Zarar Verme Suçunun SAR Modeli Sonuçları**

<b>Değişkenler</b>	<b>Katsayılar</b>
rho	0.0925798 (6.09)*
işsizlik $\beta_1$	1.243036 (1.52)
okullaşma $\beta_2$	0.6844873 (1.40)
algöç $\beta_3$	0.0006399 (10.10)*
kbgsyih $\beta_4$	0.0001081 (0.23)
LR Test SAR vs. OLS (Rho=0): 37.0657 Olasılık Değeri: 0.0000	
<b>Testler</b>	<b>Test İstatistik Değeri</b>
Moran I	0.6691 (0.0000)*
Geary GC	0.2839 (0.0000)*
Getis-Ords GO	-2.8310 (0.0000)*
LM Lag (Anselin)	25.8275 (0.0000)*
LM Lag (Robust)	18.3719 (0.0000)*

\* , \*\* ve \*\*\* sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

# BORÇLANMA ARAÇLARI PİYASASINDA ÖĞLE ARASININ KALDIRILMASININ GÜNCİ GETİRİ, VOLATİLİTE VE İŞLEM HACMİNE ETKİSİ\*

## Effect of Removing Lunch Break on Intraday Return, Volatility and Trading Volume in Debt Securities Market

Gönderim Tarihi / Received: 05.06.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 03.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.748465>

Eyüp KADIOĞLU\*\*1

Nurcan ÖCAL<sup>2</sup>

Faruk BOSTANCI<sup>3</sup>

**ÖZ:** Bu çalışmada, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihinden itibaren öğle arasının kaldırılmasının piyasada işlem gören devlet tahvillerinin günüçi getiri, volatilitte ve işlem hacmine olan etkisi ve bu piyasadaki günüçi yapılar araştırılmıştır. Bu amaçla, öğle arasının kaldırılma tarihinin 3 ay öncesi ve sonrasını kapsayan 02.05.2019-31.10.2019 döneminde piyasada işlem gören aynı gün valörlü 45 devlet tahvilinin 15-dakikalık periyodlar için hesaplanan getiri, volatilitte ve işlem hacmi verileri kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, günüçi volatilitte ve ortalama işlem hacmi formunun sırasıyla ters "J" ve "L" harfi şeklinde olduğu, öğle arasının kaldırılmasının gün içi getiriyi azalttığı, ortalama işlem hacmini artırdığı ve volatilitteyi düşürdüğü bulunmuştur. Piyasanın mikro yapısında meydana gelen bu değişiklik, fiyat oluşum etkinliğini artırmış olmakla birlikte bu etkinlik artışının açılış işlemlerinde gün ortası ve kapanışa göre daha sınırlı kaldığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası, Günüçi Getiri, Günüçi Volatilitte, Günüçi İşlem Hacmi, Günüçi Yapılar, Mikroyapı.

\*Bu çalışmada, yöntem olarak insan ve hayvanlar deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılmadığı için etik kurul iznine ihtiyaç duyulmamıştır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Doç. Dr., Sermaye Piyasası Kurulu/Yatırımcı Tazmin Merkezi, eyup.kadioglu@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7836-868X>

<sup>2</sup> Dr., Sermaye Piyasası Kurulu/Yatırımcı Tazmin Merkezi, nurcan.ocal@spk.gov.tr, <https://orcid.org/0000-0002-5870-2844>

<sup>3</sup> Dr., Bağımsız Araştırmacı, faruk.bostanci@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4151-7618>

**ABSTRACT:** In this study, the effect of removing lunch break on August 1<sup>st</sup>, 2019 in Borsa Istanbul Debt Securities Market on the intraday return, volatility and trading volume of government debt securities and intraday patterns in this market are analysed. To this end, for 15-minute intervals data of return, volatility and trading volume of 45 same day settlement government debt securities are used for the time period of May 2<sup>nd</sup>, 2019- October 31<sup>st</sup>, 2019, which covers 3 months prior and after of the removal. After the analyses, it was revealed that intraday volatility and average trading volume do form reverse J-shaped and L-shaped respectively. The removal of lunch break decreases intraday returns, increases average trade volume and reduces volatility. Although the change in the microstructure of the market improves the price discovery efficiency of underlying securities, the improvement is limited in opening transactions as compared to midday and closing time.

**Keywords:** Borsa Istanbul Debt Securities Market, Intraday Return, Intraday Volatility, Intraday Trading Volume, Intraday Pattern, Microstructure.

## GİRİŞ

Borsalar veya düzenleyici otoriteler tarafından menkul kıymet piyasalarında daha etkin fiyat oluşumu, likiditenin artırılması ve volatilitenin azaltılması amacıyla piyasanın işleyişine yönelik mikro yapıyı değiştirecek düzenleme değişiklikleri yapılmaktadır. Bu mikro yapı değişikliklerinin istenilen amaca uygun olup olmadığı veya amacına ulaşip ulaşmadığı ise araştırma konusu olmakta, böylelikle mikro yapı değişikliğinin etkinliği hakkında borsalar veya düzenleyici otoritelere geri dönüş sağlanmaktadır. Ayrıca, mikro yapılar hakkındaki araştırmalar piyasa uzmanlarına yatırım stratejisi geliştirmeleri konusunda yeni ufuklar açmaktadır. Piyasaların mikro yapısında yapılan değişikliklerden biri de işlem saatlerinin uzatılması veya seanslar arasındaki boşluğun kaldırılarak işlemlerin sürekli hale getirilmesidir. Bu uygulama değişikliğinin etkilerinin araştırılması söz konusu mikro yapı değişikliğinin sonuçları hakkında hem uygulama değişikliğini yapanlar hem de piyasa katılımcıları açısından önemli geri bildirimler sağlayacaktır.

Öğle arası uygulamasının kaldırılarak sürekli müzayede işlemlerinin kesintisiz devam etmesinin likidite, fiyat oluşumu ve volatilité üzerindeki etkilerini araştıran çalışma sayısı pay piyasası için çok sınırlı da olsa var olmakla birlikte, borçlanma araçları piyasası için yerli ve yabancı literatürde çalışma bulunmamaktadır. Diğer taraftan, özellikle pay piyasası için günüçi getiri, volatilité ve likidite yapılarını araştıran veya bunları modellemeye çalışan pek çok çalışma bulunmakla birlikte, borçlanma araçları için bu çalışmalar da oldukça sınırlıdır. Houston ve Ryngaert (1992), Barclay ve Hendershott (2003), Fan ve Lai (2006), Lee, Chien, Chen ve Huang (2009), Miwa ve Ueda (2017) ve Miwa (2019), pay ve vadeli işlem piyasalarında işlem saatlerinin uzatılmasının günüçi getiri ve volatilitéye olan etkisini incelemişlerdir. Bu çalışmalarda işlem saatlerinin



uzatılmasının günlüğü getiri veya volatilite üzerinde olumlu bir etki yaratmadığı bulunmuştur. Ancak bu çalışmalar öğle arasının kaldırılmasını değil, seans başlangıcının öne çekilmesi veya seans bitişinin uzatılmasını incelemişlerdir. Diğer taraftan, seans başına açılış seansı veya seans sonuna kapanış seansı konulması suretiyle işlem saatlerinin uzatılması uygulamasını inceleyen analizlere; Borsa İstanbul Pay Piyasası için Küçükkocaoğlu ve Küçüksözen (2009), Kadioglu ve Küçükkocaoğlu (2015), Kadioglu, Küçükkocaoğlu ve Kılıç (2015) ile İnci ve Ozenbas (2017); diğer pay piyasaları için Pagano ve Schwartz (2003), Comerton-Forde ve Rydge (2006), Comerton-Forde, Lau ve McInish (2007), Chelley-Steeley (2009), Kandel, Rindi ve Bosetti (2012), Huang ve Tsai (2014), Ibikunle (2015), Anagnostidis, Kanas ve Papachristou (2015) ile Agarwalla, Jacob ve Pandey (2015) tarafından yapılan çalışmalar örnek gösterilebilir.

Pay piyasaları için yapılan çalışmalarda günlüğü getiri, volatilite ve işlem hacminin seans başından sonuna kadar "U", "W", ters "J" ve "L" harflerine benzeyen hareketler gösterdiği bulunmuştur. Bu yapılarda seansın açılış ve kapanış çevresinde diğer zaman dilimlerine göre daha yüksek getiri ve volatilitenin olduğu, gün içerisinde açılışta yüksekte başlayan hareketlerin gün içerisinde azaldığı ve kapanışta tekrar yükseldiği görülmektedir (Wood, McInish ve Ord, 1985; Smirlock ve Starks, 1986; Harris, 1986, 1989; Lockwood ve Linn, 1990; Andersen, Bollerslev ve Cai, 2000; Bildik, 2001; Ozenbas, Schwartz ve Wood, 2002; Tian ve Guo, 2007; Eaves ve Williams, 2010; Chen, 2013; Kadioglu ve Küçükkocaoğlu, 2015; Şahin, 2016; İnci ve Ozenbas, 2017; Zhang, Ma ve Zhu, 2019).

Öğle arasının kaldırılmasının mikro yapıda meydana getirdiği değişiklikleri inceleyen bir çalışmaya pay piyasası için rastlanılmamış ve hatta benzer bir çalışmanın borçlanma araçları piyasasında yapılmamış olması çalışmamızın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Kullandığımız örneklemin yüksek frekanslı veri setinden oluşmasının yanı sıra bu verilerin içsellik sorunu taşımaması da çalışmamızın diğer bir katkısıdır. Ayrıca, pay piyasasında sıkça görülen mikro yapı çalışmalarının borçlanma araçları piyasasında da yapılması çalışmamızı bu alanda öncü çalışmalardan biri haline getirecektir.

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda, 01.08.2019 tarihinden itibaren öğle arasının kaldırılarak çok fiyatlı sürekli müzayede sistemine devam edilmesi uygulamasına geçilmiştir. Bu çalışmada, öğle arasının kaldırılmasının anılan piyasada işlem gören devlet tahvillerinde günlüğü getiri, volatilite ve işlem hacminde meydana getirdiği değişiklikler ile günlüğü yapılarına olan etkisi incelenmiştir. Bu amaçla, öğle arasının kaldırılma tarihinin 3 ay öncesi ve sonrasını kapsayan, 02.05.2019-31.10.2019 döneminde bu piyasada işlem gören aynı gün valörlü 45 devlet tahvilinin günlüğü 15-dakikalık periyodlar için hesaplanan getiri, volatilite ve ortalama işlem hacmi verileri kullanılmıştır. Günlüğü

yapıların ortaya daha iyi konulabilmesi için açılış (ilk 30 dakika), gün ortası (açılış ve kapanış hariç diğer zamanlar), kapanış (son 30 dakika) için alt kırılımlar bazında ve tüm gün bazında analizler yapılmıştır. Tarihsel getiri standart sapmasının yanı sıra volatilitiyi ölçmek üzere Parkinson (1980), Garman ve Klass (1980) ile Rogers ve Satchell (1991) tarafından önerilen yöntemler de kullanılmıştır. Öğle arası uygulamasının kaldırılmasının getiri, volatiliti ve işlem hacmine olan etkilerini ölçmek üzere klasik hipotez testleri uygulanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda; Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihinde kaldırılan öğle arası uygulamasının 15-dakikalık getirileri düşürdüğü, bu durumun, açılış, gün ortası, kapanış ve tüm gün karşılaştırmalarında geçerli olduğu, 15-dakikalık getiri yapısının tam net olmamakla birlikte "W" formuna yakın olduğu, işlem hacmi formunun "L" şeklinde olduğu ve öğle arasının kaldırılmasının ortalama işlem hacminde artışa neden olduğu, öncesinde belli bir forma sahip olmayan volatiliti yapısında önemli değişiklik meydana geldiği, açılışta yüksek olan volatilitenin gün boyunca azaldığı ve kapanışa doğru yine artış gösterdiği, bu anlamda yapının ters "J" formunda olduğu tespit edilmiştir. Borçlanma araçları piyasasının mikro yapısında meydana gelen söz konusu değişikliğin, fiyat oluşum etkinliğini artırmış olmakla birlikte bu etkinlik artışının açılış işlemlerinde diğer zamanlardaki işlemlere nazaran daha sınırlı kaldığı tespit edilmiştir.

Çalışmamızın ikinci bölümünde günüçi yapıları konu alan çalışmaların özeti; üçüncü bölümünde yararlanılan veri seti ve metodolojiye ilişkin bilgilere; dördüncü bölümünde ise tespit edilen ampirik sonuçlara yer verilmiştir. Son bölüm ise sonuç bölümüdür.

## LİTERATÜR ÖZETİ

Pay piyasası için öğle arası uygulamasının kaldırılmasına ilişkin olmasa da işlem saatlerinin uzatıldığı durumlara ilişkin sınırlı sayıda çalışma bulunmakla birlikte, borçlanma araçları piyasası için öğle arası uygulamasının kaldırılması veya işlem saatlerinin uzatıldığı durumların etkilerine ilişkin bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Bununla birlikte, pay piyasası için yapılan çalışmaların sonuçları borçlanma araçları piyasasına örnek teşkil edebilecektir. Zira, söz konusu piyasalarda, işlem gören menkul kıymetler farklı olsa da işlem kuralları veya emirleri eşleştirme sistemleri hemen hemen aynıdır. Houston ve Ryngaert (1992) tarafından New York pay piyasasında işlem saatlerinin kısaltılmasının incelenmesi sonucunda, bu değişikliğin volatiliti ve işlem hacminde çok sınırlı bir değişikliğe neden olduğu ortaya konulmuştur. NASDAQ'da işlem saatlerinin uzatılmasının likiditeyi azaltması nedeniyle olumsuz etkisinin olduğu Barclay ve Hendershott (2003) tarafından ileri sürülmüştür. Benzer

şekilde Fan ve Lai (2006) Tayvan Menkul Kıymet Borsası pay piyasasında işlem saatlerinin günüçi yapıları olan etkisini araştırmışlardır. İşlem saatlerinin uzatılmasının işlem hacmi ve volatilite üzerinde etkisi tespit edilemezken işlem maliyeti olarak değerlendirilen marjın arttığı, yani işlem maliyetinin artmasına neden olduğu bulunmuştur. Miwa (2019)'nın Japonya vadeli işlemler piyasası için yaptığı çalışmada, işlem saatlerinin uzatılmasının fiyat oluşumunu olumsuz etkilediği bulunmuştur. Miwa (2019) tarafından elde edilen bulgular Lee vd. (2009) ile Miwa ve Ueda (2017) tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarıyla da uyumludur.

Borsaların mikro yapısını araştıran pek çok çalışmada günüçi getiri, işlem hacmi ve volatilitenin seans başından sonuna "U", "W", "L" veya ters "J" harfi şekline benzer bir hareket gösterdiği ortaya konulmuştur. Getiri, işlem hacmi ve volatilitenin seans açılışında yüksek değerlerle açıldığı, seans içerisinde bu değerlerin azaldığı ve seans kapanışında getiri, işlem hacmi ve volatilitenin tekrar yükseldiği görülmektedir.

Günüçi getiri, işlem hacmi ve volatilitenin seans boyunca izlediği hareket tarzını ortaya koyan çalışmalar Tablo 1'de özetlenmiştir.

**Tablo 1:** Güniçi Yapılara İlişkin Çalışmalar ve Sonuçları

Çalışma	Ülke	Piyasa	Getiri	İşl. Hac.	Volat.
Wood vd. (1985)	ABD	Pay	U		U
Harris (1986)	ABD	Pay			U
Harris (1986)	Fransa	Pay			U
Foster ve Viswanathan (1993)	ABD	Pay		U	
Hamao ve Hasbrouck (1995)	Japonya	Pay			U
Abhyankar, Ghosh, Levin ve Limmack (1997)	İngiltere	Pay			U
Andersen ve Bollerslev (1997)	ABD	Pay		U	U
Jain ve Joh (1988)	ABD	Pay		U	
Andersen vd. (2000)	Japonya	Pay			U
Ahn, Bae ve Chan (2001)	Hong Kong	Pay			U
Bildik (2001)	Türkiye	Pay	UU		LL
Lowengrub ve Melvin (2002)	Almanya	Pay		U	U
Küçükkoçaoğlu (2005)	Türkiye	Pay	U		UU
Tian ve Guo (2007)	Çin	Pay			LL
Hughes, Smith ve Winters (2007)	ABD	BA			U
Nguyen ve Phengpis (2009)	ABD	ETF		U	
Eaves ve Williams (2010)	Japonya	VI		U	L
Haniff ve Pok (2010)	Malezya	Pay			UU
Harju ve Hussain (2011)	EU	Pay			Ters J
Huang ve Chan (2014)	Tayvan	Pay		U	U
Kadioglu ve Küçükkoçaoğlu (2015)	Türkiye	Pay	UU		L
Miralles-Quirós, Miralles-Quirós ve Daza-Izquierdo (2015)	İspanya	Pay		U	U
Miwa ve Ueda (2017)	Japonya	Pay		U	U
Inci ve Ozenbas (2017)	Türkiye	Pay			LU
Gao, Han, Zhengzi Li ve Zhou (2018)	ABD	ETF		U	U
Sensoy ve Serdengecti (2019)	Türkiye	FX			U
Aslan ve Sensoy (2019)	Global	KP	U		
Zhang vd. (2019)	Çin	Pay		U	

**Not:** Çift harfin olması çift seans olması nedeniyle ortaya çıkan iki seans için yapıyı göstermektedir. KP: Kripto Para, VI: Vadeli İşlem, BA: Borçlanma Araçları, FX: Yabancı Para ve ETF: Borsada İşlem Gören Fonları ifade etmektedir.

Tablo 1’de özetlenen literatüre göre günüçi getiri, işlem hacmi ve volatilitenin seansın başında veya sonunda en yüksek seviyelere ulaştığı ve açılıştaki değerlerin kapanışa göre daha yüksek olduğu ileri sürülmektedir. Güniçi getiri, işlem hacmi ve volatilitenin gün boyunca izlediği hareket tarzına ilişkin, özellikle açılış ve kapanıştaki yüksek değerlerin oluşumuna ilişkin literatürde kesin ve net bir açıklama ortaya konulamamıştır (Kyle, 1985; Harris, 1989). Bir görüşe göre günüçi yapıların oluşma sebebinin ortaya konulamaması fiyata yansıyan

bilginin ekonometrik olarak tam modellenememesinden kaynaklanmaktadır (Eaves ve Williams, 2010). Amihud ve Mendelson (1987) tarafından ileri sürülen açılıştaki yüksek getiri ve volatilitenin borsalardaki işlem yöntemlerinden kaynaklandığı iddiası Amihud, Mendelson ve Murgia (1990), Stoll ve Whaley (1990), Gerety ve Mulherin (1994), Muscarella ve Piwowar (2001), Hillion ve Suominen (2004); Smith (2006), Kadioglu ve Küçükkocaoğlu (2015) ile Inci ve Ozenbas (2017) tarafından yapılan çalışmalarla da desteklenmiştir.

Zhang vd. (2019) tarafından U harfi şeklinde ortaya çıkan işlem hacmi yapısı, işlem saatleri dışında gelen yeni bilgiye seans açılışındaki ilk 30 dakikada fiyatın uyarlanması ve son yarım saatte ise gece ortaya çıkabilecek risklerden kaçınmak için yapılan işlemlerle açıklanmaktadır. Eaves ve Williams (2010) ise mikro yapıda gözlemlenen bu tür kalıplara, özel bilgiyle hareket eden yatırımcıların işlemlerinin neden olduğunu iddia etmiştir.

## VERİ SETİ VE YÖNTEM

### Veri Seti

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihinden itibaren öğle arasının kaldırılarak işlemlerin sürekli hale getirilmesi nedeniyle piyasada işlem gören devlet tahvillerinin güniçi getiri, volatilité ve işlem hacminde meydana gelen değişimleri analiz etmek üzere, öğle arasının kaldırılma tarihinin 3 ay öncesi ve sonrasını kapsayan 02.05.2019-31.10.2019 döneminde, aynı gün valörlü 45 devlet tahvilinin BIST Datastore'dan alınan işlem defteri verileri kullanılmıştır. Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda işlem gören ileri vadeli devlet tahvilleri ile işlem hacmi düşük kalan devlet tahvilleri kapsam dışı bırakılmış olup, getirilerin bulunması amacıyla gerçekleşen işlem fiyatlarından yararlanılmıştır. Analizler 15-dakikalık periyodlar kullanılarak yapılmıştır.

Çalışmamızda kullanılan 45 devlet tahvilinin 2019 yılına ilişkin 6 aylık 15-dakikalık güniçi getiri değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de verilmiştir. Söz konusu getiriler aşağıdaki (1) numaralı denklem kullanılarak hesaplanmıştır. Tablo 2'de "DS" 01.08.2019 tarihinden itibaren öğle arasının kaldırılıp sürekli müzayedeye geçildiğini göstermektedir. "DS=0" ise, ilgili satırda verilen özet istatistikler 01.08.2019 tarihi öncesindeki öğle arasının olduğu döneme; "DS=1" ise, ilgili satırda verilen özet istatistikler 01.08.2019 tarihi sonrasındaki öğle arasının olmadığı döneme aittir. "DS=Tüm" satırındaki özet istatistikler ise 02.05.2019-31.10.2019 dönemine ait olup, dönem ayrımı olmaksızın yapılan hesaplamaları göstermektedir. Özet istatistikler açılış (ilk 30 dakika), gün ortası (açılış ve kapanış hariç diğer zamanlar), kapanış (son 30 dakika) ve tüm gün için ayrı ayrı verilmiştir.

**Tablo 2:** Güniçi 15-dakikalık Getiri Verilerine İlişkin Özet Tanımlayıcı İstatistikler

	DS	Sayı	Ortalama	Std. Sap.	Min.	Maks.
Açılış	0	699	0.1840	0.7642	-3.8797	4.6505
	1	625	0.0558	0.7213	-9.5176	4.1731
	Tüm	1,324	0.1235	0.7467	-9.5176	4.6505
Gün Ortası	0	3,997	0.0621	0.6897	-11.5513	4.7791
	1	4,682	0.0382	0.4661	-3.1594	9.5167
	Tüm	8,679	0.0492	0.5800	-11.5513	9.5167
Kapanış	0	1,021	0.0942	0.8066	-7.2245	11.8920
	1	1,095	0.0368	0.3804	-1.7295	2.8988
	Tüm	2,116	0.0645	0.6240	-7.2245	11.8920
Tüm Gün	0	5,717	0.0827	0.7222	-11.5513	11.8920
	1	6,402	0.0397	0.4841	-9.5176	9.5167
	Tüm	12,119	0.0600	0.6085	-11.5513	11.8920

Tablo 2’de, 02.05.2019-31.10.2019 döneminde, (1) numaralı denklem aracılığıyla hesaplanan 15-dakikalık getirilere ait ortalama, standart sapma, maksimum ve minimum değerler verilmiştir. Özet veriler iki alt kırılımda verilmiştir. İlk alt kırılım, işlem gününün tamamı, açılış, gün ortası ve kapanış olmak üzere seans içerisindeki zamanlamaya işaret etmektedir. İkinci alt kırılım ise, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nda 01.08.2019 tarihinden itibaren ögle arasının kaldırılarak yerine sürekli müzayede sistemine aralıksız devam edilmesi değişikliği öncesi (0) ve sonrasını (1) göstermektedir. Tüm kırılımlarda ortalama getirinin pozitif olduğu ve en yüksek getirinin açılış işlemleriyle oluştuğu görülmektedir.

### Metodoloji

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nda işlem gören 45 devlet tahvilinin işlem bazında gerçekleşen fiyat verilerinden logaritmik getiri formülü aracılığıyla 15’er dakikalık getirileri hesaplanmıştır (Selçuk ve Gençay, 2006; Haniff ve Pok, 2010; Engle ve Sokalska, 2012; Kadioglu ve Küçükkocaoğlu, 2015; Kadioglu vd. 2015; Miwa, 2019; Sensoy ve Serdengeçti, 2019; Zhang vd., 2019).

$$r_{i,k} = 100 * \ln \left( \frac{P_{k,i}}{P_{k,i-1}} \right) \quad , \quad r_i = \frac{1}{45} \sum_{k=1}^{45} r_{i,k} \quad (1)$$

Burada;  $r_{i,k}$  devlet tahvili  $k$ ’nın  $i$ ’nci 15-dakikalık aralıktaki getirisini,  $P_{k,i}$  devlet tahvili  $k$ ’nın  $i$ ’nci 15-dakikalık aralıktaki ağırlıklı ortalama fiyatını ve  $P_{k,i-1}$  devlet tahvili  $k$ ’nın  $i-1$ ’inci 15-dakikalık aralıktaki ağırlıklı ortalama fiyatını göstermektedir.  $r_i$  45 adet devlet tahvilinin 15’er dakikalık getirileri üzerinden hesaplanan ortalama getirisini göstermektedir.

Devlet tahvillerinin volatilitesini hesaplamak üzere aşağıda yer alan (2), (3), (4) ve (5) numaralı denklemler kullanılmıştır.

$$\hat{\sigma}_{hv,k} = \sqrt{\frac{1}{N-1} \sum_{i=1}^N (r_{i,k} - \bar{r})^2} \quad (2)$$

$$\hat{\sigma}_{PARK,k} = \sqrt{(\ln(P_{k,i}^{Max}/P_{k,i}^{Min}))^2 * 4 \ln(2)} \quad (3)$$

$$\hat{\sigma}_{GK,k} = \sqrt{0.5 * (\ln(P_{k,i}^{Max}/P_{k,i}^{Min}))^2 - 0.39 * (\ln(P_{k,i}/P_{k,i-1}))^2} \quad (4)$$

$$\hat{\sigma}_{RS,k} = \sqrt{(P_{k,i}^{Max} - P_{k,i-1}) * (P_{k,i}^{Max} - P_{k,i}) + (P_{k,i}^{Min} - P_{k,i-1}) * (P_{k,i}^{Min} - P_{k,i})} \quad (5)$$

Burada,  $\hat{\sigma}_{hv}$  klasik standart sapmayı,  $\hat{\sigma}_{PARK}$  (PARK),  $\hat{\sigma}_{GK}$  (GK) ve  $\hat{\sigma}_{RS}$  (RS) ise sırasıyla Parkinson (1980), Garman ve Klass (1980) ile Rogers ve Satchell (1991) tarafından önerilen diğer tarihsel volatilite ölçümlerini göstermektedir.  $P_{k,i}$  devlet tahvili  $k$ 'nın  $i$ 'nci 15-dakikalık aralıktaki ağırlıklı ortalama fiyatını,  $P_{k,i-1}$  devlet tahvili  $k$ 'nın  $i-1$ 'inci 15-dakikalık aralıktaki ağırlıklı ortalama fiyatını,  $P_{k,i}^{Max}$  devlet tahvili  $k$ 'nın  $i$ 'nci 15-dakikalık aralıktaki en yüksek fiyatı ve  $P_{k,i}^{Min}$  devlet tahvili  $k$ 'nın  $i$ 'nci 15-dakikalık aralıktaki en düşük fiyatını göstermektedir.

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihi itibarıyla ögüle arasının kaldırılarak yerine aralıksız olarak sürekli müzayedeye sistemine geçiş uygulamasının getiri, işlem hacmi ve volatilite üzerindeki etkisini göstermek için grafiksel karşılaştırmalar ve aşağıdaki hipotez testleri kullanılmıştır.

Konuya ilişkin hipotezimiz ise aşağıdaki şekildedir.

$H^o_1$ : Ortalama getiri uygulama öncesi ve sonrasında farklı değildir.

$H^o_2$ : Volatilite uygulama öncesi ve sonrasında farklı değildir.

$H^o_3$ : Ortalama işlem hacmi uygulama öncesi ve sonrasında farklı değildir.

## AMPİRİK BULGULAR

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihinden itibaren ögüle arasının kaldırılarak sürekli müzayedeye geçilmesi uygulamasının getiri, volatilite ve işlem hacmine olan etkilerini ölçmek üzere yapılan görsel karşılaştırmalar ile istatistiki hipotez test sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

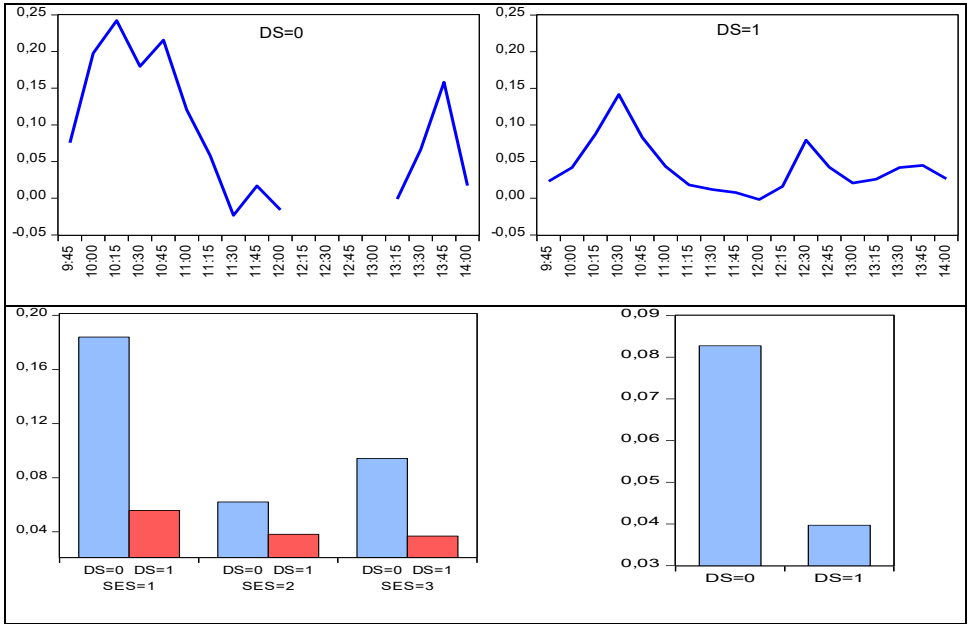
Grafiklerde "DS=0" ögüle arasının olduğu dönemi ve "DS=1" ise ögüle arasının olmadığı yani ögüle arasında işlemlerin kesintisiz devam ettiği dönemi göster-



mektedir. “SES” işlem gününün zaman dilimlerini göstermektedir. “SES=1” açılış zamanındaki işlemleri (seansın açılışından itibaren ilk 30 dakika), “SES=3” kapanış zamanındaki işlemleri (işlemlerin kapanışından önceki son 30 dakika) ve “SES=2” gün ortasındaki (açılış ve kapanış zamanları dışındaki) işlemleri göstermektedir.

Şekil 1’de, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nda, 01.08.2019 tarihinden itibaren öğle arasının kaldırılarak kesintisiz sürekli müzayedeye geçilmesi uygulamasının 3 ay öncesi ve sonrasında, 45 devlet tahvilinden oluşan örneklem 15-dakikalık ortalama getiri yapısı ve getirilerin gün içindeki zaman dilimlerindeki karşılaştırması verilmiştir.

Şekil 1: 15-dakikalık Günlü Ortalama Getiri



Şekil 1’deki çizgi şeklindeki grafiklerden, öğle arasının kaldırılmasından önce 15-dakikalık getirinin yapısının tam net olmamakla birlikte “W” formuna benzediği görülmektedir. Açılışta yüksek getiri söz konusu iken gün ortasında getirinin büyüklüğü azalmakta, kapanışta yine getirinin değeri artmaktadır. Öğle arasının kaldırılmasıyla birlikte, getirinin yapısı daha yatay hale gelmiştir. Getirinin kapanıştaki hareketi oldukça azalmıştır. Genel olarak bakıldığında öğle arasının kaldırılması getiri yapısında en üst değerler açısından azalmaya neden olmuştur. Şöyle ki, öğle arası kaldırılmadan önce açılışta 0,25’e kadar çıkan getiri tepe noktası, öğle arası kaldırıldıktan sonra 0,15’e kadar düşmüştür. Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nda günlük getiri yapısının “W” formuna benzer olduğu sonucu, pay piyasası için yapılan çalışmalarla

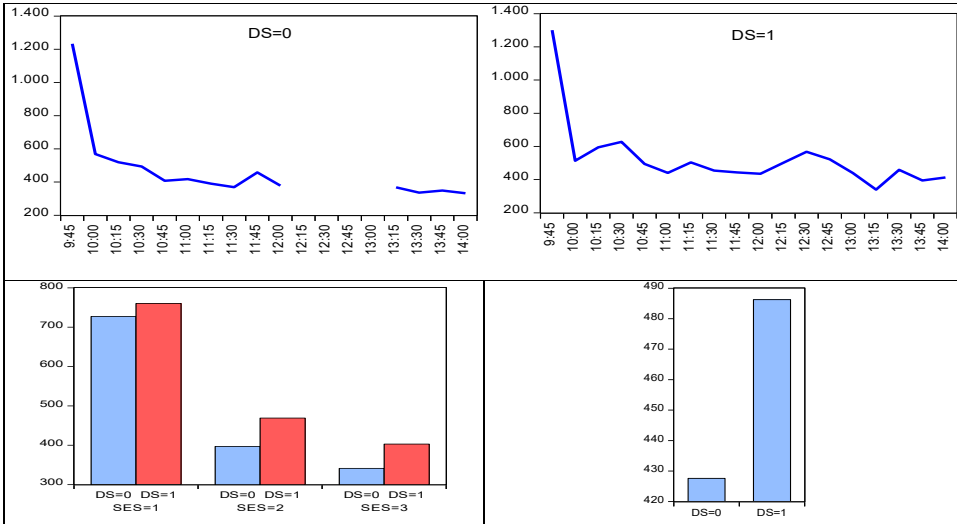
paralellik göstermektedir (Bildik, 2001; Küçükkocaoğlu, 2005; Kadioglu ve Küçükkocaoğlu, 2015; Şahin, 2016).

Şekil 1’de yer alan çubuk grafiklerde ise, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nda öğle arasının kaldırılmasının, devlet tahvillerinin açılış, gün ortası, kapanış ve tüm gün bazında 15-dakikalık ortalama getiriler üzerindeki etkisi görülmektedir. 15-dakikalık getirilerin açılış, gün ortası, kapanış ve tüm gün olarak karşılaştırılması sonucunda öğle arasının kaldırılmasının bahse konu bütün zaman dilimlerinde getirinin düşmesine sebep olduğu görülmektedir. En büyük fark açılış işlemlerinde gerçekleşirken en düşük fark ise gün ortasındaki işlemlerde gerçekleşmiştir.

Sonuç olarak, görsel analizlerden, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nda 01.08.2019 tarihinden itibaren öğle arasının kaldırılması uygulamasının 15-dakikalık getirileri düşürdüğü görülmektedir. Bu durum, açılış, gün ortası, kapanış ve tüm gün karşılaştırmalarında da görülmektedir.

Şekil 2’de, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nda öğle arasının kaldırılarak sürekli müzayedeye geçilmesi uygulamasının 3 ay öncesi ve sonrasında kapsayan 02.05.2019-31.10.2019 döneminde, devlet tahvillerinden oluşan örneklemin 15-dakikalık aralıktaki ortalama işlem hacmi yapısı ve ortalama işlem hacminin gün içindeki dağılımı yer almaktadır.

**Şekil 2:** 15-dakikalık Ortalama İşlem Hacmi (Milyon TL)

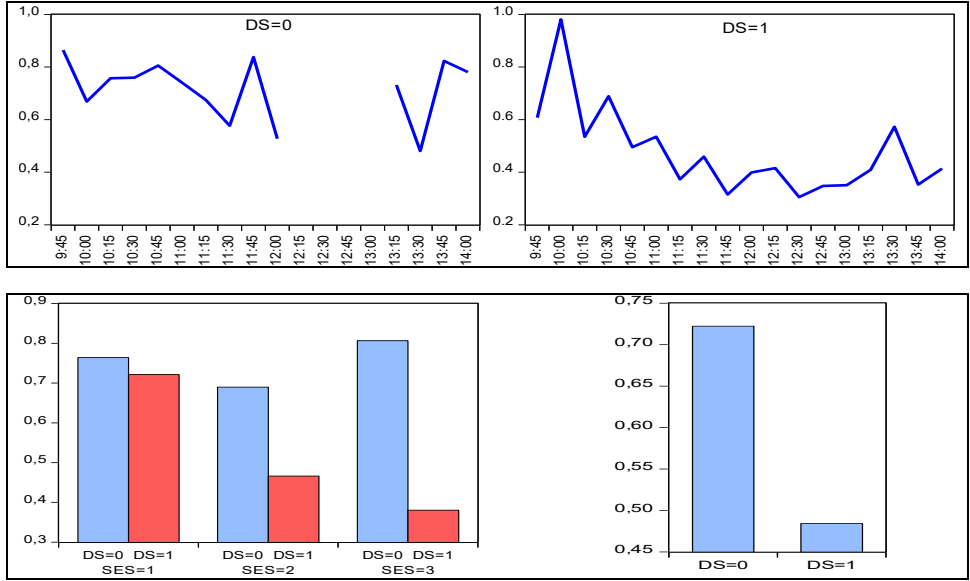


Şekil 2’deki çizgi grafiklerde öğle arasının kaldırılmasının ortalama işlem hacmi üzerindeki etkisi sunulmuştur. Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası’nın mikro yapısında öğle arasının kaldırılması şeklindeki değişikliğin, piyasadaki

ortalama işlem hacmi yapısını ve miktarını pozitif yönde az da olsa etkilediği görülmektedir. Öğle arasının kaldırılması öncesinde "L" şeklinde olan yapı, öğle arasının kaldırılmasıyla da aynı kalmıştır. Yüksek işlem hacmiyle açılan piyasada ortalama işlem hacmi seans kapanana kadar azalmaktadır.

Şekil 3'te, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda öğle arasının kaldırılarak sürekli müzayedeye geçilmesi uygulamasının 3 ay öncesi ve sonrasında devlet tahvillerinin 15-dakikalık volatilité yapısı ve açılış, kapanış ve gün ortasındaki volatilité karşılaştırması yer almaktadır.

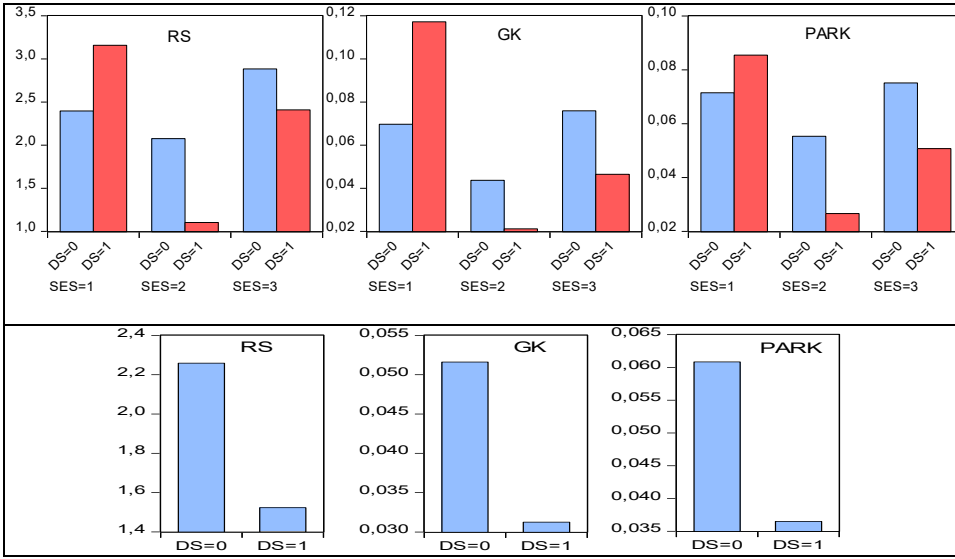
Şekil 3: 15-dakikalık Günlük Volatilité



15-dakikalık getirilerin standart sapma yapısını gösteren Şekil 3'teki çizgi grafiklerden, öğle arası uygulaması kaldırılmadan önce belli bir yapıya sahip olmayan volatilitenin önemli ölçüde hareketini gün boyunca sürdürdüğü görülmektedir. Öğle arasının kaldırılması Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda volatilité yapısında önemli değişiklik meydana getirmiştir. Açılışta yüksek olan volatilité gün boyunca azalmakta ve kapanışa doğru yine artış göstermekte olup, bu yapı literatürde görülen "L" ya da ters "J" harfine benzemektedir. Borçlanma araçları piyasasında görülen "L" şeklindeki yapı, Borsa İstanbul Pay Piyasası'nda da gözlenmiştir (Bildik, 2001; Küçükkocaoğlu, 2005; Kadioglu ve Küçükkocaoğlu, 2015).

Şekil 4’de, 01.08.2019 tarihinden itibaren öğle arasının kaldırılması uygulamasının, 15-dakikalık getirilerdeki volatilitéye etkisinin, açılış, gün ortası, kapanış ve tüm gün bazında, PARK (Parkinson, 1980), GK (Garman ve Klass, 1980) ve RS (Rogers ve Satchell, 1991) tarafından önerilen diğer tarihsel volatilité ölçümleri kullanılarak karşılaştırılması yer almaktadır.

**Şekil 4: 15-dakikalık Diğer Volatilité Ölçümlerinin Karşılaştırılması**



Şekil 4’te yer alan PARK, GK ve RS tarafından önerilen volatilité ölçümlerinden görüleceği üzere, günlük karşılaştırmada öğle arası uygulamasının kaldırılması her üç ölçüme göre volatilitéyi azaltmıştır. Bu ölçümlere göre gün ortası ve kapanış zamanlarında da volatilitenin düştüğü görülmektedir. Ancak, uygulama değişikliği açılıştaki volatilitéyi artırmıştır. Bununla birlikte gün bazında bakıldığında ve diğer zaman birimlerinde volatilitéyi düşürdüğü dikkate alındığında söz konusu uygulama değişikliğinin olumlu etkisinin olduğu sonucuna varılabilir.

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası 02.05.2019-31.10.2019 döneminde öğle arasının kaldırılarak kesintisiz sürekli müzayedeye geçilmesi uygulamasının getiri ve volatilité karşılaştırmalarına ilişkin istatistikî test sonuçları Tablo 3’de yer almaktadır. Borçlanma Araçları Piyasası’nda 01.08.2019 tarihi itibarıyla öğle arasının kaldırılarak sürekli müzayedeye geçilmesi uygulamasının getiri ve işlem hacminde fark yaratıp yaratmadığı hususunda karşılaştırmalar tüm gün için yapıldığı gibi, açılış ve gün ortası ve kapanış zamanları için de yapılmıştır. Öğle arasının sürekli müzayedeye çevrilmesi uygulamasının öncesi ve sonrasında ortalama farkı hipotezi klasik *t* testi ve Welch F testi (Welch, 1951) ile test edilmiştir.

**Tablo 3:** 15-dakikalık Ortalama Getiri ve İşlem Hacmi Karşılaştırma Test Sonuçları

	DS	Sayı	Getiri		İşlem Hacmi	
			Ortalama	St. Sapma	Ortalama	St. Sapma
Açılış	0	699	0,1839	0,7642	727.04	1578.74
	1	625	0,0557	0,7213	760.18	1242.47
	<i>t-ist.</i>	Fark		3,13**		0,42
	<i>Welch F-ist.</i>	Fark		9,85**		0,18
Gün Ortası	0	3997	0,0620	0,6897	396.98	725.02
	1	4682	0,0382	0,4661	469.02	949.71
	<i>t-ist.</i>	Fark		1,91*		3,93**
	<i>Welch F-ist.</i>	Fark		3,45*		16,05**
Kapanış	0	1021	0,0942	0,8065	341.16	787.28
	1	1095	0,0368	0,3804	402.84	934.29
	<i>t-ist.</i>	Fark		2,12**		1,64*
	<i>Welch F-ist.</i>	Fark		4,28**		2,72*
Tüm Gün	0	5717	0,0827	0,7221	427.61	892.61
	1	6402	0,0396	0,4841	486.26	984.02
	<i>t-ist.</i>	Fark		3,89**		3,43**
	<i>Welch F-ist.</i>	Fark		14,49**		11,88**

**Not:** \*\*, \* ve \* sırasıyla %1, 5% ve %10 düzeyinde istatistiki anlamlılığı göstermektedir. "0" öğle arasının olduğu dönemi, "1" ise öğle arasının kaldırılarak sürekli müzayede işlemlerinin devam ettiği dönemi göstermektedir.

Tablo 3'ten görüldüğü üzere, öğle arası uygulamasının kaldırılması tüm gün 15-dakikalık getirilerde istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı düşüşe neden olmuştur. Öğle arası uygulamasının kaldırılması öncesi tüm gün 15-dakikalık getiri ortalaması 0,0827 iken bu ortalama uygulama sonrası 0,0396'ya düşmüştür. Bu ortalamaların farkının sıfırdan farklı olup olmadığına ilişkin hipoteze ait *t* istatistiği ve Welch F istatistiği %1 düzeyinde anlamlıdır. Söz konusu mikro yapı değişikliğinin 15-dakikalık getirilerde en çok açılış işlemlerinde fark yarattığı anlaşılmaktadır. Zira en yüksek *t* ve Welch F istatistiği açılış döneminde görülmektedir. Öğle arası uygulamasının kaldırılması açılış, gün ortası ve kapanış zamanında da istatistiksel olarak 15-dakikalık getirilerde sırasıyla %1, %10 ve %5 düzeyinde anlamlı düşüşe neden olmuştur.

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda öğle arası uygulamasının kaldırılmasının ortalama işlem hacmine olan etkisi *t* istatistiği ve Welch F testleri ile test edilmiştir. Tablo 3'te görüldüğü üzere, tüm gün bazında ortama işlem hacmi, öğle arası uygulamasının kaldırılması öncesinde 427,61 milyon TL iken, sonrasında 486,26 milyon TL'ye çıkmıştır. Bu artış miktarının sıfırdan farklı olmadığına ilişkin *H<sub>0</sub>* hipotezi red edilmektedir. Zira, *t* ve Welch F istatistiği %1 düzeyinde anlamlıdır. Gün ortasındaki işlem hacmi karşılaştırmasında da or-

talama işlem hacmindeki artış %1 düzeyinde anlamlıdır. Öğle arası uygulamasının kaldırılması kapanış zamanında %10 düzeyinde anlamlı bir artışa neden olmuştur. Diğer taraftan, açılış zamanındaki ortalama işlem hacmindeki artış anlamlı değildir. Sonuç olarak, tüm gün, gün ortası ve kapanış zamanındaki anlamlı değişiklik dikkate alındığında öğle arası uygulamasının 01.08.2019 tarihinde kaldırılarak sürekli müzayede sistemine geçilmesinin ortalama işlem hacmini artırdığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 4'te öğle arasının kaldırılması uygulamasının 15-dakikalık periyodlardaki getiri üzerindeki etkisinin, standart sapma ve diğer 3 farklı volatilité ölçüm yöntemi ile analiz edilmesi neticesinde ulaşılan test sonuçları verilmiştir.

**Tablo 4:** 15-dakikalık Volatilité Karşılaştırma Test Sonuçları

DS	Sayı	Standard Sapma	Ortalama Volatilité			
			<i>r</i>	<i>Park</i>	<i>RS</i>	<i>GK</i>
Açılış	0	699	0,7634	0,0714	2,3951	0,0696
	1	625	0,7213	0,0854	3,1564	0,1171
	<i>F-ist./t-ist.</i>	Fark	1,12	0,83	1,06	1,61
	<i>Siegel-Tukey Ist. / Welch F-ist.</i>	Fark	0,16	0,67	1,09	2,31
Gün Ortası	0	3997	0,6897	0,0553	2,0750	0,0436
	1	4682	0,4661	0,0266	1,1013	0,0211
	<i>F-ist. /t-ist.</i>	Fark	2,19**	5,83**	4,28**	4,18**
	<i>Siegel-Tukey ist. / Welch F-ist.</i>	Fark	4,65**	30,71**	16,52**	16,02**
Kapanış	0	1021	0,8065	0,0750	2,8820	0,0759
	1	1095	0,3804	0,0506	2,4077	0,0464
	<i>F-ist. /t-ist.</i>	Fark	4,49**	1,09	0,40	1,10
	<i>Siegel-Tukey ist. / Welch F-ist.</i>	Fark	4,00**	1,19	0,17	1,23
Tüm Gün	0	5717	0,7221	0,0608	2,2585	0,0516
	1	6402	0,4841	0,0364	1,5230	0,0312
	<i>F-ist. /t-ist.</i>	Fark	2,22**	4,27**	2,67**	3,04**
	<i>Siegel-Tukey ist. / Welch F-ist.</i>	Fark	6,00**	18,62**	7,13**	9,08**

**Not:** \*\*, \* ve ' sırasıyla %1, 5% ve %10 düzeyinde istatistiki anlamlılığı göstermektedir. "0" öğle arasının olduğu dönemi, "1" ise öğle arasının kaldırılarak sürekli müzayede işlemlerinin devam ettiği dönemi göstermektedir. Siegel-Tukey testi 15-dakikalık getiri standart sapması için ve Welch F testi Park, RS ve GK volatilité ölçümleri için kullanılmıştır.

Tablo 4'te Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası işlem gören devlet tahvillerinin 15-dakikalık zaman aralığındaki getirilerinin standart sapması ile aynı aralıktaki PARK, GK ve RS volatilité ölçümlerinin öğle arası uygulamasının kaldırılması nedeniyle değişimlerinin istatistiki test sonuçlarına yer verilmiştir. Öğle arasının kaldırılması standart sapmada açılış zamanı hariç olmak üzere gün ortası ve kapanış zamanındaki işlemlerde %1 anlamlılık düzeyinde düşüşe sebep olmuştur. Tüm gün bazında bakıldığında öğle arasının kaldı-

rılması öncesinde standart sapma 0,7221 iken yeni uygulama ile birlikte bu rakam 0,4841'e düşmüştür. Standart sapmadaki anlamlı düşüğe ilişkin F-istatistiği ve Siegel-Tukey (Siegel ve Tukey, 1960) istatistiği test sonuçları %1 düzeyinde anlamlıdır. Öğle arası uygulamasının kaldırılmasının PARK, GK ve RS volatilité ölçümlerinde neden olduğu değişimleri ölçmek üzere uygulama öncesi ve sonrasına PARK, GK ve RS ortalama değerlerinin farkları t-istatistiği ve Welch F-testi ile test edilmiştir. PARK, GK ve RS volatilité ölçümlerinde öğle arasının kaldırılması açılış ve kapanışta istatistiksel olarak anlamlı bir değişikliğe neden olmazken, gün ortasında ve tüm gün değerlerinde istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı düşüğe neden olmuştur. Sonuç olarak, 15-dakikalık getirilerin standart sapması ve PARK, GK ve RS volatilité ölçümlerinin tüm gün bazındaki değerlerindeki anlamlı değişiklikler dikkate alındığında, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihi itibariyle öğle arasının kaldırılması uygulamasının 15-dakikalık günüçi volatilitede anlamlı bir düşüğe neden olduğu tespit edilmiştir.

Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihi itibariyle öğle arasının kaldırılması uygulaması piyasada fiyat oluşumu ve likidite açısından olumlu sonuçlar doğurduğundan söz konusu uygulama değişikliğinin başarılı bir mikro yapı değişikliği olduğu kanaatine ulaşılmıştır. Ancak, çalışmamızdaki sonuçlar işlem saatlerinin uzatılmasının mikro yapıdaki etkilerini inceleyen Barclay ve Hendershott (2003), Fan ve Lai (2006), Lee vd. (2009), Miwa ve Ueda (2017) ile Miwa (2019) tarafından yapılan çalışmaların bulgularıyla paralellik göstermemektedir. Bu durumun, söz konusu çalışmalar seansın açılışının erkene alınması veya kapanış saatinin uzatılmasının analiz edilmesine yönelikken, bizim çalışmamızın öğle arasının kaldırılmasının incelenmesine yönelik olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

## SONUÇ

Borsalarda daha etkin fiyat oluşumu, likiditenin artırılması ve volatilitenin azaltılmasına yönelik mikro yapı değişikliklerinden biri de öğle arasının kaldırılması suretiyle çift seans uygulamasının daha uzun işlem saatleri olan tek seansa dönüştürülmesidir.

Literatürde borçlanma araçları piyasasıyla ilgili yapılmış çalışma olmamakla beraber pay piyasasına ilişkin yapılan çalışmalarda günüçi yapıların "U", "W", ters "J" ve "L" harflerine benzeyen formlara uyduğu görülmektedir. Söz konusu günüçi yapılarda seans açılış ve kapanışlarında gün ortasına göre yüksek getiri ve volatilitenin olduğu, açılışta yüksekte başlayan yapıların gün içerisinde azaldığı ve kapanışta tekrar yükseldiği görülmektedir.



Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihi itibariyle öğle arası kaldırılmış olup, bu çalışmada söz konusu mikro yapı değişikliğinin güniçi getiri, volatilite ve işlem hacmi üzerine etkileri araştırılmıştır. Bu amaçla, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda öğle arasının kaldırılma tarihinin 3 ay öncesi ve sonrasını kapsayan 02.05.2019-31.10.2019 döneminde, piyasada işlem gören aynı gün valörlü 45 devlet tahvilinin işlem defteri kullanılarak 15-dakikalık periyodlar için hesaplanan getiri, volatilite ve ortalama işlem hacmi verileri kullanılmıştır. Güniçi yapıların ortaya daha iyi konulabilmesi için açılış (ilk 30 dakika), gün ortası (açılış ve kapanış hariç diğer zamanlar), kapanış (son 30 dakika) alt kırılımları ile tüm gün bazında analizler yapılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nda 01.08.2019 tarihinde kaldırılan öğle arası uygulamasının 15-dakikalık getirileri düşürdüğü, bu durumun, açılış, gün ortası, kapanış ve tüm gün karşılaştırmalarında geçerli olduğu, 15-dakikalık getirinin yapısının tam net olmamakla birlikte "W" formuna yakın olduğu, işlem hacmi formunun "L" şeklinde olduğu ve öğle arasının kaldırılmasının ortalama işlem hacminde artışa neden olduğu, öncesinde belli bir forma sahip olmayan volatilite yapısında önemli değişiklik meydana geldiği, açılışta yüksek olan volatilitenin gün boyunca azaldığı ve kapanışa doğru yine artış gösterdiği, bu anlamda yapının ters "J" formunda olduğu tespit edilmiştir. Borsa İstanbul Borçlanma Araçları Piyasası'nın mikro yapısındaki söz konusu değişikliğin, fiyat oluşum etkinliğini artırdığı, bununla birlikte etkinlik artışının açılış işlemlerinde diğer zaman dilimlerindeki nazaran sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla öğle arası kaldırılarak sürekli müzayedeye devam edilmesi şeklindeki uygulama değişikliğinin mikro yapı üzerinde olumlu sonuçlar doğurduğu sonucuna ulaşılmış olup, işlem sürekliliğinin sağlanması volatiliteyi düşürürken işlem hacmini artırmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Abhyankar, A., Ghosh, D., Levin, E., ve Limmack, R. J. (1997). Bid-Ask Spreads, Trading Volume and Volatility: Intra-Day Evidence from the London Stock Exchange. *Journal of Business Finance & Accounting*, 24(3), 343-362.
- Agarwalla, S. K., Jacob, J., ve Pandey, A. (2015). Impact of the Introduction of Call Auction on Price Discovery: Evidence from the Indian Stock Market Using High-Frequency Data. *International Review of Financial Analysis*, 39, 167-178. doi:10.1016/j.irfa.2015.01.012
- Ahn, H.-J., Bae, K.H., ve Chan, K. (2001). Limit Orders, Depth, and Volatility: Evidence from the Stock Exchange of Hong Kong. *The Journal of Finance*, 56(2), 767-788. doi:10.1111/0022-1082.00345
- Amihud, Y., ve Mendelson, H. (1987). Trading Mechanisms and Stock Returns: An Empirical Investigation. *The Journal of Finance*, 42(3), 533-553. doi:10.1111/j.1540-6261.1987.tb04567.x
- Amihud, Y., Mendelson, H., ve Murgia, M. (1990). Stock Market Microstructure and Return Volatility: Evidence from Italy. *Journal of Banking & Finance*, 14(2), 423-440. doi:10.1016/0378-4266(90)90057-9
- Anagnostidis, P., Kanas, A., ve Papachristou, G. (2015). Information Revelation in the Greek Exchange Opening Call: Daily and Intraday Evidence. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 38, 167-184. doi:10.1016/j.intfin.2015.05.014
- Andersen, T. G., ve Bollerslev, T. (1997). Intraday Periodicity and Volatility Persistence in Financial Markets. *Journal of Empirical Finance*, 4(2), 115-158. doi:10.1016/S0927-5398(97)00004-2
- Andersen, T. G., Bollerslev, T., ve Cai, J. (2000). Intraday and Interday Volatility in the Japanese Stock Market. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 10(2), 107-130. doi:10.1016/S1042-4431(99)00029-3.
- Aslan, A., ve Sensoy, A. (2019). Intraday Efficiency-Frequency Nexus in the Cryptocurrency Markets. *Finance Research Letters*. 35(2020). doi:10.1016/j.frl.2019.09.013
- Barclay, M. J., ve Hendershott, T. (2003). Price Discovery and Trading After Hours. *The Review of Financial Studies*, 16(4), 1041-1073. doi:10.1093/rfs/hhg030
- Bildik, R. (2001). Intra-Day Seasonalities on Stock Returns: Evidence from the Turkish Stock Market. *Emerging Markets Review*, 2(4), 387-417. doi:10.1016/S1566-0141(01)00026-7
- Chelley-Steeley, P. (2009). Price Synchronicity: The Closing Call Auction and the London Stock Market. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 19(5), 777-791. doi:10.1016/j.intfin.2009.02.001.

- Chen, C.-n. (2013). The Predictability of Opening Returns For the Returns of the Trading Day: Evidence from Taiwan Futures Market. *International Review of Economics & Finance*, 25, 272-281. doi:10.1016/j.iref.2012.07.012
- Comerton-Forde, C., Lau, S. T., ve McNish, T. H. (2007). Opening and Closing Behavior Following the Introduction of Call Auctions in Singapore. *Pacific-Basin Finance Journal*, 15(1), 18-35. doi:10.1016/j.pacfin.2006.04.002
- Comerton-Forde, C., ve Rydge, J. (2006). The Influence of Call Auction Algorithm Rules on Market Efficiency. *Journal of Financial Markets*, 9(2), 199-222. doi:10.1016/j.finmar.2006.02.001
- Eaves, J., ve Williams, J. (2010). Are Intraday Volume and Volatility U-Shaped After Accounting for Public Information? *American Journal of Agricultural Economics*, 92(1), 212-227. doi:10.1093/ajae/aap007
- Engle, R. F., ve Sokalska, M. E. (2012). Forecasting Intraday Volatility in the US Equity Market. Multiplicative Component GARCH. *Journal of Financial Econometrics*, 10(1), 54-83. doi:10.1093/jfinec/nbr005
- Fan, Y.-J., ve Lai, H.-N. (2006). The Intraday Effect and the Extension of Trading Hours For Taiwanese Securities. *International Review of Financial Analysis*, 15(4), 328-347. doi:10.1016/j.irfa.2006.02.005
- Foster, F. D., ve Viswanathan, S. (1993). The Effect of Public Information and Competition on Trading Volume and Price Volatility. *Review of Financial Studies*, 6(1), 23-56. doi:10.1093/rfs/6.1.23
- Gao, L., Han, Y., Zhengzi Li, S., ve Zhou, G. (2018). Market Intraday Momentum. *Journal of Financial Economics*, 129(2), 394-414. doi:10.1016/j.jfineco.2018.05.009
- Garman, M. B., ve Klass, M. J. (1980). On the Estimation of Security Price Volatilities from Historical Data. *The Journal of Business*, 53(1), 67-78. doi:10.1086/296072
- Gerety, M. S., ve Mulherin, J. H. (1994). Price Formation on Stock Exchanges: The Evolution of Trading Within the Day. *Review of Financial Studies*, 7(3), 609-629. doi:10.1093/rfs/7.3.609
- Hamao, Y., ve Hasbrouck, J. (1995). Securities Trading in the Absence of Dealers: Trades and Quotes on the Tokyo Stock Exchange. *The Review of Financial Studies*, 8(3), 849-878.
- Haniff, M. N., ve Pok, W. C. (2010). Intraday Volatility and Periodicity in the Malaysian Stock Returns. *Research in International Business and Finance*, 24(3), 329-343. doi:10.1016/j.ribaf.2010.03.001
- Harju, K., ve Hussain, S. M. (2011). Intraday Seasonalities and Macroeconomic News Announcements. *European Financial Management*, 17(2), 367-390. doi:10.1111/j.1468-036X.2009.00512.x

- Harris, L. (1986). A Transaction Data Study of Weekly and Intradaily Patterns in Stock Returns. *Journal of Financial Economics*, 16(1), 99-117. doi:10.1016/0304-405X(86)90044-9
- Harris, L. (1989). A Day-End Transaction Price Anomaly. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 24(1), 29-45. doi:10.2307/2330746
- Hillion, P., ve Suominen, M. (2004). The Manipulation of Closing Prices. *Journal of Financial Markets*, 7(4), 351-375. doi:10.1016/j.finmar.2004.04.002
- Houston, J. F., ve Ryngaert, M. D. (1992). The Links Between Trading Time and Market Volatility. *Journal of Financial Research*, 15(2), 91-100. doi:10.1111/j.1475-6803.1992.tb00790.x
- Huang, Y. C., ve Chan, S. H. (2014). The Trading Behavior of Attention Securities With Different Closing Mechanisms: Evidence from Taiwan. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 17(04), 1-16. doi:10.1142/S021909151450026X
- Huang, Y. C., ve Tsai, P. L. (2014). Effectiveness of Closing Call Auctions: Evidence from the Taiwan Stock Exchange. *Emerging Markets Finance and Trade*, 44(3), 5-20. doi:10.2753/ree1540-496x440301
- Hughes, M. P., Smith, S. D., ve Winters, D. B. (2007). An Empirical Examination of Intraday Volatility in on-the-run US Treasury Bills. *Journal of Economics and Business*, 59(6), 487-499. doi:10.1016/j.jeconbus.2006.10.001
- Ibukunle, G. (2015). Opening and Closing Price Efficiency: Do Financial Markets Need the Call Auction? *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 34, 208-227. doi:10.1016/j.intfin.2014.11.014
- Inci, A. C., ve Ozenbas, D. (2017). Intraday Volatility and the Implementation of a Closing Call Auction At Borsa Istanbul. *Emerging Markets Review*, 33, 79-89. doi:10.1016/j.ememar.2017.09.002
- Jain, P. C., ve Joh, G.-H. (1988). The Dependence Between Hourly Prices and Trading Volume. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 23(3), 269-283.
- Kadioglu, E., ve Küçükkocaoğlu, G. (2015). Borsa İstanbul'da Güniçi Getiri ve Volatilite Yapısı ile Tek Fiyatlı Açılış ve Kapanış Seanslarının Etkisi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 9(1), 103-126.
- Kadioglu, E., Küçükkocaoğlu, G., ve Kılıç, S. (2015). Closing Price Manipulation in Borsa Istanbul and the Impact of Call Auction Sessions. *Borsa Istanbul Review*, 15(3), 213-221. doi:10.1016/j.bir.2015.04.002
- Kandel, E., Rindi, B., ve Bosetti, L. (2012). The Effect of A Closing Call Auction on Market Quality and Trading Strategies. *Journal of Financial Intermediation*, 21(1), 23-49. doi:10.1016/j.jfi.2011.03.002

- Küçükkocaoğlu, G. (2005). *Borsa İstanbul'da Gün İçi Getiri, Volatilite ve Kapanış Fiyatı Manipülasyonu*. Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu.
- Küçükkocaoğlu, G., ve Küçüksözen, C. (2009). Açılış Seansı Uygulamasının Borsa İstanbul'un Mikroyapısı Üzerine Etkileri. *Standard-Ekonomik ve Teknik Dergi*, 564, 48.
- Kyle, A. S. (1985). Continuous Auctions and Insider Trading. *Econometrica*, 53(6), 1315-1335. doi:10.2307/1913210
- Lee, H.-C., Chien, C.-Y., Chen, H.-L., ve Huang, Y.-S. (2009). The Extended Opening Session of the Futures Market and Stock Price Behavior: Evidence from the Taiwan Stock Exchange. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 12(03), 403-416. doi:10.1142/S021909150900168X
- Lockwood, L. J., ve Linn, S. C. (1990). An Examination of Stock Market Return Volatility During Overnight and Intraday Periods, 1964-1989. *The Journal of Finance*, 45(2), 591-601. doi:10.1111/j.1540-6261.1990.tb03705.x
- Lowengrub, P., ve Melvin, M. (2002). Before and After International Cross-Listing: An Intraday Examination of Volume and Volatility. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 12(2), 139-155. doi:10.1016/S1042-4431(01)00054-3
- Miralles-Quirós, J. L., Miralles-Quirós, M. d. M., ve Daza-Izquierdo, J. (2015). Intraday Patterns and Trading Strategies in the Spanish Stock Market. *Applied Economics*, 47(1), 88-99. doi:10.1080/00036846.2014.962224
- Miwa, K. (2019). Trading Hours Extension and Intraday Price Behavior. *International Review of Economics & Finance*, 64, 572-585. doi:10.1016/j.iref.2019.07.007
- Miwa, K., ve Ueda, K. (2017). Is the Extension of Trading Hours Always Beneficial? An Artificial Agent-Based Analysis. *Computational Economics*, 50(4), 595-627. doi:10.1007/s10614-016-9613-0
- Muscarella, C. J., ve Piwowar, M. S. (2001). Market Microstructure and Securities Values. *Journal of Financial Markets*, 4(3), 209-229. doi:10.1016/s1386-4181(00)00022-7
- Nguyen, V., ve Phengpis, C. (2009). An Analysis of the Opening Mechanisms of Exchange Traded Fund Markets. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 49(2), 562-577. doi:10.1016/j.qref.2008.06.001
- Ozenbas, D., Schwartz, R. A., ve Wood, R. A. (2002). Volatility in US and European Equity Markets: An Assessment of Market Quality. *International Finance*, 5(3), 437-461. doi:10.1111/1468-2362.00103
- Pagano, M. S., ve Schwartz, R. A. (2003). A Closing Call's Impact on Market Quality at Euronext Paris. *Journal of Financial Economics*, 68(3), 439-484. doi:10.1016/s0304-405x(03)00073-4

- Parkinson, M. (1980). The Extreme Value Method For Estimating the Variance of the Rate of Return. *The Journal of Business*, 53(1), 61-65.
- Rogers, L. C. G., ve Satchell, S. E. (1991). Estimating Variance from High, Low and Closing Prices. *The Annals of Applied Probability*, 1(4), 504-512. doi:10.1214/aoap/1177005835
- Şahin, Ö. (2016). Güniçi Fiyat Anomalisi'nin ARCH Ailesi Modelleri ile Test Edilmesi; Borsa İstanbul 100 ve Kurumsal Yönetim Endeksi Üzerine Bir Uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(36), 329-360. doi:10.31795/baunsobed.645225
- Selçuk, F., ve Gençay, R. (2006). Intraday Dynamics of Stock Market Returns and Volatility. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 367, 375-387. doi:10.1016/j.physa.2005.12.019
- Sensoy, A., ve Serdengeçti, S. (2019). Intraday Volume-Volatility Nexus in the FX Markets: Evidence from an Emerging Market. *International Review of Financial Analysis*, 64, 1-12. doi:10.1016/j.irfa.2019.04.001
- Siegel, S., ve Tukey, J. W. (1960). A Nonparametric Sum of Ranks Procedure For Relative Spread in Unpaired Samples. *Journal of the American statistical association*, 55(291), 429-445. doi:10.2307/2281906
- Smirlock, M., ve Starks, L. (1986). Day-Of-The-Week and Intraday Effects in Stock Returns. *Journal of Financial Economics*, 17(1), 197-210. doi:10.1016/0304-405X(86)90011-5
- Smith, J. W. (2006). NASDAQ's Electronic Closing Cross. *The Journal of Trading*, 1(3), 47-64. doi:10.3905/jot.2006.644088
- Stoll, H. R., ve Whaley, R. E. (1990). Stock Market Structure and Volatility. *Review of Financial Studies*, 3(1), 37-71. doi:10.1093/rfs/3.1.37
- Tian, G. G., ve Guo, M. (2007). Interday and Intraday Volatility: Additional Evidence from the Shanghai Stock Exchange. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 28(3), 287-306. doi:10.1007/s11156-006-0011-x
- Welch, B. L. (1951). On the Comparison of Several Mean Values: An Alternative Approach. *Biometrika*, 38(3/4), 330-336. doi:10.2307/2332579.
- Wood, R. A., McInish, T. H., ve Ord, J. K. (1985). An Investigation of Transactions Data For NYSE Stocks. *The Journal of Finance*, 40(3), 723-739. doi:10.1111/j.1540-6261.1985.tb04996.x
- Zhang, Y. J., Ma, F., ve Zhu, B. (2019). Intraday Momentum and Stock Return Predictability: Evidence from China. *Economic Modelling*, 76, 319-329. doi:10.1016/j.econmod.2018.08.009.



# THE IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON EXPORT OF HIGH-TECHNOLOGY PRODUCTS: THE ROLE OF FINANCIAL DEVELOPMENT AND REGULATORY QUALITY\*

Doğrudan Yabancı Yatırımların Yüksek Teknolojili Ürün İhracatına Etkisi: Finansal Gelişme ve Düzenleyici Kalitenin Rolü

Gönderim Tarihi / Received: 08.02.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 30.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.686447>

Seren ÖZSOY<sup>1</sup>

**ABSTRACT:** This study aims to reveal whether financial development and regulatory efficiency have a noteworthy role in developing countries' relationship between foreign direct investment and export of high-tech products. Rich panel data from 70 developing countries for the period 2002-2015 are used in the analysis to examine the relevant relationship. The Generalized Moments Method (GMM) is utilized in the study, since it allows to control the endogeneity relationship between variables. Findings shows that financial development and regulatory quality level affect the contribution of FDI on exports of high-tech products in developing countries. According to results, in countries where regulatory quality and financial development level are higher, FDI may contributes positively to export of high technology products. However, it couldn't be found any significant relationship for countries which have less regulatory quality and financial development level.

**Keywords:** Foreign Direct Investment, Export of High Technology Products, Financial Development, Regulatory Quality, Developing Countries.

**ÖZ:** Bu çalışma finansal gelişimin ve düzenleyici kalitenin, gelişmekte olan ülkelerin doğrudan yabancı yatırım ve yüksek teknoloji ürünlerin ihracatı arasındaki ilişkisinde dikkate değer bir rolü olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. İlgili ilişkiyi incelemek için, analizde 2002-2015 dönemi için gelişmekte olan 70 ülkenin zengin panel verileri kullanılmaktadır. Çalışmada değişkenler arasındaki endojenlik ilişkisinin kontrol edilmesini sağlayan Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM) kullanılmaktadır.

\* In this study, an ethics committee report is not required for the secondary data provided in the data and methodology section.

<sup>1</sup> Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi/İşletme Fakültesi/Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, [serenozsoy@sakarya.edu.tr](mailto:serenozsoy@sakarya.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-6642-7195>



Bulgular, finansal gelişimin ve düzenleyici kalite seviyesinin, gelişmekte olan ülkelerde doğrudan yabancı yatırımların yüksek teknolojlili ürün ihracatına katkısını etkilediğini göstermektedir. Sonuçlara göre, düzenleyici kalite ve finansal gelişme düzeyinin daha yüksek olduğu ülkelerde DYY, yüksek teknoloji ürünlerinin ihracatına olumlu katkıda bulunabilir. Ancak, Düzenleyici Kalitesi ve finansal gelişme düzeyi daha az olan ülkeler için anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Doğrudan Yabancı Yatırım, Yüksek Teknolojlili Ürün İhracatı, Finansal Gelişmişlik, Düzenleyici Kalite, Gelişmekte Olan Ülkeler.

## INTRODUCTION

The cross-border stream of foreign direct investment (FDI) has been one of the most highlights of the globalization in recent years. Especially in developing countries struggling for finding capital, FDI contributes to the economy by providing foreign exchange and creating employment opportunities and rising tax revenue in the host country. At the same time, advanced technology and knowledge transfer pouring to the country through FDI, increase the level of knowledge accumulation of countries. By this way, developing countries which can reach new technological knowledge, can produce technology intensive and high value-added products, also can gain competitiveness advantages in international arena. That is, the effect of FDI on countries is multidimensional in terms of growth, productivity, employment and competitiveness.

The current literature shows that the impact of FDI on the economic performance of countries is often examined in terms of growth (Borensztein et al., 1998; Ridzuan et al., 2017), productivity (Markusen and Venables, 1999; Smarzynska Javorcik, 2004; Liang, 2017) and employment (Blalock and Gertler, 2008; Karlsson et al., 2009). However, in recent years, with the rapid progress of technology, the disappearance of international borders and the increase of competition, technology has become one of the most important international power and performance indicators of the countries. Countries which have more advanced technology and the ability to use this advanced technology are the leading countries in many areas. For this reason, revealing whether FDI increases the technological performance of the countries is important for the economic policies. In this context, the main issue in this study is to find out the relationship of FDI and exports of high technology (high-tech) products which reflects the technological development levels of the countries.

The main objective of this study is to determine the effect of FDI on exports of high technology products and whether this effect differs by country-specific factors. In other words, the study basically seeks answers to two questions: The first is whether FDI (net) inflows contributes to the technological advancement of developing countries. The second question is whether financial development

and regulatory quality as country specific factor of countries play a significant role in the relationship.

For this purpose, a panel data is conducted for the period 2002-2015 from 70 developing countries. The Generalized Moments Method (GMM) which is one of the panel data quantitative analysis methods is performed in the study. This method is more sensitive than traditional methods and allows to control the endogeneity relationship between variables.

Conceptual, methodological and practical contribution of the study to the literature are as follows: Conceptual contribution; unlike existing literature, this study investigates the effect of financial development and regulatory quality as country specific factors on the link between FDI and export of high technology products. Methodological contribution; this study is expected to contribute methodologically as it will carry out analyzes with GMM method on panel dataset consisting of data from 70 developing countries covering the period of 2002-2015. Contribution in practice; FDI is among the issues that countries attach importance to in terms of economic policies in terms of the added value they provide to countries and the competitive advantage it provides. In this sense, the relations resulting from the study are expected to be guiding in the policies of the country. Also, the more extensive knowledge about the position of country-specific factors in the benefit of FDI may lead to enable strategic investment in the required areas.

The rest of the study consists of the following sections: Second section includes theoretical framework. In the third part, empirical literature review is given. The fourth part introduces hypothesis, data set and method used in the study. Following section presents empirical analysis results. The study is completed with the conclusion and recommendations.

## **THEORITICAL BACKGROUND**

This part gives the theoretical background of the basic question of whether the financial development and regulatory quality level as country specific factor play an important role in the link between FDI and of high-tech exports.

Although the Theory of Comparative Advantages, developed by David Ricardo in 1817, is basically a simple model based on the assumption that there are two countries, two commodities and one factor of production is labor, this comparative advantage in the model is a concept that remains important in today's international trade. In David Ricardo's theory, the relative differences in labor-related productivity considered as the sole factor of production which is the source of comparative advantage has changed over time. For example, Hecksher-Ohlin-Samuelson (HOS) modeled why some countries are more

advantageous based on the comparative advantage model. According to HOS theory, the comparative advantage depends on the relative difference in factor equipment such as land, capital and labor, and on the production processes of goods that use these factors at different rates.

Comparative advantage theory continues to research with its changing sources depending on time and developments. Helpman (2010) focuses on the impact of political and legal frameworks in his study named "New Sources of Comparative Advantage". Beck (2003) and Manova (2008) report that financial markets; Levchenko (2007) shows that institutional quality provide relative advantage in international trade. In addition to these studies, Kowalski (2011) shows that the determinants of comparative advantage are physical capital accumulation, human capital accumulation, financial development, energy supply, business environment and institutions of labor market.

Porter (1993), in his book "The Competitive Advantage of Nations" examines how some of the traits of nations have given them a competitive advantage by Diamond Model. According to this model, "Factor conditions", "demand conditions", "the status of relevant and supporting industries", "firm structure, strategy, and competitive status" are factors that directly and fundamentally affect competitiveness, whereas "the role of the state" and "chance" are two other indirect factors. Factor conditions in the model express the factors that will provide advantages in production such as physical infrastructure, information resources, skilled labor, natural riches and capital owned by countries. According to the model, countries which are superior in these production factors will be successful in global markets by holding competitive advantage in related sectors.

One of the leading studies in the field of FDI, Caves (1974) modeled the benefits of FDI to countries in three parts: "Distribution efficiency", "Technical efficiency" and "Technology transfer". He states that FDI is a package that provides technology transfer from developed countries to developing countries, also it includes expertise, talents, and financial resources. Following Caves' study, Findlay (1978) describes FDI as a channel that spreads advanced technological knowledge and managerial skills, enhancing technical progress in the country of investment, calling it a "contagious effect". Newman et al. (2015) attribute the interactions with foreign investment firms, which are technologically superior to domestic firms, resulting in increased productivity as an indicator of FDI-driven technology diffusion. Similarly, Zhang (2001) and Lipsey (2004) state that the main benefit of FDI is technology transfer and information dissemination. Local firms benefit from the dissemination of technology and knowledge by observing, imitating, partnering with, and participating in supply chain processes and / or employing their educational, managerial and technically qualified employees (Blomström and Kokko, 1998; Liu and Zou, 2008).

The benefit from the spread of information and technology from FDI depends on the capacity of countries to absorb and use these new knowledge and skills. Countries that do not have the capacity to use the new technology cannot benefit technically. OECD (2001) states this as “threshold externalities” in the underdeveloped country report. According to the report, countries that do not have a certain amount of technical infrastructure and whose financial markets are not developed cannot benefit from FDI sufficiently.

The related literature includes concrete examples of the impact of FDI on growth and productivity in the host country, depending on country-specific factors. For example, while Borensztein et al. (1998) found that the positive effect of FDI on economic growth in developing countries depends on the amount of educated human capital, Alfaro et al. (2010) suggest that this effect is positive in countries with advanced financial conditions. In addition, there are studies showing that institutional quality and trade regime are effective in the relationship between FDI and growth (Zhang, 2001; Durham, 2004). Similarly, there are studies showing that the effect of FDI on productivity depends on the criteria of firms or countries’ ability to absorb technology such as educated labor force and R&D capacity (Cohen and Levinthal, 1990; Liang, 2017).

## EMPRICAL LITERATURE REVIEW

When literature reviewing the impact of FDI on countries’ economic performance is examined, it is often seen that growth (see Borensztein et al., 1998; Ridzuan et al., 2017), productivity (Markusen and Venables, 1999; Smarzynska Javorcik, 2004; Liang, 2017) and employment (Blalock and Gertler, 2008; Karlsson et al., 2009). Compared to these studies, the number of studies that examine the effect of FDI on export of high-tech products is still quite low.

Based on a limited number of literature on FDI and export of high-tech products, it can be stated that the relationship is handled differently for various country groups and the results change. While most researchers show that FDI positively affects export of high technology products for different country groupings (Seyoum, 2005; Montobbio and Rampa, 2005; Tebaldi, 2011; Alemu, 2013; Abedini, 2013; Wana Ismail, 2013; Zhang, 2015; Topalli 2015); a few researchers notes that FDI are not related to export of high technology products (Braunerhjelm and Thulin, 2008; Ying et al., 2014). The sample, methodology and results of these studies are summarized in Table 1.

When the studies are examined, it is noteworthy that the role of country-specific factors in the relationship between FDI and high-tech exports is not questioned and in this respect there is a gap in the field. Therefore, this study investigating the role of country-specific factors in FDI’s impact on high-tech exports is expected to fill the gap in the field.

**Table 1: Summary of Selected Empirical Studies**

Author	Sample	Methodology	Result
Seyoum (2005)	55 Developed and Developing Countries in 2000	Factor Analysis and Multivariate Regression Analysis	Positive relationship between FDI and export of high-tech products.
Montobbio and Rampa (2005)	9 Developing Countries; for the period of 1985–1998	Structural decomposition methodology	FDI affects exports performance in high-tech sectors.
Braunerhjelm and Thulin (2008)	19 OECD countries, for the period of 1981-1999	Panel data, fixed effect	FDI are not related to export of high-tech products
Tebaldi (2011)	99 Countries, for the period of 1980-2008	Panel data, fixed effect	Positive relationship between FDI and export of high technology products.
Wana Ismail (2013)	11 exporting and 30 importing countries in Asia; in years of 2004, 2005, 2006, 2009	Panel data, fixed effect	Positive relationship between FDI and export of high technology products.
Alemu (2013)	11 Western Asian countries, in years from 1994 to 2010	Panel data, Generalized Method of Moments (GMM)	Positive relationship between FDI and export of high technology products.
Abedini (2013)	19 Developing and 11 Developed Countries, in years from 1995 to 2008	Panel data, GMM	Positive relationship between FDI and export of high-tech products in developing countries.
Ying et al. (2014)	BRIC (Brazil, Russia, India and China) countries, for the years of 2000-2010	Panel data with varying coefficients model.	Ying et al. (2014)
Zhang (2015)	21 production sectors in 31 regions of China; for the years of 2005-2011	Panel Data, Instrumental Variable Estimations	FDI contributes exports competitiveness with upgrading export technology.
Topallı (2015)	India and Brazil, Turkey, South Korea, Thailand, Singapore; from 1998 to 2013	Panel Data, Cointegrated Augmented Dickey Fuller Unit Root Test and Emirmahmutoğlu and Köse (2011) Granger Causality test	Causal relation between FDI and high-tech product exports

## DATA AND METHODOLOGY

The first hypothesis in the study was determined from the point that advanced technical knowledge and skills coming from FDI cause the increase in knowledge in the host country, technological progress and productivity (Caves,

1974; Findlay, 1978; Zhang, 2001; Newman et al., 2015 etc.) In accordance with the dominant opinion in the literature, it is expressed as follows.

**H1:** FDI have a positively significant effect on export of high technology products.

In the light of the regarding literature (OECD, 2001; Beck, 2003; Durham, 2004, Levchenko, 2007; Alfaro et al., 2010 etc.), current adaptations of the Ricardo's Theory of Comparative Advantages and other factors that provide international competitive advantage in Porter's Diamond Model, the other hypotheses of the research are identified as follows.

**H2:** Countries' level of financial development has a significant impact on the relationship between FDI and high-tech exports.

**H3:** The level of development in countries' regulatory quality has a significant effect on the relationship between FDI and high-tech exports.

The first hypothesis of the study concerns whether FDI contributes to the technological progress of countries. For this reason, the high-tech export value (Highex) reflecting the level of technological development is used as the dependent variable. Also, the key independent (explanatory) variable is FDI.

Besides, various interaction terms in to control the impact of country specific criteria on the link between FDI and high-tech export. The set of interaction terms include "Domestic Credit to Private Sector (DCPS)" for financial development level and "Regulatory Quality (RQ)" to capture governance performance. Here, "Domestic credit to private sector refers to financial resources provided to the private sector" and "Regulatory quality captures perceptions of the ability of the government to formulate and implement sound policies and regulations that permit and promote private sector development" (Worldbank, 2020). Moreover, Gross domestic products per capita (GDP) is used as explanatory variable in order to control its effect.

A comprehensive panel data set is conducted for 70 developing countries over the period 2002–2015. Data is extracted from three different sources. These are listed as The World Development Indicators (WDI), Global Financial Development Database (GFDD), and The Worldwide Governance Indicators (WGI). Data were analyzed through Stata 11 package program. In Table 2 is given detailed definitions, descriptive statistics and sources of the variables used in analysis.



**Table 2:** Definitions, Sources and Descriptive Statistics of Variables

Variable	Description	Mean	Std. Dev.	Min	Max	Variance	Skewness	Kurtosis	Source
Highex	Logarithm of Export of High-Tech Products (Current US \$)	18,37	3,44	6,12	27,05	11.81	0.11	3.13	WDI
FDI	Logarithm of the FDI net inflows (Current US \$)	21,16	1,84	12,15	26,40	3.39	-0.04	3.79	WDI
GDP	Logarithm of GDP Per Capita	8,16	1,29	5,27	11,19	1.67	0.14	2.49	WDI
DCPS	Domestic Credit to Private Sector (% of GDP)	41,60	35,71	0,00	233,40	1275.52	1.67	6.32	GFDD
RQ	Regulatory Quality Index	-0,20	0,74	-2,24	2,26	0.25	0.11	1.01	WGI

In line with the analysis purpose, two different estimation models are used where the subscript *i* signifies countries and *t* denotes years. In the first model, the significance of DCPS and RQ are investigated as using interaction terms.

$$Highex_{i,t} = \alpha + \beta_1 FDI_{i,t} + \beta_2 FDI * DCPS_{i,t} + \beta_3 DYY * RQ_{i,t} + \varepsilon_{it}$$

Model (1)

Alternatively, different threshold levels is created to analyze whether the effect of the FDI on countries differentiates with respect to their level of regulatory quality and financial development. To create different threshold levels, mean values of variables is used in a given year. It is assumed that countries above these thresholds to be more developed than those below. Therefore, the sample is divided into four subsamples: “financially more developed countries”, “financially less developed countries”, “countries that have more regulatory quality level” and “countries that have less regulatory quality level”.

For this purpose, using these threshold levels two dummy variables are established for regulatory quality and financial development level. If a variable’s average is greater than its real value, the corresponding dummies are equal to 0, otherwise 1. In other words, the country is financially less developed (or has a less regulatory quality level) than others, these variables are 0, otherwise 1. In



this way, the countries are divided, and the regressions are reestimated for the groups of more developed and less developed countries in terms of regulatory quality and financial development level.

Then, Model (2) is estimated in order to strengthen the validity of Model (1).

$$Highex_{i,t} = \alpha + \beta_1 FDI_{i,t} + \delta Controls + \varepsilon_{it}$$

Model (2)

In the study, GMM method is used over panel data set. In econometric analysis, panel data usage, which includes both time series and horizontal cross-sectional size, brings important advantages over other data types (Baltagi, 2008). One of these advantages is that it can be applied to dynamic processes. There is a dynamic relationship between FDI and high-tech exports. FDI can increase high-tech exports and potentials of high-tech products are among the target countries of FDI. In other words, there is an endogeneity relationship between these two variables. Therefore, it will be appropriate to use the GMM method developed by Arellano and Bond (1991), which is capable of analyzing the models consisting of dependent and independent variables which have endogeneity relations with sensitive findings. This method is called as "Arellano – Bond linear dynamic panel-data estimation". It is designed for panels with short time series, models with dynamic processes and non-exogenous state of variables (Roodman, 2009). Under these conditions, the GMM estimator is the most appropriate method for the analysis of the research model in this study. There exist several papers utilizing Arellano and Bond (1991)'s GMM estimation for this purpose (see among others Carcovic and Levine, 2002; Bertrand and Zuniga, 2006; Liu and Zou, 2008; Jarreau and Poncet, 2012; Zhu and Fu, 2013; Saini and Sinhanja, 2018).

## EMPRICAL RESULTS

In the first step of estimations, the statistical significance of FDI and interaction variables is investigated. Table 3 presents the estimation results of Model (1).

According to results, coefficients of FDI\*DCPS and FDI\*RQ are positive and statistically significant for all regressions. That is DCPS and RQ have a decisive role on the impact of FDI. However, the coefficient of FDI is not significant. Moreover, the 3 lags of the FDI variable is also controlled since the knowledge that comes through FDI is accumulated and affects export over time. Particularly, high-tech products require the he high expertise, specialized skills and appropriate infrastructure, hence benefitting from FDI would take longer to produce high-tech goods. In the literature, there is no consensus how to decide the optimal lag selection in the context of knowledge diffusion.

However, a fairly new study show that appropriate time lag of FDI spillover changes (see Zhang et al., 2019).

According to results reported in Table3, lags of FDI still is not significant. Any significant relation between FDI and export of high technology products couldn't be found. As seen these results, the positive impact of FDI is dependent on countries' financial development level and regulatory quality level.

**Table 3:** GMM Estimation Results on Exports of High-Tech Products

	(1)	(2)	(3)	(4)
L.Highex	<b>0.204***</b>	<b>0.199***</b>	<b>0.192***</b>	<b>0.188***</b>
L.GDP	<b>1.743***</b>	<b>1.161*</b>	<b>1.716***</b>	<b>1.161*</b>
FDI	0.113	0.0851	0.102	0.0750
L.FDI	0.00748	0.00960	0.00150	0.00366
L2.FDI	-0.0913	-0.0960	-0.0922	-0.0968
L3.FDI	0.0375	0.0329	0.0314	0.0268
FDI*DCPS		<b>0.000570*</b>		<b>0.000547*</b>
FDI*RQ			<b>0.0371*</b>	<b>0.0363*</b>
Constant	-0.811	4.238	0.199	5.005
Observations	550	550	550	550
AR(1)	-2.15 (0.03)	-2.12 (0.03)	-2.14 (0.03)	-1.12 (0.03)
AR(2)	1.36 (0.17)	1.59 (0.11)	1.53 (0.12)	1.74 (0.08)

**Note:** Asterisks demonstrate statistical significance levels (\*\*\*: p < 1%; \*\*: p < 5%; \*: p < 10%)

In the second step of analysis, it is investigated that the validity of the question whether there are variations in the effect of FDI on high-tech export between more and less developed countries according to their financial development level and regulatory quality level. In order to investigate this question, countries are separated in four subsamples as “financially more developed countries”, “financially less developed countries”, “countries that have higher regulatory quality level”, and “countries that have lower regulatory quality level”. As mentioned in the methodology section, a country above the mean of the DCPS and RQ in a certain year are assumed that it is more developed, whereas others that is below the mean are less developed.

Then, the Model 2 is rerun separately for the four subsamples. While Table 4 presents GMM estimation results for financially more and less developed countries, outcomes for countries that have higher and lower regulatory quality level are shown in Table 5. In both of these tables, findings indicate that the coefficients of FDI is positively and statistically significant only in countries having more regulatory quality and more financially developed. The important point to note is that the coefficient of FDI is positively significant

in countries with higher levels of country-specific factors than in others. That is, FDI contributes to exports of high-technology product in countries that are more advanced in terms of finance and regulatory quality level. These findings support the analysis results of the first model.

**Table 4:** GMM Estimation Results on Exports of High-Tech Products for Sub-samples by Financial Development Level

	Financially More Developed Countries	Financially Less Developed Countries	Financially More Developed Countries	Financially Less Developed Countries
	(1)	(2)	(3)	(4)
L.Highex	0.119	0.0570	0.0818	-0.0458
L.GDP	-0.283	<b>3.244***</b>	0.0487	<b>3.492***</b>
FDI	<b>0.334***</b>	-0.0326		
L.FDI			<b>0.197**</b>	0.0242
Constant	12.94**	-8.162**	13.82***	-9.493***
Observations	272	423	273	418
AR(1)	-1.49 (0.13)	-2.63 (0.008)	-1.43 (0.15)	-2.61 (0.009)
AR(2)	1.05 (0.29)	0.14 (0.88)	0.88 (0.37)	-0.48 (0.63)

Note: Asterisks demonstrate statistical significance levels (\*\*\*: p < 1%; \*\*: p < 5%; \*: p < 10%)

**Table 5:** GMM Estimation Results on Exports of High-Tech Products for Sub-samples by Regulatory Quality Level

	Countries with More Regulatory Quality	Countries with Less Regulatory Quality	Countries with More Regulatory Quality	Countries with Less Regulatory Quality
	(1)	(2)	(3)	(4)
L.Highex	0.168**	0.0305	0.103	-0.0550
L.GDP	0.493	<b>2.354***</b>	0.636	<b>2.649***</b>
FDI	<b>0.243***</b>	0.0380		
L.FDI			<b>0.141*</b>	0.107
Constant	6.474	-1.071	8.695*	-3.191
Observations	372	323	371	320
AR(1)	-1.74 (0.08)	-2.53 (0.01)	-1.74 (0.08)	-2.33 (0.01)
AR(2)	0.69 (0.49)	0.01 (0.99)	-0.25 (0.79)	-0.001 (0.99)

Note: Asterisks demonstrate statistical significance levels (\*\*\*: p < 1%; \*\*: p < 5%; \*: p < 10%)

Given the regarding literature, these results are consistent with the studies in which don't find any significant impact of FDI on high-tech export (see Braunerhjelm and Thulin, 2008; Ying et al, 2014). Some researchers reveal that knowledge spreads via FDI affect positively host countries by introducing further technologies and management capabilities (see Smarzynska Javorcik, 2004; Newman et al., 2015). By contrasts, others state that FDI affects host economies in a negative way when domestic firms cannot compete with foreign enterprises and cannot maintain their market share (see Haddad and Harrison, 1993; Liu, 2008). Hence, my initial outcomes demonstrate that the negative competition impacts of FDI may prevent benefits from FDI on high-tech export when considering are taken as a whole. In sum, the results show that FDI does not provide any enhancement in export quality when country-specific factors are ignored.

Moreover, empirical results point out that FDI contributes to export of high technology products only when a country has well developed financial market and high regulatory quality level. There are many studies which corroborate the importance of both financial development and regulatory quality level in the regarding relationship. On the one hand, Beck (2003), Manova (2008) and Kowalski (2011) report that financial markets provide relative advantage in international trade; on the other hand, Levchenko (2007) shows that institutional quality provides relative advantage in international trade. Additionally, Alfaro et al. (2010) indicate that the positive impact of FDI only occurred countries where have better financial markets. Also, many studies give evidences that governance indicators are essential factor in attracting FDI inflows (Globerman and Shapiro, 2002; Gani, 2007; Buchanan et al., 2012; Peres et al., 2018 etc.)

There are different reasons why financial development and regulatory quality are affected on exports of high technology products. In terms of financial development, for the foreign-financed industries, the cost of finding resources is lower in countries that have advanced financial markets (Rajan and Zingales, 1998). Therefore, financial advancement encourages capital accumulation by decreasing "moral hazard" and "adverse selection". It improves technical expansion and thus the development of high-tech products. In addition, the decline of "moral hazard" and "adverse selection" also lead to the export of high-tech products due to the rise of efficiency in R&D process and the absorptive ability of FDI. Lastly, it seems that financial development may give comparative advantage in export (Yu and Hu, 2015). In terms of regulatory quality, since weak institutions rises uncertainty, and transaction cost; cost of production increases, profitability decreases, and economic activities

decelerate (Cuervo-Cazurra, 2008). Moreover, poor institutions are reasons of lower investment, productivity, growth (Jude and Leveuge, 2017), low income and high macroeconomic volatility (Acemoglu et al., 2003). Besides, foreign investors decide to invest in which country according to institutional quality (Bevan et al., 2004).

In conclusion, if a country has weak financial market and poor regulatory quality, investors from well developed economies don't want to take risk here due to uncertainty, low profitability, transaction cost and incomplete knowledge. In these countries, the above-mentioned reasons are barriers to produce and export of high technology products.

## CONCLUSION AND RECOMMENDATION

This study aims to measure the effect of FDI on high technology exports reflecting the technological development levels of the developing countries by taking into account the financial development and regulatory quality as country specific factors. For this purpose, GMM dynamic panel estimator is applied on a panel data set constructed for 70 developing countries between 2002 and 2015.

The empirical results show that impacts of FDI contributes to exports of high technology product only when adequate financial development and regulatory quality level is available in the host country. Namely, the level of financial development and regulatory quality has a decisive role in the relationship between FDI and Exports of High Technology Products. In countries where are financially more advanced and have better regulatory quality, FDI provides contribution to export of high technology products.

These results are guide for developing countries. When above conditions are taken into consideration, in order to ensure maximum benefits in the technological sense from FDI, developing countries should reach a certain level of financial infrastructure and universal governance approach.

This study can be extended for future research with using various country specific determinants such as law and democracy indexes. In addition, the study can be reconsidered with firm or industry level data to reveal more clear results. Finally, "Complexity Index" that appears the complexity level of the nations' export baskets produced by Hidalgo and Hausmann (2009) can be used as a further measure of export quality.

## REFERENCES

- Abedini, J. (2013). Heterogeneity of Trade Patterns in High-Tech Goods across Established and Emerging Exporters: A Panel Data Analysis. *Emerging Markets Finance and Trade*, 49(4), 4-21.
- Acemoglu, D., Johnson, S., Robinson, J., & Thaicharoen, Y. (2003). Institutional Causes, Macroeconomic Symptoms: Volatility, Crises and Growth. *Journal of Monetary Economics*, 50(1), 49-123.
- Alemu, A. M. (2013). The Nexus between Technological Infrastructure and Export Competitiveness of High-Tech Products in East Asian Economies. *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance, and Marketing*, 5(1), 14.
- Alfaro, L., Chanda, A., Kalemli-Ozcan, S., & Sayek, S. (2010). Does Foreign Direct Investment Promote Growth? Exploring the Role of Financial Markets on Linkages. *Journal of Development Economics*, 91(2), 242-256.
- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations. *The Review of Economic Studies*, 58(2), 277-297.
- Baltagi, B. (2008). *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons.
- Beck, T. (2003). Financial Dependence and International Trade. *Review of International Economics*, 11, 296-316.
- Bertrand, O., & Zuniga, P. (2006). R&D and M&A: Are Cross-border M&A Different? An Investigation on OECD Countries. *International Journal of Industrial Organization*, 24(2), 401-423.
- Bevan, A., Estrin, S., & Meyer, K. (2004). Foreign Investment Location and Institutional Development in Transition Economies. *International Business Review*, 13(1), 43-64.
- Blalock, G., & Gertler, P. J. (2008). Welfare Gains from Foreign Direct Investment through Technology Transfer to Local Suppliers. *Journal of International Economics*, 74(2), 402-421.
- Blomström, M., & Kokko, A. (1998). Multinational Corporations and Spillovers. *Journal of Economic Surveys*, 12(3), 247-277.
- Borensztein, E., De Gregorio, J., & Lee, J. W. (1998). How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?. *Journal of International Economics*, 45(1), 115-135.
- Braunerhjelm, P., & Thulin, P. (2008). Can Countries Create Comparative Advantages? R&D Expenditures, High-tech Exports and Country Size in 19 OECD Countries, 1981-1999. *International Economic Journal*, 22(1), 95-111.



- Buchanan, B. G., Le, Q. V., & Rishi, M. (2012). Foreign Direct Investment and Institutional Quality: Some Empirical Evidence. *International Review of Financial Analysis*, 21, 81-89.
- Carkovic, M., & Levine, R. (2002). Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth? University of Minnesota (pp. 195-220). Working Paper.
- Caves, R. E. (1974). Multinational Firms, Competition, and Productivity in Host-Country Markets. *Economica*, 41(162), 176-193.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- Cuervo -Cazurra, A. (2008). The Effectiveness of Laws Against Bribery Abroad. *Journal of International Business Studies*, 39(4), 634-651.
- Durham, J. B. (2004). Absorptive Capacity and The Effects of Foreign Direct Investment and Equity Foreign Portfolio Investment on Economic Growth. *European Economic Review*, 48(2), 285-306.
- Findlay, R. (1978). Relative Backwardness, Direct Foreign Investment, and the Transfer of Technology: a Simple Dynamic Model. *The Quarterly Journal of Economics*, 92(1), 1-16.
- Gani, A. (2007). Governance and Foreign Direct Investment Links: Evidence from Panel Data Estimations. *Applied Economics Letters*, 14(10), 753-756.
- Globerman, S., & Shapiro, D. (2002). Global Foreign Direct Investment Flows: The Role of Governance Infrastructure. *World Development*, 30(11), 1899-1919.
- Haddad, M., & Harrison, A. (1993). Are there Positive Spillovers from Direct Foreign Investment?: Evidence from Panel Data for Morocco. *Journal of Development Economics*, 42(1), 51-74.
- Helpman, E. (2010). *Labor Market Frictions as a Source of Comparative Advantage, with Implications for Unemployment and Inequality* (No. w15764). National Bureau of Economic Research.
- Hidalgo, C. A., & Hausmann, R. (2009). The Building Blocks of Economic Complexity. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(26), 10570-10575.
- Jarreau, J., & Poncet, S. (2012). Export Sophistication and Economic Growth: Evidence from China. *Journal of Development Economics*, 97(2), 281-292.
- Jude, C., & Levieuge, G. (2017). Growth Effect of Foreign Direct Investment in Developing Economies: The Role of Institutional Quality. *The World Economy*, 40(4), 715-742.



- Karlsson, S., Lundin, N., Sjöholm, F., & He, P. (2009). Foreign Firms and Chinese Employment. *World Economy*, 32(1), 178-201.
- Kowalski, P. (2011). *Comparative Advantage and Trade Performance: Policy Implications* (No. 121). Paris: OECD Publishing.
- Levchenko, A. A. (2007). Institutional Quality and International Trade. *The Review of Economic Studies*, 74(3), 791-819.
- Liang, F. H. (2017). Does Foreign Direct Investment Improve The Productivity of Domestic Firms? Technology spillovers, Industry linkages, and Firm Capabilities. *Research Policy*, 46(1), 138-159.
- Lipsey, R. E. (2004). Home-and Host-country Effects of Foreign Direct Investment. In *Challenges to Globalization: Analyzing the Economics* (pp. 333-382). University of Chicago Press.
- Liu, Z. (2008). Foreign Direct Investment and Technology Spillovers: Theory And Evidence. *Journal of Development Economics*, 85(1-2), 176-193.
- Liu, X., & Zou, H. (2008). The Impact of Greenfield FDI and Mergers and Acquisitions on Innovation in Chinese High-Tech Industries. *Journal of World Business*, 43(3), 352-364.
- Manova, K. (2008). Credit Constraints, Equity Market Liberalizations and International Trade. *Journal of International Economics*, 76(1), 33-47.
- Markusen, J. R., & Venables, A. J. (1999). Foreign Direct Investment as A Catalyst for Industrial Development. *European Economic Review*, 43(2), 335-356.
- Montobbio, F., & Rampa, F. (2005). The Impact of Technology and Structural Change on Export Performance in Nine Developing Countries. *World Development*, 33(4), 527-547.
- Newman, C., Rand, J., Talbot, T., & Tarp, F. (2015). Technology Transfers, Foreign Investment and Productivity Spillovers. *European Economic Review*, 76, 168-187.
- Peres, M., Ameer, W., & Xu, H. (2018). The Impact of Institutional Quality On Foreign Direct Investment Inflows: Evidence for Developed and Developing Countries. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 626-644.
- Porter, M. E. (1993). *The Competitive Advantage of Nations* (pp. 73-93). Cambridge: Harvard Business School Management Programs.
- Rajan, R., & Zingales L. (1998). Financial Dependence and Growth. *American Economic Review*, 88, 559-586.

- Ridzuan, A., Ismail, N., & Che Hamat, A. (2017). Does Foreign Direct Investment Successfully Lead to Sustainable Development in Singapore?. *Economies*, 5(3), 29.
- Roodman, D. (2009). How to Do xtabond2: An Introduction to Difference and System GMM in Stata. *The Stata Journal*, 9(1), 86-136.
- OECD (2001). *OECD Global Forum on International Investment New Horizons for Foreign Direct Investment*. Paris:OECD
- Saini, N., & Singhania, M. (2018). Determinants of FDI in Developed and Developing Countries: A Quantitative Analysis Using GMM. *Journal of Economic Studies*.
- Seyoum, B. (2005). Determinants of Levels of High Technology Exports an Empirical Investigation. *Journal of Competitiveness Studies*, 13(1), 64.
- Smarzynska Javorcik, B. (2004). Does Foreign Direct Investment Increase the Productivity of Domestic Firms? In Search of Spillovers through Backward Linkages. *American Economic Review*, 94(3), 605-627.
- Tebaldi, E. (2011). The Determinants of High-Technology Exports: A Panel Data Analysis. *Atlantic Economic Journal*, 39(4), 343-353.
- Topallı, N. (2015). Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Ekonomik Büyüme ve Yüksek Teknoloji İhracatı Arasında Bir Nedensellik İlişkisi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(1), 277-285.
- Wana Ismail, N. (2013). Innovation and High-tech Trade in Asian Countries. In *Proceedings from International Conference on Recent Developments in Asian Trade Policy and Integration* (pp. 1-19).
- Worldbank (2020). Retrieved on February 17, 2020, from <https://info.worldbank.org/governance/wgi/pdf/rq.pdf>.
- Ying, S., Miao, L., & Yibo, C. (2014). High-tech product export Competitiveness, Bric Countries in US Market: a Comparative Analysis. *The Journal of Developing Areas*, 195-218.
- Yu, C., & Hu, X. (2015). Sophistication of China's Manufactured Exports and Determinants. *Transnational Corporations Review*, 7(2), 169-189.
- Zhang, K. H. (2001). Does Foreign Direct Investment Promote Economic Growth? Evidence from East Asia and Latin America. *Contemporary Economic Policy*, 19(2), 175-185.
- Zhang, K. H. (2015). What Drives Export Competitiveness? The Role of FDI in Chinese Manufacturing. *Contemporary Economic Policy*, 33(3), 499-512.
- Zhang, Y., Cheng, Z., & He, Q. (2019). Time Lag Analysis of FDI Spillover Effect. *International Journal of Emerging Markets*, Ahead-of-Print.
- Zhu, S., & Fu, X. (2013). Drivers of Export Upgrading. *World Development*, 51, 221-233.



# MOBİL BANKACILIK UYGULAMALARININ SADAKAT TUTUMUNA ETKİSİ: NİCEL BİR ARAŞTIRMA\*

## The Effect of Mobile Banking Applications on Loyalty Attitude: A Quantitative Research

Gönderim Tarihi / Received: 03.03.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 13.07.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.698255>

Ece AKSU ARMAĞAN\*\*1

Yeliz ÇAL<sup>2</sup>

**ÖZ:** Mobil teknolojilerin hızlı bir biçimde yaygınlaşması ve günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle beraber ticari bankalar, inovatif stratejiler doğrultusunda bankacılık işlemlerini mobil platforma taşıyan kullanıcı dostu mobil uygulamalar geliştirmek konusunda rekabet içerisine girmiş durumdadır. Standartlaşmış ürünlerin hâkim olduğu bankacılık sektöründe tüketicinin bankaya olan sadakatini etkileyebilecek faktörlerden birinin de mobil bankacılık uygulamaları olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmada, bankaların mobil bankacılık uygulamaları odak noktasına alınmış ve bu uygulamalara yönelik geliştirilen performans algısının, bankaya karşı sadakat tutumuna olan etkisi nicel bir araştırma kapsamında incelenmiştir. Araştırmada, 18 yaş üzeri mobil bankacılık uygulamalarını kullanan tüketicilerden oluşan 212 katılımcıya ulaşılmıştır. Anket uygulamasından elde edilen materyal üzerinde araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik yapılan korelasyon ve regresyon analizleri sonucunda mobil bankacılık uygulamalarının performansını içeren değişkenlerin tamamının sadakat tutumu ile güçlü düzeyde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Mobil Bankacılık Uygulamaları, Performans, Sadakat.

**ABSTRACT:** With the rapid spread of mobile technologies and becoming an inseparable part of daily life, commercial banks have entered into competition to develop user-friendly mobile applications that carry banking transactions to the mobile platform in line with

\* ADÜ Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu, 28.04.2020,31906847/050.04-04-08-10 sayılı karar ile etik kurul izni alınmıştır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Doç.Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi/ Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İşletme Bölümü/İşletme Anabilim Dalı, earmagan@adu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5371-219X>

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi/ Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İşletme Bölümü/İşletme Anabilim Dalı,yelizcal09@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8872-7989>

innovative strategies. In the banking sector where standardized products dominate, one of the factors that may affect consumer loyalty to the bank is thought to be mobile banking applications. In this study, mobile banking applications have been taken into focus and the effect of performance perception developed on these applications on loyalty towards the bank has been examined within the scope of a quantitative research. Within the framework of the quantitative research, 212 participants were reached from consumers using mobile banking applications over the age of 18. As a result of the correlation and regression analyzes on the relationships between research variables on the material obtained from the survey application, it was found that all variables including the performance of mobile banking applications were strongly related to loyalty attitude of mobile banking users.

**Keywords:** Mobile Banking Applications, Performance, Loyalty.

## GİRİŞ

Teknoloji geliştikçe hem tüketiciler hem de finansal kurumlar getirdiği verimlilikten yararlanmaktadır (Riquelme ve Rios, 2010: 328). Teknolojik değişimlere hızla ayak uydurabilen bankacılık sektöründe son dönemlerde yaşanan gelişmeler geleneksel anlamdaki bankacılığın yeniden şekillenmesine neden olmuştur.

Bilgi teknolojisi bankalara, banka çalışanlarına, tüketicilere, kısacası bankalardan yararlanan her kesime avantajlar sağlamış, yeni araç ve teknikler geliştirilmesine ve böylece hizmetin çeşitlendirilmesine olanak tanımıştır. Dolayısıyla dijitalleşme, giderek artan bir şekilde, çok daha hızlı çözüm sunmaları ve aynı zamanda kullanışlı olmaları nedeniyle bankalarda büyük bir yer tutmuştur (Zeybek, 2018: 80). Dijitalleşmenin tüketici alışkanlıklarını değiştirmesiyle beraber, kaliteli, çok çeşitli ve düşük maliyetli hizmetler sunmak, müşterilerin beğenilerini kazanmak adına teknolojinin bankacılık sistemlerine entegre olması gerekliliğinin yanı sıra teknolojik yenilikler bankalar için rekabet üstünlüğü sağlayan araçlar haline dönüşmüş durumdadır (Durucu, 2013: 2).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaşadığı bu gelişim ve internetin yaygınlaşarak mobil cihazların bir parçası haline gelmesi bankacılık sektöründe bir inovasyon dalgasını tetiklemiş ve yeni bir dağıtım kanalı olan online bankacılığın oluşumuna neden olmuştur (Ondık, 2015: 17). Bankalar geçtiğimiz 30 yıllık süreçte, geleneksel şubeli bankacılık anlayışından, ATM'ler, telefon bankacılığı, internet bankacılığı gibi artan sayıda teknoloji tabanlı hizmet yeniliklerini benimsemiştir (Manser Payne vd., 2018: 329). 1990'lardan bu yana bankacılık dağıtım kanallarında şubelerden online hizmetlere aşamalı bir geçiş yaşanmış; online bankacılık, yalnızca bilgi sunumu veya bilgi paylaşım ortamından işlem ortamına geçmiş ve tüketicilere finansal bilgilerini ve işlemlerini yönetmek için tek elden hizmet noktası olarak kullanılmaya başlamıştır (Chawla ve Joshi, 2019: 434).

İnternet bankacılığının yeni normal olarak kabul edildiği günümüzde, tüketici profiline zaman içerisinde değişen teknolojik imkânlarla beraber değişim göstermesi ve fazlaca seçim alternatifine sahip olması, tüketicilerin hizmetin en iyisine ve çok çeşidine çok daha hesaplı biçimde ulaşmak istemesi durumunu doğurmuştur. Ortaya çıkan bu durum da bankaların pazarlama tekniklerinde gelişmeler sağlamalarını, tüketicilere sundukları hizmetlerde çeşitliliği sağlamalarını ve farklı alternatifler sunmalarını zorunlu hale getirmiştir (Ak-kılıç, 2005: 110).

Bankaların sunduğu online hizmet çeşitliliklerinden biri, yeni nesil mobil cihazların hızlı bir biçimde yaygınlaşmasıyla beraber son dönemlerde bankaların vazgeçilmez bir parçası haline dönüşmüş olan mobil bankacılık uygulamalarıdır. Bu hizmet çerçevesinde tüketicilerin kullanımına sunulan mobil bankacılık uygulamaları, hizmeti alan tüketiciler ve hizmeti sağlayan bankalara getirdiği çok çeşitli avantajlarla beraber en önemli kanallardan biri halini almıştır.

Genel olarak finansal kuruluşlar ve özellikle bankalar, hizmet yelpazelerinin dijitalleşmesine ağırlık vermektedir. Günümüzde bankalar açısından mevcut rakipler ve ortaya çıkan FinTech'ler tarafından karakterize edilen rekabet baskısı hızla artmaktadır. Bu bağlamda, bankaların özellikle uygulama arayüzleri büyük bir baskı altındadır (Becker, 2019: 42).

Bu çalışmada, bankaların mobil bankacılık uygulamaları odak noktasına alınmıştır. Bankaların online hizmetler kapsamında tüketicilerin kullanımına sundukları mobil bankacılık uygulamalarının tüketicilerin günlük yaşamında önemli bir yer edindiğinden yola çıkılarak, bu uygulamalara yönelik geliştirilen performans algısı doğrultusunda, uygulamaların bankaya karşı sadakat tutumlarına olan etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla banka müşterilerine online anket yöntemiyle ulaşılarak veri elde edilmiştir. Bu kapsamda mobil bankacılık uygulaması performansını oluşturan kullanışlılık, kullanım kolaylığı, tasarruf, kişiselleştirme ve arayüz tasarım değişkenlerinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Mobil Bankacılık

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmelere paralel olarak mobil cihazlar piyasasında da büyük değişimler kaydedilmiştir. Mobil cihazların bilgisayar özelliği kazandığı günümüzde kullanım alanı ve oranı da artmış ve bu sayede pek çok fonksiyon mobil cihazlar ile gerçekleştirilebilir hale gelmiştir (Karataş, 2019: 17). Böylece, mobil teknolojiler günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hali-

ne gelmiştir. Kişisel bilgiler, e-posta içerik ve adresleri, özel telefon numaraları gibi hassas verilerin mobil cihazlarda saklanma eğilimi artmakta ve adeta bir kişisel bilgisayar gibi kullanılabilir (Kazancı, 2013: 1).

Global akıllı telefon penetrasyonu tahmini, dünya çapında mobil kullanıcıların 2018 itibariyle yaklaşık %50'sinin, 2019 yılı itibariyle yaklaşık olarak %67'sinin akıllı bir cihaza sahip olduğunu göstermektedir (Ayswarya vd., 2019: 650). Akıllı mobil cihazların bu şekilde hızlı bir biçimde yaygınlaşması, tüketicilerin mobil cihazlarını hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline getiren kişisel bir cihaz olarak görmelerini beraberinde getirmiştir (Pousttchi ve Schurig, 2004: 2). Mobil cihazlarda 4G mobil ağların daha fazla erişebilir olması (Sharma, 2017: 815), bankacılık sektörünü de mobil kullanıma uygun uygulamalar geliştirerek müşterilerine sunmaya başlamaya teşvik etmiştir (Yavuz, 2017: 103). Bu durum, bankacılık uygulamalarının mobil platformlara taşınmasını sağlamış ve bankacılıkta yeni bir dağıtım kanalını ortaya çıkarmıştır (Pousttchi ve Schurig, 2004: 1).

Mobil bankacılık, banka çalışanlarıyla doğrudan etkileşime girmeden, finansal ve finansal olmayan işlemleri elektronik olarak tamamlamak için akıllı telefonlar aracılığıyla banka olanakları ve hizmetleriyle etkileşime girme olarak tanımlanmaktadır (Manser Payne vd., 2018: 331). Banka müşterisinin bir mobil cihaz (cep telefonu, tablet, cep bilgisayarı vb.) aracılığıyla bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek üzere banka ile iletişim kurduğu bir kanaldır (Barnes ve Corbitt, 2003: 275).

Tüketicilerin istek, ihtiyaç ve eğilimleri doğrultusunda bankalar, mobil bankacılık uygulamaları ile tüketicilerin bankayla olan ilişkilerinde yaşadıkları deneyimleri zenginleştirmeyi amaçlamaktadır. Bir nevi bankaların sanal mağazası işlevini yerine getiren mobil bankacılık uygulamaları, kullanıcı dostu ve basit işlem adımlarıyla, hızlı, kolay, geniş işlem setiyle her kesimden tüketicinin ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak potansiyeli barındırmaktadır (Çoban ve Demirhan, 2019: 79). Bu doğrultuda daha fazla banka, müşterilerine kişiselleştirilmiş ve müşteri odaklı finansal ve finansal olmayan hizmetler sunmak için mobil teknolojiden yararlanmaya, daha yaygın, erişilebilir, kullanıcı dostu, kullanışlı uygulamalar geliştirmeye çalışmaktadır (Osho vd., 2019: 613).

Mobil bankacılık kullanan bireylerden hesap işletim ücretinin alınmaması, düşük oranlı faiz uygulamaları sunulması ve vadeli hesaplara daha yüksek oranlarda faiz verilmesi mobil bankacılık uygulamasının sağladığı avantajlardan bazılarıdır (Demir, 2008: 55). Kullanıcılar, şubeye gitmeye gerek olmadan gerçek zamanlı hesap bilgilerini alabilmekte, her zaman ve her yerde bankacılık işlemlerini kolaylıkla yapabilmektedir (Zhou vd., 2010: 760). Ayrıca, mobil bankacılık, kullanıcıların uygulamalar üzerinde kişisel bildirimler ve uyarılar



koymalarına olanak tanımakta, belirli faturaları ödemenin zamanı geldiğinde veya bakiyeleri azaldığında, onlara bildirerek mali durumlarını yönetmelerine yardımcı olmaktadır (Phanuef, 2019: 1).

Mobil bankacılığın gelişim göstermesiyle beraber bankalar ürün varlıklarını çeşitlendirme ve banka ile tüketiciler arasındaki ilişkilerin derinleşmesi olanağına erişmişlerdir. Bu ilişkinin düzeyi geliştikçe başka türden katılımları beraberinde getirmektedir. Örneğin, tasarruf hesaplarını mobil bankacılık üzerinden yöneten kullanıcının, başka türden finansal hizmet ürünlerine ihtiyaç duyduğunda, kullanmakta olduğu ve memnun kaldığı mobil bankayı tekrar kullanmayı düşünmesi daha olasıdır. Bu anlamda mobil bankacılık bir etkileşim ve devamlılık sağlayabilmektedir (Chuang, 2019: 162-163).

Bu avantajlarıyla beraber mobil bankacılık, dünya genelinde mobil cihaza sahip olan milyarlarca kişiye finansal hizmetler sunmanın güçlü bir yolunu oluşturmaktadır (Lee vd., 2007; Richard ve Mandari, 2017: 43). Buna bağlı olarak da dünya genelinde her yıl mobil bankacılık kullanıcı sayısında önemli bir artış görülmektedir (Sharma, 2017: 815). Türkiye’de de benzer şekilde bilişim teknolojilerinin Türk bankacılık sistemine kısa sürede entegre edilmesiyle birlikte bankaların işlem sayıları ve hacimlerinde olumlu bir artış yaşanmıştır (Pala ve Kartal, 2010: 43-61). Eylül 2019 itibarıyla toplam aktif kullanıcı sayısı 46 milyonu aşmış durumdadır (Tablo 1).

**Tablo 1:** Mobil Bankacılık Kullanıcı Sayıları (milyon)

Dönem	Bireysel			Bireysel ve Kurumsal Toplam		
	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı	Aktif müşteri sayısı	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı	Aktif müşteri sayısı
Eylül 2018	54,898,327	43,554,714	35,704,889	56,753,192	44,929,199	36,784,568
Aralık 2018	59,281,817	46,795,974	38,385,355	61,320,405	48,293,900	39,552,072
Mart 2019	62,952,817	49,183,744	40,531,830	65,268,135	50,865,989	41,826,890
Haziran 2019	66,509,739	51,498,746	42,238,063	69,004,790	53,283,963	43,584,050
Eylül 2019	70,537,340	54,054,589	44,751,068	73,232,679	55,966,619	46,170,900

Kaynak: tbb.org.tr, 11.12.2019

Mobil bankacılık kullanıcı sayısındaki hızlı artışın arkasındaki temel itici güçleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Kiljan vd., 2016; Ghosh vd., 2017; Wazid vd., 2019: 56):

- **Yaş faktörü:** Özellikle genç ve erken yetişkin tüketiciler, mobil bankacılık kullanımındaki artışın arkasındaki itici güçtür.
- **Kullanım kolaylığı:** Günümüzde tüketiciler, kullanımı kolay ve aynı zamanda zengin ve kesintisiz bir deneyim sunan mobil bankacılık uygulamaları kullanmayı istemektedir.
- **Erişilebilirlik:** Mobil bankacılık kullanıcıları, istedikleri zaman herhangi bir yerden birkaç dokunuşla, farklı hesaplara para transferi, fatura-vergi ödemeleri, yatırım işlemleri, bakiye güncelleme bildirimleri gibi çok çeşitli hizmetlerden yararlanmaktadır.
- **Yalnızca mobil bankalar:** Günümüzde geleneksel bankacılık uygulamalarından ziyade büyük bankaların çoğu çeşitli bankacılık işlemleri için mobil uygulamaları teşvik etmektedir. Hatta şubesi olmayan ve yalnızca mobil işlemler yapan girişimler mevcuttur.
- **Kâğıtsız işlemlere geçiş:** Pek çok banka kâğıtsız bankacılık, yani mobil bankacılık için finansal teşvikler sunmaktadır. Bu çerçevede maliyetlerini azaltabilen bankalar, tüketicilere çok daha düşük işlem komisyonları ödeme olanağı tanımaktadır.
- **Sahte işlemlerin hızlı tespiti:** Mobil bankacılık kullanıcıları, banka hesaplarıyla ilgili hileli çevrimiçi etkinlikleri hızla algılayabilmektedir. Bu bağlamda, bir kerelik parola kullanılması, yasadışı ve yetkisiz çevrimiçi para transferlerine karşı koruma sağlayabilmekte, kendisinden habersiz yapılan herhangi bir girişim için anında bildirimler alabilmektedir.

Mobil bankacılık uygulamalarının genel olarak son derece kullanıcı dostu olarak geliştirilmiş olmasına karşın kullanıcılar, uygulamalarla ilgili sorunlardan şikâyetçi olabilmektedir. Genellikle mobil bankacılık uygulamaları hakkında üç tür memnuniyetsizlik söz konusudur. Bunlar güvenlik, kullanım kolaylığı ve kullanılabilirliktir. Bunun yanında, uygulamanın işlevsel olmadığı, anlaşılması zor ve kafa karıştırıcı olduğu yönünde memnuniyetsizler yaşanabilmektedir. Bankalar, mobil bankacılık uygulamaları ile müşteri memnuniyetinin güven, sadakat ve olumlu ağızdan ağza gibi olumlu sonuçlarından doğrudan yararlandıkları için (Sampaio vd., 2017: 1134), rekabetin yoğun bir şekilde yaşandığı bankacılık sektöründe bankaların faaliyetlerine devam edebilmeleri için kullanıcılar tarafından algılanan mobil bankacılık uygulama performans kalitesini doğru bir biçimde değerlendirmeleri gerekmektedir (Lu vd., 2009: 230; Doğan ve Burucuoğlu, 2018: 1187). Diğer teknolojilerde ve uygulamalarda olduğu gibi bankacılık uygulamalarının benimsenmesi de uygulamanın performans kalitesiyle ilişkilidir. Dolayısıyla mobil bankacılık uygulamalarının benimsenmesi, yaygınlaşması ve bu uygulamalardan beklenen faydaların elde

edilebilmesi için uygulamaların kalitesiyle ilgili faktörlerin belirlenmesi ve ölçülmesi önem arz etmektedir (Seyrek ve Akşahin, 2016: 48). Mobil bankacılıkla ilgili kullanıcıların beklentileri ve performans ölçütleri farklı olsa da genel olarak mobil bankacılık uygulamaları bazı faktörler etrafında toplanmaktadır. Çeşitli araştırmalarda sonucunda, mobil bankacılık uygulamalarının bilgi kalitesi, arayüz tasarımı gibi göreceli performans faktörlerine ilişkin ortaya çıkmış çeşitli tüketici perspektiflerine yönelik bir özet tablo aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 2:** Mobil Bankacılık Performans Kriterleri

Performans Kriterleri	Araştırmacılar											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Yanıt Süresi	■	■	■						■			■
Mobilite	■				■	■			■	■		
Güvenlik	■				■	■	■		■		■	■
Güvenilirlik		■		■	■					■	■	■
Heveslilik			■	■						■	■	
Bütünlük				■				■	■		■	
Güven				■	■	■	■	■		■		
Multimedya Özellikleri				■				■			■	■
Erişilebilirlik					■	■						
Doğruluk						■	■					■
Yaygınlık						■	■				■	■
Uygunluk						■						■
Anlaşılabilirlik						■		■			■	
Gezinti						■		■				■
Empati							■	■	■	■		■
Düzen								■	■		■	

<sup>1</sup> Chen, 2008; <sup>2</sup> Choi vd., 2008; <sup>3</sup> Gu vd., 2009; <sup>4</sup> Kar vd., 2006; <sup>5</sup> Kim vd., 2009; <sup>6</sup> Lee ve Chung, 2009; <sup>7</sup> Lu vd., 2009; <sup>8</sup> Tan ve Chou, 2008; <sup>9</sup> Vlachos ve Vrechopoulos, 2008; <sup>10</sup> Yeh ve Li, 2009; <sup>11</sup> Yu ve Fang, 2009; <sup>12</sup> Zhou, 2012

**Kaynak:** Lin, 2013: 197

Deloitte'in 17 ülkede 17.100 tüketicinin dijital bankacılık davranışları ve kanal kullanımı konusunda gerçekleştirdiği küresel dijital bankacılık anketinden elde edilen bulgulara göre, araştırmaya katılan 10 kişiden 7'si için, bir bankayı tercih etmede internet ve mobil bankacılık dâhil olmak üzere kanallar arasında tutarlı bir deneyimin en önemli faktör olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, mobil kanal deneyimine odaklanılması ve geliştirilmesi gerekliliğine vurgu yapılmıştır (deloitte.com, 09.12.2019). Dolayısıyla günümüz şartlarında tüketicilerin banka tercihi konusunda zihinsel karar süreçleri ve davranışsal tutumları bakımından online kanalların performansının önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu anlamda mobil bankacılık uygulamalarından duyulan memnuniyetin yeni müşteriler kazanmak ve mevcut müşterilerin sadakatini kazanmak açısından etkili olabileceği düşünülmektedir.

## Bankacılıkta Sadakat

Sadakat, bir müşterinin aynı ürün veya hizmeti tekrar tekrar kullanma eğilimine veya istekliliğine işaret etmektedir. Müşteri sadakati, bir işletmenin ürünlerine, hizmetlerine veya çalışanlarına bağlılık ya da sevgi duygusu olarak ifade edilmektedir (Jones ve Sasser, 1995). Sadık bir müşteri, mümkün olduğunca aynı servis sağlayıcıdan tekrarlı olarak alım yapan, tavsiye etmeye devam eden ve servis sağlayıcıya karşı olumlu bir tutum sergileyen müşteri olarak ele alınmaktadır (Kandampully ve Suhartanto 2000; Masrek vd., 2012: 22). Bir bankanın müşterisi, bankanın kurumsal imajı, fiyatları, algılanan fayda, algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet, değiştirme maliyetleri, geliştirilen ilişkinin yapısı, duygusal olarak bağlılık gibi birçok faktörden biri veya birkaçı nedeniyle banka ile ilişkisini sona erdirebilmekte, sürdürülebilmekte ya da artan şekilde sadakat geliştirebilmektedir (Lam ve Burton, 2006: 40).

Yoğun rekabetçi sektörde, tüm ticari bankalar mevcut müşterileri elde tutma ve yeni müşterileri çekme zorluklarıyla karşı karşıyadır. Bankanın mevcut müşteri tabanı, yeni müşteriler sağlama yeteneğinden daha önemli olarak görülmektedir. Bunun nedenlerinden biri, yeni müşteriler kazanmanın maliyetinin, mevcut müşteriyi tutma maliyetinden çok daha yüksek olmasıdır. Bu nedenle, müşteri memnuniyeti ve sadakati bankaların temel hedeflerinden biridir. Müşteri sadakati, sürdürülebilir kârlılık ve büyüme için kilit öneme sahiptir (Titko ve Lace, 2010: 1031).

Bankaların mevcut müşterilerini elde tutulabilmesi ve rekabet üstünlüğü elde etmesi, istek ve ihtiyaçlara doğru biçimde yanıt verilebilmesi, uzun dönemli iyi ilişkiler kurabilmesi ve bu ilişkileri sürdürülebilmesinden geçmektedir (Özer vd., 2013: 297). Bankalar açısından bunun yolu da hızla değişen pazar yapısında gerçekleşen değişimlere, yeni teknolojilere ayak uydurabilmek ve değişen tüketici taleplerini karşılamaktan geçmektedir. Tüketici istek ve ihtiyaçlarının iyi analiz edilmesi her işletmede olduğu gibi bankaları da güçlendirecek önemli bir etmendir (Gençtürk vd., 2011: 62). Mükemmel hizmetler sunmaya ve müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanan bankalar, ilişki kurma ve elde tutmaya yönelik uygun pazarlama stratejilerinin geliştirilebilmesi için tüketici davranışlarını iyi anlamak durumundadır (Lam ve Burton, 2006: 40).

Bankacılık sektörünün oldukça rekabetçi, karmaşık ve dinamik ortamında, giderek daha talepkar tüketici yapısı yer almakta, bununla birlikte finansal hizmetler ve ürünlerdeki çok küçük farklılıklar bulunmaktadır (Beerli vd., 2004: 253). Sektördeki ürünlerin ve getirilerinin birbirilerine benzerlik arz etmesi sebebiyle tüketiciler, kendilerine sunulan finansal hizmetler ile beklentilerini karşılaştırmakta ve hizmetin kalitesini değerlendirmektedirler (Onan, 2017: 530). Bu standartlaşmış ürünlerin hâkim olduğu sektörde, bankalar müşteri

memnuniyetini ve sadakatini etkileyebilecek diğer kriterlere odaklanarak rakiplerinden ayrılmak konusunda artan bir ihtiyaç hissetmektedir (Ganguli ve Roy, 2011: 169). Rekabetçi bu mücadelede hayatta kalabilmek için, bankalar müşterilerine yeni ve nispeten ucuz hizmetler sunmak durumundadır. Bilgi çağında bankalar, özelleştirilmiş ürünler, geliştirilmiş müşteri ilişkileri, ürün çeşitliliği, yeni ürünler, artırılmış çalışan becerileri ve motivasyonu gibi (Titko ve Lace, 2010: 1031) rekabet avantajı getirebilecek noktalara odaklanmakta ve kendilerini geliştirmektedirler.

## MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma, mobil bankacılık uygulamalarının özelliklerine göre mobil bankacılık kullanıcısı olan bireylerin algısını ve mobil bankacılık uygulamasını kullandıkları bankaya olan sadakat tutumlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Buna ek olarak, bu uygulamaların genel performansına yönelik taşıdığı özelliklerin, kullanıcıların sadakat tutumuna olan etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma, mobil bankacılık uygulamalarının tüketicilerin banka seçiminde etkili olduğu ve sadakat tutumlarının bir kısmını açıklayabileceği varsayımından yola çıkmıştır. Araştırma kapsamında ortaya çıkan sonuçlarla, mobil bankacılığın günümüz bankacılık sektöründe önemini vurgulamak, banka işletmeleri açısından bir sadakat etkileyeni olduğunu ortaya koymak suretiyle literature katkıda bulunmak ve banka işletmeleri açısından tespitlerde bulunmak hedeflenmektedir.

Araştırma, anket yöntemine dayanan nicel bir araştırmadır. Bu kapsamda Türkiye genelinde, 18 yaş üzeri mobil bankacılık uygulamalarını kullanan tüketiciler hedeflenmiştir. Basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle %95 güven düzeyi ve 0,5 güven aralığında hesaplanan 384 katılımcıya online anket yöntemiyle anket formları ulaştırılmıştır. Elde edilen 239 anket formundan 27'si hatalı doldurma nedeniyle kapsam dışı bırakılmış ve nihai materyal 212 katılımcıdan oluşmuştur. Katılımcılara yöneltilen anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin sorular bulunmakta, ikinci bölümünde ise araştırmanın değişkenlerini irdeleyen 2 ölçekten oluşan toplamda 20 ifade yer almaktadır. Bu ifadelerden 16'sı mobil bankacılık uygulaması performansına, 4'ü ise sadakat tutumuna yöneliktir. Mobil bankacılık performansına yönelik olarak kullanışlılık, kullanım kolaylığı ve kişiselleştirme değişkenleri için Albashrawi ve Motiwalla (2017); arayüz tasarım değişkeni için Seyrek ve Akşahin'in (2016) uyarlamış olduğu ölçeklerden yararlanılmış, tasarruf değişkeni ifadeleri ise yazar tarafından oluşturulmuştur. Sadakat değişkeninin ölçeği için ise Mohsan vd. (2011) kaynak oluşturmuştur. Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler, SPSS 21 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin güvenilirlik, tutarlılık

ve normal dağılım testleri, frekans analizi ve araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilerin analizinde korelasyon ve regresyon analizine başvurulmuştur.

## ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Araştırmanın değişkenlerinden kullanışlılık ve kullanım kolaylığı Davis (1989) tarafından geliştirilmiş olan Teknoloji Kabul Modeli'ne dayanmaktadır. Bu model, bilgi sistemlerinin ve teknolojinin bireysel kullanıcılar tarafından kullanımını ve kabulünü tahmin etmek için en popüler araştırma modellerinden biridir (Surendan, 2012: 175). Bu modele göre bilgi teknolojileri kullanım davranışıyla ilgili olarak kullanışlılık ve kullanım kolaylığı olmak üzere iki belirli inanç öne çıkmaktadır. Kullanışlılık, kullanıcının belirli bir uygulama sistemini kullanmasının performansını arttıracığına yönelik kendi inanç derecesidir. Kullanım kolaylığı ise kullanıcının söz konusu sisteminin kullanımının çaba sarf etmeyi gerektirmeyeceğine olan inanç derecesidir (Davis, 1989; Şıklar vd., 2015: 103). Buradan hareketle, kullanışlılık ve kullanım kolaylığına ilişkin olarak oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H<sub>1</sub>. Kullanışlılık ile sadakat arasında pozitif anlamlı ilişki vardır.

H<sub>2</sub>. Kullanım kolaylığı ile sadakat arasında pozitif anlamlı ilişki vardır.

Tasarruf değişkeni, kullanıcıların mobil bankacılık uygulamalarına ilişkin ekonomik veya tasarruf sağlayıcı bir araç olarak algılarını tespit etmek amacıyla yazarlar tarafından ortaya atılmıştır. Mobil bankacılık uygulamalarının şubede işlem yapmaya ya da diğer uygulamalara kıyasla daha düşük işlem ücretleri/ masraflar sunması yoluyla kullanıcıya ekonomik bir fayda sağlama-sına ilişkindir. Böylece kullanıcının, uygulamayı kullanmak suretiyle parasal tasarruf sağladığına ilişkin algısının, uygulamaya ilişkin toplam performans içerisinde ve banka ile olan ilişkide önemli etken olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce ile oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H<sub>3</sub>. Tasarruf ile sadakat arasında pozitif anlamlı ilişki vardır.

Kişiselleştirme, kullanıcılar için cihazlar üzerinden özelleştirilebilir bir takım mobil bankacılık fonksiyonları oluşturmayı ve sunmayı ifade etmektedir (Jun ve Palacios, 2016: 318). Kişiselleştirme, uygulamaların fonksiyonları üzerinde kullanıcıların işini kolaylaştıracak, hızlandıracak, yol gösterecek, filtreleyecek veya öne çıkaracak bir takım değişiklikleri yapabilmesini ve böylece uygulamanın belirli bir ölçüde kullanıcıya özel olarak şekillendirilebilmesini içermektedir. Bu kişiselleştirmeler, kullanıcıların mevduat bilgilerinin sunum şeklini değiştirme, kolay işlem atama, işlemleri sıralama veya filtreleme, ana sayfaya ekleme, grafikler üretme, özetleme gibi olabilmektedir. Böylece kişiselleştirilebilirliğin, kullanıcının uygulamaya yönelik performans algısını ve



dolayısıyla bankaya yönelik sadakatini etkileyebileceği varsayımından yola çıkılarak oluşturulan hipotez şu şekildedir:

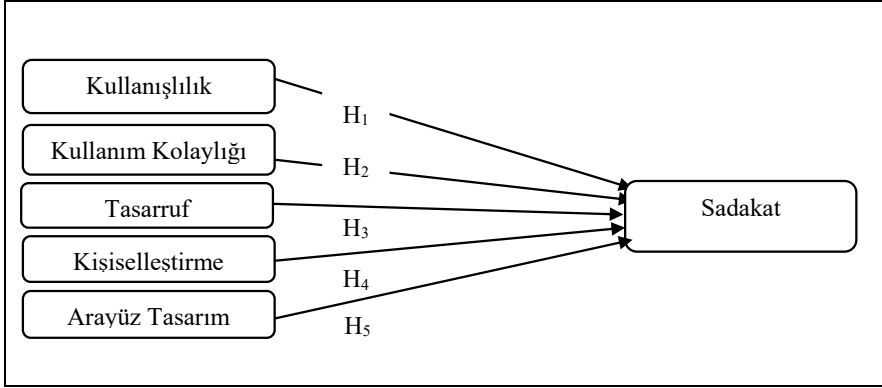
H<sub>4</sub>. Kişiselleştirme ile sadakat arasında pozitif anlamlı ilişki vardır.

Mobil bankacılıkta arayüz genellikle kullanıcıyla ilk temas noktasıdır. Bu nedenle, kullanıcılar, görüntü formatı, tasarım, estetik görünüş, renkler, grafikler gibi bu ilk bilgilere dayanarak izlenimlerini oluşturacakları için (Everard ve Galletta, 2006; Lee ve Chung, 2009: 388) uygulamanın kullanımını kolaylaştıran kullanıcı dostu bir arayüzün tasarlanması önemli görülmektedir (Merdenyan vd., 2014: 82). Uygulamanın ekranda bilgilerin net bir biçimde sunması, göze hitap eden ve kolay anlaşılır bir tasarıma sahip olması, grafik, resim gibi kolaylaştırıcı özellikleri barındırması, istenen bilgilere kısa sürede ve kolayca erişim sağlayarak genel olarak gezinme eylemini iyileştirilmesine yönelik olarak geliştirilen arayüz tasarımların, uygulamanın genel performansına yönelik algıda önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce ile oluşturulan hipotez ise şu şekildedir:

H<sub>5</sub>. Arayüz tasarım ile sadakat arasında pozitif anlamlı ilişki vardır.

Yukarıda açıklanan tüm bu bilgiler ışığında oluşturulan ve kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı, tasarruf, kişiselleştirme ve arayüz tasarım değişkenlerinin sadakate olan etkisini simgeleyen araştırma modeli Şekil 1'de verilmiştir.

**Şekil 1:** Araştırma Modeli



## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma modeli ve hipotezler doğrultusunda oluşturulmuş olan ölçek, farklı araştırmalardan yararlanılarak oluşturulduğundan ve yazarlar tarafından oluşturulan bir değişken içerdiğinden, ölçülen faktörlerin doğası hakkında bilgi veren (Tavşancıl, 2010: 46) ve bilinmeyen gizil değişkenler ile gözlenen değişkenler arasındaki bağlantıyı ortaya koyması amacıyla tasarlanan bir analiz



(Okursoy ve Turan, 2014: 71) olan açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yükleri Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3:** Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	İfade	1	2	3	4	5	6
Kullanışlılık	Bu mobil uygulamayı yararlı buluyorum.	,781					
	Bu uygulamayı kullanmak, finansal işlem performansımı artırıyor.	,716					
	Bu uygulama sayesinde bankacılık işlemlerini hızlıca yapabiliyorum.	,818					
Kullanım Kolaylığı	Bu uygulamanın kullanılışı kolaydır.		,809				
	Bu uygulamayla yapmak istediğim bankacılık işlemlerini kolaylıkla yapabiliyorum.		,803				
	Bu uygulamaya herhangi bir cihazdan kolayca erişebiliyorum.		,585				
Tasarruf	Bu uygulamayı kullanarak parasal tasarruf sağlıyorum.			,622			
	Bu uygulamada masraflar diğer şubeye kıyasla göre daha düşüktür.			,780			
	Bu uygulamada işlem başı komisyonlar (Havale, EFT vb.) daha düşüktür.			,760			
Kişiselleştirme	Bu uygulama gereksinimlerim doğrultusunda kişiselleştirilmiş hizmetler sunar.				,779		
	Sıklıkla yaptığım işlemlere daha kolay erişmemi sağlar.				,738		
	Tercihlerime göre bilgilerin sunumunu özelleştirir.				,675		
Arayüz Tasarım	Bu uygulama grafik, resim gibi işimi kolaylaştırıcı multimedya sunar.					,696	
	İşlemlerin içeriği ekranda net bir şekilde sunar.					,785	
	İşlem detaylarını sunum şekli kolay anlaşılır.					,826	
	Bilgilere kolayca ulaştıracak bir gezinme sağlar.					,780	
Sadakat	Uygulamasını kullandığım bu banka hakkında çevremdeki kişilere olumlu şeyler söylerim.						,792
	Yakınlarıma bu bankayla çalışmalarını öneririm.						,856
	Tavsiye isteyen birisi olursa ona bu bankayı tavsiye ederim.						,870
	Bankacılık işlemlerimi bu bankayla yapmayı sürdüreceğim.						,757

Faktör analizi sonucunda faktör yüklerinin istenen düzeyde olduğu görülmektedir ve 6 boyut ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, ölçeğin güvenilirliğini ve tutarlılığını belirlemek amacıyla Cronbach's Alpha ve Kaiser- Mayer- Olkin (KMO) katsayıları analiz edilmiştir. Bunun yanında, elde edilen veri setinin

normal dağılım gösterip göstermediğine ilişkin çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri analiz edilmiştir. Cronbach's Alpha ve KMO değerleri 0'dan 1'e doğru yaklaştıkça güvenilirlik ve tutarlılığın arttığına, çarpıklık ve basıklık katsayıları -1,5 ila +1,5 arasında bir değer aldığına normal dağılım olduğuna işaret etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2001). Bu bilgiler ışığında yapılan analizler sonucunda elde edilen katsayılar Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4:** Güvenilirlik ve Normallik Analizi Sonuçları

Değişkenler	n	Cronbach Alpha	KMO	Çarpıklık	Basıklık
-Kullanışlılık	212	,879		-,679	-,393
-Kullanım Kolaylığı	212	,842		-,599	-,299
-Tasarruf	212	,848	,931	-,508	-,597
-Kişiselleştirme	212	,863		-,758	,517
-Arayüz Tasarım	212	,893		-,693	,441
-Sadakat	212	,920	,818	-,626	-,005

Tablodaki değerler incelendiğinde, ele alınan tüm değişkenlerin sosyal bilimler alanında kabul gören güvenilirlik aralığında olduğu görülmektedir. Cronbach's Alpha ve KMO değerleri, yüksek güvenilirliği göstermektedir. Çarpıklık basıklık değerleri bakımından da tamamı için -1,5 ila +1,5 değerleri arasında olduğu görüldüğünden normal dağılım olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Elde edilen bu sonuçlar, materyalin parametrik istatistiksel analize uygun olduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamında yanıtlarına başvuru alan katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve gelir durumundan oluşan demografik özellikleri bakımından dağılımına yönelik frekans analizi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Kadın	103	48,6	Bekar	102	48,1
Erkek	109	51,4	Evli	110	51,9
Yaş Aralığı	n	%	Gelir	n	%
18-25	56	26,4	2020 TL ve daha azı	54	25,5
26-30	32	15,1	2021-3500	27	12,7
31-40	58	27,4	3501-5000	53	25,0
41-50	27	12,7	5001-6500	40	18,9
51-60	18	8,5	6501-8000	15	7,1
61 ve üzeri	21	9,9	8001 üzeri	23	10,8
Eğitim Durumu	n	%			
Ortaöğretim-Lise	29	13,7			
Önlisans- MYO	35	16,5			
Lisans	118	55,7			
Lisansüstü	30	14,2			

Frekans analizi sonucunda elde edilen demografik verilere yönelik olan tablo incelendiğinde katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş aralığı ve gelir faktörlerine göre homojen dağılım gösterdiğini söylemek mümkündür. Eğitim durumu açısından ise lisans düzeyi, grubun geneline oranla %55,7 olarak gerçekleşmiş ve ağırlık kazanmıştır.

Katılımcıların bankalarından kredi kartı kullanma durumlarını ve mobil bankacılığı kullanma sıklığını gösteren frekans analizi ise Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6:** Kullanım ve Sıklık İstatistikleri

Uygulaması Kullanılan Banka	f	%
Akbank	9	4,2
Denizbank	2	,9
Finansbank	6	2,8
Garanti	16	7,5
Halkbank	67	31,6
İNG	4	1,9
İş Bankası	12	5,7
TEB	7	3,3
Vakıfbank	33	15,6
Yapı Kredi Bankası	9	4,2
Ziraat Bankası	47	22,2
<b>Kredi Kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Kullanıyor	155	73,1
Kullanmıyor	57	26,9
<b>Mobil Bankacılık Kullanım Sıklığı</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Günde birkaç kez	62	29,2
Günde bir kez	16	7,5
Haftada birkaç kez	53	25,0
Haftada bir kez	15	7,1
Ayda birkaç kez	39	18,4
Ayda bir kez	27	12,7
<b>Mobil Bankacılık İşlem Sıklığı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Para transferi	168	32,3
Yatırım işlemleri	42	8,07
Hesap bilgilerini kontrol	145	27,88
Vergi ve harç ödemeleri	42	8,07
Kredi kartı ödemeleri	104	20,0
Kredi ödemeleri	62	11,92
Döviz alım satımı	28	5,38
Fatura ödemeleri	118	22,69

Araştırma kapsamında ulaşılan katılımcıların %31,6'sı Halkbank, %22,2'si Ziraat Bankası ve %15,6'sı Vakıfbank'ın mobil uygulamalarını kullanmaktadır. Kullanım bakımından bu üç banka öne çıkmış durumdadır. Katılımcıların

%73,1'i bankanın kredi kartını aktif bir biçimde kullanmaktadır. Mobil bankacılık kullanım sıklığı bakımından en fazla karşılaşılan seçenek %29,2 ile günde birkaç kez seçeneği olmuştur. Mobil bankacılık uygulaması üzerinden yapılan işlemlerin sıklığı ele alındığında en fazla yapılan işlemlerin %32,3 ile para transferi işlemleri, %27,88 ile hesap bilgilerini kontrol ve %22,69 ile fatura ödemeleri olduğu görülmektedir. En az yapılan işlem ise döviz alım satımı olarak gerçekleşmiştir.

Araştırmanın değişkenlerinin örneklemeden elde edilmiş olan materyal üzerinden ortaya çıkan betimsel istatistik özellikler Tablo 7'de özetlenmiştir.

**Tablo 7: Betimsel İstatistikler**

Değişken	n	Ortalama	Medyan	Mod	Std. Sapma	Varyans
Kullanışlılık	212	4,3270	4,3333	5	,67293	,453
Kullanım Kolaylığı	212	4,2783	4,3333	5	,65841	,434
Tasarruf	212	3,9890	4	4	,84651	,717
Kişiselleştirme	212	4,0047	4	4	,81551	,665
Arayüz Tasarım	212	4,0696	4	4	,75189	,565
Sadakat	212	4,0802	4	4	,76121	,579

### Araştırma Değişkenlerinin Test Edilmesi

Katılımcıların sosyo-demografik faktörlerine göre araştırma değişkenlerinin farklılaşma durumlarının analizinde parametrik testler olan t-tesisi ve Anova analizi kullanılmıştır. Cinsiyet, medeni durum ve kredi kartı kullanımı faktörleri için t-tesisi; yaş, eğitim, gelir ve kullanım sıklığı faktörleri için anova analizinden yararlanılmıştır. Gruplar arası olası farklılıkların kaynağını tespit etmek için Post-hoc testlerinden varyansların eşit dağılımı durumunda kullanılan Tukey testi baz alınmıştır. Anlamlılık düzeyi sosyal bilimlerde kabul gören değer olan  $p \leq 0,05$  olarak kabul edilmiştir. Buna göre, analizler sonucunda elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkileri istatistiksel olarak analiz etmek amacıyla ilişki analizi yapılmıştır. Bu kapsamda mobil bankacılık uygulamasının performansına yönelik kullanışlılık, kullanım kolaylığı, tasarruf, kişiselleştirme, arayüz tasarımı değişkenleri ve sadakat değişkeni arasındaki ilişkilerin yönünü ve gücünü ortaya koyan korelasyon analizine başvurulmuştur. Korelasyon analizinde normal dağılım söz konusu olduğundan Pearson korelasyon katsayısı ve çift kuyruk testi temel alınmıştır. Güven aralığının %99 olarak baz alındığı korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında ortaya çıkan ilişkilere yönelik katsayılar Tablo 8'de gösterilmiştir.

**Tablo 8:** Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları

	Kullanışlılık	Kullanım Kolaylığı	Tasarruf	Kişiselleştirme	Arayüz Tasarımı	Sadakat
Kullanışlılık	1	,790**	,555**	,639**	,667**	,580**
Kullanım Kolaylığı	,790**	1	,599**	,704**	,752**	,575**
Tasarruf	,555**	,599**	1	,684**	,617**	,612**
Kişiselleştirme	,639**	,704**	,684**	1	,799**	,666**
Arayüz Tasarımı	,667**	,752**	,617**	,799**	1	,626**
Sadakat	,580**	,575**	,612**	,666**	,626**	1

\*\* Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Tabloda verilen korelasyon katsayıları incelendiğinde, kullanışlılık ile sadakat arasında ,580; kullanım kolaylığı ile sadakat arasında ,790; tasarruf ile sadakat arasında ,555; kişiselleştirme ile sadakat arasında ,639; arayüz tasarımı ile sadakat arasında ise ,667 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı pozitif doğrusal ilişkiler görülmektedir. İlişkilerin tamamının orta ve yüksek düzeyde güçlü olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum, mobil bankacılık uygulamalarının performans kriterlerine yönelik değişkenlerinin sadakat tutumu ile doğrusal bir ilişkide olduğunu göstermektedir. Ortaya çıkan bu ilişkiyel durum, regresyon analizinin de ön koşulunu sağlamaktadır.

Değişkenler arasındaki ilişkilerin yönü ve gücünün tayin edilmesiyle regresyon analizine geçilmiştir. Enter yöntemi kullanılan basit regresyon analizi çerçevesinde sadakat bağımlı değişken, kullanışlılık, kullanım kolaylığı, tasarruf, kişiselleştirme, arayüz tasarımı bağımsız değişkenler olarak ele alınarak regresyon modeli kurulmuştur. Modele her bir değişken adım adım eklenmiş ve standardize edilmiş değerler hesaplanmıştır. Buna göre regresyon analizleri sonucunda ulaşılan bulgular aşağıda verilmiştir.

**Tablo 9:** Kullanışlılık Değişkeninin Sadakat Değişkeni Üzerindeki Etkisi

Model	Beta	Standart Hata	Standart Beta	t	R <sup>2</sup>	p
(Sabit)	1,241	,278		4,458	,333	,000
Kullanışlılık	,656	,064	,580	10,318		,000

Bağımlı Değişken: Sadakat

Kullanışlılık değişkeni bağımsız değişken, sadakat bağımlı değişken olmak üzere kurulan ilişkiyel model üzerinden yapılan regresyon analizi sonucu, kurulan modelin p=,000 düzeyinde anlamlı olduğunu ve kullanışlılığın sadakat

tutumu üzerindeki değişimin %33,3'lük kısmını açıklayabildiğini ortaya koymuştur.

**Tablo 10:** Kullanım Kolaylığı Değişkeninin Sadakat Değişkeni Üzerindeki Etkisi

Model	Beta	Standart Hata	Standart Beta	t	R <sup>2</sup>	p
(Sabit)	1,238	,283		4,380	,327	,000
Kullanım Kolaylığı	,664	,065	,575	10,175		,000

Bağımlı Değişken: Sadakat

Tablo 10'da görüldüğü üzere, kurulan ilişki model p=,000 düzeyinde anlamlıdır. Kullanım kolaylığı ve sadakat ilişkisinde %32,7'lik açıklama payı bulunmaktadır.

**Tablo 11:** Tasarruf Değişkeninin Sadakat Değişkeni Üzerindeki Etkisi

Model	Beta	Standart Hata	Standart Beta	t	R <sup>2</sup>	p
(Sabit)	1,885	,200		9,421	,371	,000
Tasarruf	,550	,049	,612	11,209		,000

Bağımlı Değişken: Sadakat

Tasarruf ve sadakat değişkenleri arasında kurulan regresyon modelinin p=,000 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Tasarruf değişkeni, sadakat üzerinde gerçekleşen değişimin %37,1'ini açıklayabilmektedir.

**Tablo 12:** Kişiselleştirme Değişkeninin Sadakat Değişkeni Üzerindeki Etkisi

Model	Beta	Standart Hata	Standart Beta	t	R <sup>2</sup>	p
(Sabit)	1,590	,196		8,100	,441	,000
Kişiselleştirme	,622	,048	,666	12,943		,000

Bağımlı Değişken: Sadakat

Kişiselleştirme ile sadakat arasındaki ilişkide, benzer şekilde model p=,000 düzeyinde anlamlı olarak gerçekleşmiştir. Kişiselleştirmenin sadakat tutumundaki değişimin %44,1'lik kısmını açıklayabildiğini söylemek mümkündür.

**Tablo 13:** Arayüz Tasarımı Değişkeninin Sadakat Değişkeni Üzerindeki Etkisi

Model	Beta	Standart Hata	Standart Beta	t	R <sup>2</sup>	p
(Sabit)	1,502	,226		6,661	,389	,000
Arayüz Tasarımı	,633	,054	,626	11,625		,000

Bağımlı Değişken: Sadakat

Son olarak, arayüz tasarımı bağımsız değişken, sadakat bağımlı değişken olmak üzere kurulan regresyon modeli de tüm diğer değişkenler gibi p=,000 düzeyinde anlamlı olmuştur. Bu iki değişken arasındaki ilişkide, arayüz tasarımının sadakat tutumundaki bir değişimin %38,9'unu açıklayabildiğini söylemek

mümkün görülmektedir. Bu itibarla, araştırma modeli ve hipotezleri doğrultusunda yapılan ilişki analizler sonucunda mobil bankacılık uygulamalarının kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı, tasarruf, kişiselleştirme, arayüz tasarımı değişkenlerinin tümü ile sadakat değişkeni arasındaki ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Buradan hareketle, araştırmanın  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$ ,  $H_4$  ve  $H_5$  hipotezlerinin tamamının desteklendiği söylenebilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknoloji yoğun bir sektör olan bankacılık sektöründe, teknolojiye dayalı inovatif stratejiler bankaların önemli bir rekabet aracı haline gelmiş durumdadır. Günümüzde, bu konudaki en önemli rekabet araçlarından biri de mobil bankacılık uygulamalarıdır. Bankalar, fiziki işlemler dışında kalan bankacılık hizmetlerini olabildiğince fazla ölçüde bu platformlara entegre etmeye gayret göstermektedir. Hizmetlerin ve hizmetlerin sunulduğu kanalların çeşitliliğinin yanı sıra, mobil uygulamaların tüketiciye sağladığı çeşitli faydalar da banka ile tüketici arasında gerçekleşen ilişkide önem kazanmaktadır. Mobil bankacılık uygulamasının kullanılabilirliği, kullanım kolaylığı, düşük maliyetli işlem olanağı, kişiye göre özelleştirilebilme, arayüz tasarımı gibi faktörler tüketiciler için banka işlemlerine yönelik seçim sebebi olabilmektedir.

Araştırmada, mobil bankacılık uygulamalarının adı geçen performans değişkenlerinin tüketicilerin bankalara ilişkin sadakat tutumlarını etkilediği tespit edilmiştir. Bu durum, mobil bankacılığın, banka işletmesi ile tüketici arasındaki bağıllıkta etkili bir değişken olduğunu göstermektedir. Tüketiciler, mobil bankacılık uygulamasının gösterdiği performanstan memnun kaldığı sürece, uygulamasını kullandığı bankanın müşterisi olmayı sürdürecekleri yönünde görüş belirtmişlerdir. Dolayısıyla, bu uygulamaların yeterli performansı göstermemesi durumunda, sadakat azalabilecek, çalışılan bankanın değiştirilmesi yönünde karar verilebilecektir. Ancak değiştirme noktasında, değiştirme maliyetleri gibi çeşitli faktörler de etkili olabilecektir. Gelecekteki çalışmalarda, mobil bankacılığın bu yönünün araştırılması literatüre bu yönden katkı sunabilecektir.

Rekabet yoğun bankacılık sektöründe mobil bankacılık uygulamaları önemli bir rekabet aracıdır. Bankaların teknolojik gelişmeleri ve bu doğrultuda değişim gösteren tüketici tutum ve davranışlarını yakından izlemesi ve mobil uygulamalara yönelik olarak sürekli geliştirme yapmaları gerektiği açıktır. Bankalar mobil uygulamaları yalnızca bir hizmet kanalı çeşitliliği olarak değil, mevcut müşterilerinin sadakatini artırmanın ve yeni müşteriler kazanmanın bir yönü olarak görmelidir.



## KAYNAKÇA

- Akkılıç, E. (2005). Teknolojik Gelişmelerin Bankaların Dağıtım Kanallarının Yapısı Üzerine Etkileri. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 110-114.
- Albashrawi, M. ve Motiwalla, L. (2017). Privacy and Personalization in Continued Usage Intention of Mobile Banking: An Integrative Perspective. *Information Systems Frontiers*, 21(5),1031-1043.
- Ayswarya, R., Sarala, D., Muralidharan, P. ve Ilankadhir, M. (2019). Service Quality of Mobile Banking Services in ICICI Bank Limited. *Journal of Service Science and Management*, 12, 649-664.
- Barnes, S. J. ve Corbitt, B. (2003). Mobile Banking: Concept and Potential. *International Journal of Mobile Communications*, 1(3), 273-288.
- Becker, M. (2019). Empirische Evidenz zu Eigenschaften von Online- bzw. Mobile-Banking-Kunden in Deutschland. *Zeitschrift Für Bankrecht Und Bankwirtschaft*, 31(1), 42-58.
- Beerli, A., Martín, J. D. ve Quintana, A. (2004). A Model of Customer Loyalty in the Retail Banking Market. *European Journal of Marketing*, 38(1/2), 253-275.
- Chawla, D. ve Joshi, H. (2019). Scale Development and Validation for Measuring the Adoption of Mobile Banking Services. *Global Business Review*, 20(2), 434-457.
- Chen, L. D. (2008). A Model of Consumer Acceptance of Mobile Payment, *International Journal of Mobil Communications*, 6(1), 32-52.
- Choi, J., Seol, H., Lee, S., Cho, H. ve Park, Y. (2008). Customer Satisfaction Factors of Mobile Commerce in Korea, *Internet Research*, 18(3), 313-335.
- Chuang, C. C. (2019). Adopt M-Banking As a Successful Business Strategy. *International Research Journal of Applied Finance; Hyderabad*, 10(4), 160-169.
- Çoban, S. ve Demirhan, M. (2019). Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değer ve Davranışsal Etkileri: Nevşehir İli Örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 78-101.
- Deloitte (2019). *The Value of Online Banking Channels in a Mobile-Centric World*. Deloitte Insights, Srinivas, V. ve Wadhvani, R. 09.12.2019 tarihinde <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/online-banking-usage-in-mobile-centric-world.html> adresinden erişildi.
- Demir, A. (2018). *Banka ve Bilgi Teknolojileri: İnternet ve Mobil Bankacılık Kullanımı Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.

- Doğan, H. ve Burucuoğlu, M. (2018). Tüketicilerin Mobil Bankacılık Hizmet Kalitesi Algıları ve Tekrar Kullanma Niyetleri: Ampirik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(4), 1183-1198.
- Durucu, M. (2013). *Kullanıcıların İnternet Bankacılığı Sitesi Tercihlerinde Kullanılabilirlik ve Fonksiyonelliğin Etkilerinin Analizi*. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Everard, A., ve Galletta, D. (2006). How Presentation Flaws Affect Perceived Site Quality, Trust and Intention to Purchase From an Online Store. *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 55-95.
- Ganguli, S. ve Roy, S. K. (2011). Generic Technology-Based Service Quality Dimensions in Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 29(2), 168-189.
- Gençtürk, M., Kalkan, A. ve Oktar, Ö. F. (2011). Bireysel Bankacılıkta Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler: Burdur ve Isparta İllerinde Bir Uygulama. *SDÜ İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 59-77.
- Ghosh, S., Majumder, A., Goswami, J., Kumar, A., Mohanty, S. P. ve Bhattacharyya, B. K. (2017). Swing-Pay: One Card Meets All User Payment and Identity Needs: A Digital Card Module Using NFC and Biometric Authentication for Peer-To-Peer Payment. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 6(1), 82-93.
- Gu, J. C., Lee, S. C. ve Suh, Y. H. (2009). Determinants of Behavioral Intention to Mobile Banking, *Expert Systems with Applications*, 36(7), 11605-11616.
- Jones, T. O. ve Sasser, E. W. (1995). Why Satisfied Customers Defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88- 99.
- Jun, M., ve Palacios, S. (2016). Examining the Key Dimensions of Mobile Banking Service Quality: An Exploratory Study. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 307-326.
- Kar, E., Muniafu, S. ve Wang, Y. (2006). Mobile Services Used in Unstable Environment: Design Requirements Based on Three Case Studies, in: *Proceedings of the Eighth International Conference on Electronic Commerce*, Fredericton, Canada.
- Kandampully, J. ve Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346-351.
- Karataş, Ö. (2019). *Mobil Bankacılık Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.

- Kazancı, T. (2013). *Mobil Bankacılıkta Güvenlik Sorunlarının Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kiljan, S., Simoens, K., Cock, D. D., Eekelen, M. V. ve Vranken, H. (2016). A Survey of Authentication and Communications Security in Online Banking. *ACM Computer Surveys*, 49(4), 1-35.
- Kim, G., Shin, B. ve Lee, G. G. (2009). Understanding Dynamics Between Initial Trust and Usage Intentions of Mobile Banking, *Information Systems Journal*, 19(3), 283-311.
- Lam, R. ve Burton, S. (2006). SME Banking Loyalty (and Disloyalty): A Qualitative Study in Hong Kong. *International Journal of Bank Marketing*, 24(1), 37-52.
- Lee, K.C. ve Chung, N. (2009). Understanding Factors Affecting Trust in and Satisfaction With Mobile Banking in Korea: A Modified DeLone and McLean's Model Perspective, *Interacting with Computers*, 21(5), 385-392.
- Lin, H.-F. (2013). Determining the Relative Importance of Mobile Banking Quality Factors. *Computer Standards & Interfaces*, 35(2), 195-204.
- Lu, Y., Zhang, L. ve Wang, B. (2009). A Multidimensional and Hierarchical Model of Mobile Service Quality, *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(5), 228-240.
- Manser Payne, E., Peltier, J. W. ve Barger, V. A. (2018). Mobile Banking and AI-enabled Mobile Banking: The Differential Effects Of Technological And Non-Technological Factors On Digital Natives' Perceptions And Behavior. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 328-346.
- Masrek, M. N., Omar, N., Uzir, N. A. ve Khairuddin, I. E. (2012). Mobile Banking Utilizations, Satisfaction and Loyalty: A Case Study of Malaysian Consumers. *Science Series Data Report*, 4(12), 20-29.
- Merdenyan, B., Kocyigit, O., Bidar, R., Çıkrıkçılı, O., ve Salman, Y. B. (2014). Icon and User Interface Design for Mobile Banking Applications. In *Proceedings of the International Conference on Advances in Computing and Information Technology* (82-86), 24-25 May, 2014, Delhi, India.
- Mohsan, F., Nawaz, M. M., Khan, M. S., Shaukat, Z. ve Aslam, N. (2011). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence From Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(16), 263-270.
- Okursoy, A., ve Turan, A. H. (2014). Açıklayıcı Faktör Analizi ve Üniversite Yemekhanesinde Müşteri Memnuniyeti Üzerinde Etkili Olan Boyutların Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 15(1) 2014, 65-78.

- Onan, G. (2017). Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Marka Bağlılığı Üzerine Etkisi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 529-538.
- Ondík, K. (2015). *Nové Trendy v Bankovníctve*. Bankovní Institut Vysoká Škola Praha Katedra Financí a Ekonomie, Praha.
- Osho, O., Mohammed, U. L., Nimzing, N. N., Uduimoh, A. A. ve Misra, S. (2019). Forensic Analysis of Mobile Banking Apps. *Lecture Notes in Computer Science*, 613-626.
- Özer, L., Burul, B. G. ve Gültekin, B. (2013). Bankacılık Sektöründe Müşteri Değerinin Marka Algıları ve Müşteri Sadakati Çerçevesinde İncelenmesi. *Sosyoekonomi*, 1, 295-314.
- Pala, E. ve Kartal, B. (2010). Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı İle İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 17(2), 43-61.
- Phaneuf, A. (2019). *State of Mobile Banking in 2019: Top Apps, Features, Statistics and Market Trends*. Business Insider. 11.12.2019 tarihinde <https://www.businessinsider.com/mobile-banking-market-trends> adresinden erişildi.
- Pousttchi, K. ve Schurig, M. (2004). Assessment of Today's Mobile Banking Applications From the View of Customer Requirements. *Proceeding of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences* (1-10).
- Richard, E. ve Mandari, E. (2017). Factors Influencing Usage of Mobile Banking Services: The Case of Ilala District in Tanzania. *ORSEA Journal*, 7(1), 42-54.
- Riquelme, H. E. ve Rios, R. E. (2010). The Moderating Effect of Gender in the Adoption of Mobile Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328-341.
- Sampaio, C., Ladeira, W. ve Santini, F. (2017). Apps For Mobile Banking and Customer Satisfaction: A Cross-Cultural Study. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1133-1153.
- Seyrek, İ. H. ve Akşahin, A. (2016). Mobil Bankacılık Uygulamaları Kalite Faktörlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Karşılaştırılması. *IREM*, 4(3), 47-59.
- Sharma, S. K. (2017). Integrating Cognitive Antecedents into TAM to Explain Mobile Banking Behavioral Intention: A SEM-neural network modeling. *Information Systems Frontiers*, 21, 815-827.
- Surendran, P. (2012). Technology acceptance model: A survey of literature. *International Journal of Business and Social Research*, 2(4), 175-178.

- Şıklar, E., Tunalı, D., ve Gülcan, B. (2015). Mobil İnternet Kullanımının Benimsenmesinde Yakınsama Faktörüyle Teknoloji Kabul Modeli. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 99-110.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*, Fourth Edition, Boston: Ally and Bacon.
- Tan, F. B. ve Chou, J. P. C. (2008). The Relationships Between Mobile Service Quality, Perceived Technology Compatibility, and Users' Perceived Playfulness in the Context of Mobile Information and Entertainment Services, *International Journal of Human Computer Interaction*, 24(1), 649-671.
- Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Titko, J. ve Lace, N. (2010). Customer Satisfaction and Loyalty in Latvian Retail Banking. *Economics and Management*, 15, 1031-1038.
- Türkiye Bankalar Birliği. (Eylül 2019). *Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri* (Rapor Kodu DT22). 11.12.2019 tarihinde [https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1242/Dijital-Internet-Mobil\\_Bankacilik\\_Istatistikleri-Eylul\\_2019.pdf](https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1242/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Eylul_2019.pdf) adresinden erişildi.
- Vlachos, P. A. ve Vrechopoulos, A. P. (2008). Determinants of Behavioral Intentions in the Mobile Internet Services Market. *Journal of Services Marketing*, 22(4), 280-291.
- Wazid, M., Zeadally, S. ve Das, A. K. (2019). Mobile Banking: Evolution and Threats: Malware Threats and Security Solutions. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 8(2), 56-60.
- Yavuz, A. E. (2017). *Türk Bankacılık Sektöründe Penetrasyon; İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Ürünlerindeki Penetrasyonun Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yeh, Y. S. ve Li, Y. M. (2009). Building Trust in M-Commerce Contributions From Quality and Satisfaction, *Online Information Review*, 33(6), 1066-1086.
- Yu, T. K. ve Fang, K. (2009). Measuring the Post-Adoption Customer Perception of Mobile Banking Services, *Cyberpsychology & Behavior*, 12(1), 33-35.
- Zeybek, H. (2018). Dijital Bankacılık. *Mali Çözüm*, 28(150), 79-107.
- Zhou, T., Lu, Y. ve Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760-767.
- Zhou, T. (2012). Understanding Users' Initial Trust in Mobile Banking: An Elaboration Likelihood Perspective. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1518-1525.



# TÜRKİYE SİGORTACILIK TARİHİNDE KAMUSAL BİR PRANGA: REASÜRANS TEKELİNİN ELEŞTİREL ANALİZİ\*

## A Public Shackles in the History of Turkish Insurance: Analysis of the Reinsurance Monopoly

Gönderim Tarihi / Received: 10.01.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 30.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.672885>

Ebubekir AYAN<sup>1</sup>

**ÖZ:** 1929 yılında uygulamaya konulan reasürans tekel, Türkiye sigortacılık tarihi ve sermaye piyasalarının gelişimi açısından kritik bir önem taşımakta olup, uygulamanın Türkiye sigortacılık sektöründe bıraktığı derin izler konuyu akademik açıdan da değerli kılmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de uzun yıllar boyunca faaliyette bulunan Millî Reasürans tekelinin kuruluş süreci ve ilk faaliyet dönemi, şirketin kanuni altyapısı, ortaklık yapısı ve temel işletme politikaları ekseninde analiz edilmektedir. Ulaşılan bulgular, şirketin dar bir çevrenin çıkar ilişkileri zemininde tesis edildiğini ve özellikle ilk tekel dönemi itibarıyla şirket politikalarının kuruluş amaçlarına ve Türkiye sigortacılığına katkı sağlamak yerine, bu temel hedeflerin aksine sonuçlar doğuracak şekilde şirketle menfaat ilişkisi olan sınırlı bir zümrenin çıkarları doğrultusunda oluşturulduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sigortacılık, Reasürans Tekeli, Millî Reasürans.

**ABSTRACT:** The reinsurance monopoly which is founded in 1929 has a critical importance for Turkey in terms of Turkish insurance history and the development of capital markets. The strong effects of the reinsurance monopoly on the Turkish insurance sector, makes this subject academically valuable. In this study, the establishment process and the first activity period of the monopoly corporation is analyzed in terms of legal infrastructure, partnership structure and company policies. The findings show that the monopoly company was established in line with the self-interests of a particular group and especially in the first activity period, company policies are formed in accordance with the interests of this certain group. As of the first monopoly period, instead of operating in accordance with the main purposes and contributing to the sector, the reinsurance monopoly limited the development of the Turkish insurance sector.

**Keywords:** Insurance, Reinsurance Monopoly, Milli Re.

\* Bu çalışma anket, mülakat, hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar vb. yöntemler içermediğinden ve yararlanılan veriler tüm araştırmacıların kullanımına açık olduğundan etik kurul izni gerektiren çalışmalar grubu içinde yer almamaktadır.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İşletme Bölümü/Muhasebe Finansman Anabilim Dalı, bekir.ayan@kocaeli.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-8782-2159>



## GİRİŞ

Sigortacılık sektörü, iktisadi varlıklara sağladığı güvence ve sermaye piyasalarına aktardığı kaynaklar sayesinde kalkınma hedeflerinin önde gelen dinamiklerinden birini teşkil etmektedir. Meselenin çok daha geniş ve derin bir mahiyeti olmakla birlikte, tarihsel açıdan Türkiye'nin "kalkınamama" sorunuyla sigortacılık sektörünün "gelişememe" serüveni arasında da anlamlı bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan sigortacılık sektörünün sorunlarının doğru bir biçimde teşhisi, Türkiye'nin kalkınma çabaları serüveninin daha doğru analiz edilmesine de katkı sağlayacaktır.

Sermaye piyasalarının en önemli unsurlarından biri olan sigortacılık sektörünün Türkiye'deki tarihi gelişimini olumsuz etkileyen faktörler arasında reasürans tekelinin belirleyici bir önemi bulunmaktadır. Yirminci yüzyılın ikinci çeyreğinde dünya ölçeğinde yaygın bir şekilde uygulanan bir model olan reasürans tekeli, diğer örneklerden farklı olarak Türkiye'de tamamen özel sermayeli bir şirkete tahsis edilmiş olup, reasürans şirketine ve bu şirketin bağlı bulunduğu İş Bankası bünyesindeki Anadolu Sigortaya sağlanan imtiyazlar bu grubu kısa süre içinde sektörün hâkim aktörü konumuna taşımıştır. Son derece sorunlu bir mali ilişki ağı içinde tesis edilen bu yapı, Türkiye'de millî sigortacılığın rekabetçi bir nitelikten uzak, ağırlıklı olarak zorunlu sigorta kalemelerinden ve kamu müesseselerinden gelen işlerden beslenen ve salt aracılıktan kazanç sağlayan bir komisyoncu sigortacılık olarak doğmasında ve bu durumun uzun yıllar boyunca taşınacak kalıtsal bir niteliğe evrilmesinde belirleyici bir etken olmuştur.

Reasürans tekeli uygulamasına ve bunun sonuçlarına ilişkin olarak literatürde az sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmaların birçoğunda Cumhuriyetin ilk yıllarında sigorta sektöründe yaşanan sorunlara dikkat çekildiği ve reasürans tekelinin bu sorunların çözümünde ve Türkiye'de millî sigortacılığın gelişimindeki rolünün vurgulandığı görülmektedir. Gerçekten de 1920'li yıllarda Türkiye sigorta piyasası yabancı sermayeli şirketlerin hâkimiyetinde olup, yaşanan sorunlar sektöre dönük etkili düzenlemeler yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu kapsamda, ülkenin kalkınma hedefleri doğrultusunda yerli sigorta şirketlerinin sektöre katılımının sağlanması da son derece isabetli bir hedeftir. Ancak bu çalışma boyunca da ele alınacağı üzere, bu konuda seçici davranılmış, bu temel hedefe özel sermayeli bir şirket olan Türkiye İş Bankasına ve onun iştiraklerine sağlanan imtiyazlarla ulaşılmaya çalışılmıştır. Millî Reasürans şirketinin kendisine verilen görev ve yetkilerin ve sağlanan uzun süreli ve kapsamlı imtiyazın bir sonucu olarak Türkiye sigortacılığının gelişme sürecinde (kaçınılmaz olarak) çok önemli bir yeri olmuştur. Bu çalışmada bu görevin yerine getirilmesi süreci eleştirel olarak ele alınmakta, özellikle ilk

tekel dönemi itibarıyla şirketin temel kuruluş amaçlarına ne derece uygun faaliyet gösterdiği araştırılmaktadır.

Akalin, Türkiye’de reasürans tekelinin gelişimini dönemler itibarıyla incelediği ve tekel hakkında lehte ve aleyhte görüşlere yer verdiği çalışmasında, reasürans tekelinin Türkiye’de millî sigortacılığın gelişiminde önemli bir yeri olduğunu belirtmekle birlikte, tekel imtiyazının özel sermayeli bir şirkete tahsis edilmiş olması hususuna temel bir sorun olarak dikkat çekmektedir. Akalin 1995 yılı verilerini örnek göstererek tekel işletmesinin Hazineye sağladığı gelirin ciddi düzeylerde olmadığını da savunmaktadır (Akalin, 1998: 55,63). Bu konuda daha erken bir tarihte kaleme alınan bir diğer çalışmada Uras, mevcut düzenin Türkiye’de yerli sigortacılığın kuruluşunu sağladığını ve belli konularda sistemin menfaatlerini koruduğunu ancak sektörün gelişmesine de imkân vermediğini belirtmektedir. Tekel imtiyazının özel sermayeli bir şirkete verilmiş olmasını eleştiren Uras, bu süreçte döviz tasarrufu hedefine ulaşılmadığına da dikkat çekmektedir (Uras, 1969: 134-144). Elveren, Türkiye sigorta sektörünün ve reasürans tekelinin gelişimini incelediği çalışmasında, Millî reasüransın Türkiye’de millî sigortacılığın gelişiminde, sektörün disiplin altına alınmasında ve yerli sigorta şirketlerinin yabancı şirketlere karşı korunmasında çok önemli bir rolü olduğunu, ayrıca Türkiye’nin bu sayede güçlü bir reasürans şirketine sahip hale geldiği görüşündedir. Elveren, tekel uygulaması konusunda ilk dönemlere ilişkin tartışma konularını şirketin statüsü ve sermaye yapısı, tekel payının hesaplanma biçimi, imtiyaz süresi, zorunlu tekel payları, hayat sigortalarının reasüransı, Millî Reasüransın düşük saklama payları, döviz tasarrufu hedefi, düşük reasürans komisyonları başlıkları altında incelemekte ve özellikle ilk yıllar itibarıyla bunları genel olarak dönemin koşullarıyla gerekçelendirmekte, döviz tasarrufu hedefi konusunda ise başarı sağlandığının söylenemeyeceğini belirtmektedir (Elveren, 1996: 59-94).

Bu çalışmada ise Türkiye sigortacılık sektörünün gelişim serüveninde çok derin etkileri olan reasürans tekelinin özellikle 1929-1944 seneleri arasındaki ilk evresi incelenmekte, bu süreçte sektörün gelişimini sınırlayan hadiseler ağırlıklı olarak dönem kaynakları ve o döneme şahitlik etmiş kimselerin aktardıkları bilgiler üzerinden tahlil edilmektedir. Ayrıca araştırmanın bütünlüğünü sağlayabilmek bakımından, reasürans tekelinin daha sonraki yıllardaki seyri ve sektörün bu süreçteki gelişimi de çalışmada genel hatlarıyla ele alınmaktadır. Çalışmanın ilk kısmında konunun kavramsal temelleri, tarihsel arka planı ve Türkiye İş Bankasının o yıllarda sigortacılık sektöründeki belirleyici rolü ele alınmaktadır. Daha sonra reasürans tekelinin kuruluşu ve tarihsel gelişimi kronolojik olarak sunulmakta, ardından tekel uygulamasının eleştirel analizi kuruluş kanununa aykırılık, sermaye yapısındaki çarpıklık ve kuruluş amaçlarına aykırılık başlık-

ları altında analiz edilmektedir. Çalışmanın son kısmında ise reasürans tekelinin Türkiye sigortacılık sektörü üzerindeki etkileri incelenmektedir.

## TEMEL KAVRAMLAR

Sigortacılık, önceden ödenen belirli bir prim karşılığında bir varlığın gelecekte maruz kalması muhtemel zararların tazmin edilmesi işlevidir. Kişiler ve kurumlar tek başlarına karşılayamayacakları zararları sigortacılık işlevi aracılığıyla aralarında paylaşmakta, sigorta sistemi bu sayede risklerin yönetilebilir hale gelmesini sağlamaktadır. Böylece iktisadi birimler ve karar alıcılar açısından geleceğe ilişkin belirsizliklerin bir kısmı yönetilebilir hale gelmekte, sigorta işlevinin sunduğu bu güven ortamı içinde iktisadi hayat yatırım kararlarını teşvik edici dinamik bir mahiyet kazanmaktadır. Bunun yanında sigorta şirketleri tarafından toplanan fonlar uzman yatırımcılar tarafından finans piyasalarına aktarılmakta, dolayısıyla bu kaynaklar finans piyasalarındaki fon arzını beslemekte ve finansal araçlar tarafından tasarruf açığı olan kesimlere aktarılmaktadır. Toplum iktisadiyatına hayati bir katkı sağlayan bu verimli döngünün sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi ise, sigorta şirketlerinin risklerinin etkin bir şekilde yönetilebilmesine bağlıdır.

Belirli bir prim karşılığında kişi ve kurumların çeşitli risklerinin taşıyıcılığını üstlenen sigorta şirketleri, teminat verdikleri risklerin aynı anda ve yaygın bir şekilde ortaya çıkması riskiyle de karşı karşıyadır. Finansal sistem ve iktisadi yaşam açısından hayati önemdeki bu temel riskin yönetilebilmesini mümkün kılan unsurların başında ise reasürans işlevi gelmektedir. Reasürans, sigorta şirketlerinin üstlendiği risklerin belirli usullere göre hesaplanmış bir kısmının reasürans şirketlerine komisyon karşılığında devredilmesidir. Reasürans şirketi (reasürör), sigorta şirketlerinin (sedan şirket) risklerinin ve dolayısıyla primlerinin bir kısmını devralmak amacıyla kurulmuş bir müessese olup, buna karşılık sigorta şirketlerine primler üzerinden komisyon ve (anlaşmada varsa) sağlanacak kâr üzerinden pay vermektedir. Reasürans şirketlerine devredilen riskler gerçekleştiği takdirde, reasürörler tarafından sigorta şirketlerine anlaşmada belirtilen koşullar doğrultusunda zararın belli bir oranı ya da hasar miktarının daha önceden belirlenmiş limiti aşan kısmı kadar ödeme yapılmaktadır. Reasürans şirketleri de devraldıkları risklerin bir kısmını farklı reasürans şirketlerine devretmekte (retrosesyon) ve aynı şekilde onlardan iş kabul etmekte, böylece risklerin olabildiğince yayılması sağlanmaktadır. Reasürans işlevi sayesinde sigortacılık riskleri dünya ölçeğinde "bir örümcek ağı gibi" yayılmakta ve sigorta ve reasürans şirketleri arasında imece usulüyle paylaşılmaktadır (Baran, 1982: 24). Sigortacılık sektörünün sağlıklı işleyebilmesi ve iktisadi hayata beklenen faydaları sağlayabilmesi bakımından reasü-

rans işlevi hayati bir önem arz etmekte olup, Atasagun'un çarpıcı tabiriyle, kumarla sigortayı birbirinden ayıran temel faktör reasürans işlevidir (IV. Sigorta Semineri, 1978: 50). Reasürans işlevi sayesinde sigorta şirketlerindeki riskler daha geniş bir sahaya yayılarak ve büyük riskler homojenize edilerek daha dengeli bir portföy yapısı sağlanmakta, riskler yönetilebilir hale gelmekte, sigorta şirketlerinin iş kabul kapasitesi ve esnekliği artmaktadır (Ezerdi, 1983: 8).

Tarihi süreç içinde sektördeki ihtiyaçların çeşitliliğine bağlı olarak reasürans uygulamaları da çeşitlilik arz etmiş olup, bu çeşitliliği ihtiyari reasürans, trete reasüransı, karşılıklı iş alışverişi ve pool (ortak havuz) anlaşmaları şeklinde dört temel başlık altında tasnif etmek mümkündür (Nomer ve Yunak, 1998: 17-20). Burada, sadece bu çalışmanın kavramsal altyapısı açısından gerekli görülen bazı reasürans alt türleri kısaca tanımlanacaktır. Reasüransın en eski türü olan ihtiyari reasüransta sedan şirket yazdığı poliçelerin kendi belirlediği bölümünü istediği reasüröre vermek konusunda, reasürör de kendisine teklif edilen işi kabul edip etmemekte serbesttir (Ezerdi, 1983: 10). Trete reasüransında ise başlangıçta taraflar arasında yapılan anlaşmayla, bir yıllık süre içinde aralarında gerçekleşecek alışverişin bütün esasları (işin niteliği, limiti, komisyon oranı, vb.) belirlenmekte ve bu esaslar dâhilinde sedan şirketten aktarılabilecek tüm riskler reasürör şirket tarafından (otomatik olarak) kabul edilmektedir (Nomer ve Yunak, 1998: 18). Trete reasüransı orantılı (bölüşmeli) ve orantısız (bölüşmesiz) şeklinde iki ayrı biçimde uygulanabilmekte olup, bölüşmeli trete reasüransında riskin gerçekleşmesi durumunda reasürör anlaşmada belirtilen oranlarda ödeme yaparken, bölüşmesiz trete reasüransında reasürans şirketi ancak sigortalıya yapılacak ödemenin belirli bir tutarı aşması durumunda ödeme yapmaktadır. Bölüşmeli trete reasüransı da kotpar ve eksedan şeklinde iki temel biçimde uygulanmaktadır. Kotpar anlaşmasında ilgili branşın bütün işleri üzerinden belirli bir oranda hesaplanan kısmı reasüransa aktarılmakta, eksedan anlaşmasında ise sigorta şirketi kendi saklama (konservasyon) payını aşan kısımları reasüröre devretmektedir (Nomer ve Yunak, 1998: 18-19).

## REASÜRANS İŞLEVİNİN TARİHİ GELİŞİMİ VE ERKEN CUMHURİYET YILLARINDA DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE REASÜRANS TEKELİ

Literatürde reasürans işleminin tipik özelliklerine sahip ilk sözleşmenin 1370 senesinde Cenova'da, reasürör olarak çalışan iki tüccar ile bir sigorta acentesi arasında yapıldığı aktarılmaktadır. Zaman içinde farklı uygulama ve aşamalardan geçen reasürans işlevine olan ihtiyaç sanayi devriminin etkisiyle ticaret hacminin hızla büyüdüğü 19. yüzyıldan itibaren daha da artmış, yalnızca reasürans sahasında faaliyet gösteren ilk müstakil şirket ise 1852 tarihinde Köln kentinde kurulmuştur (Pfeiffer, 1992: 22-23). 19. yüzyılda büyük ölçekli sanayi

işletmelerinin sigortalanmaya başlanmasıyla birlikte kullanımı artan reasürans işlevi, 20. yüzyılın başlarından itibaren başta Almanya, İsviçre ve İngiltere’de olmak üzere Avrupa’da ve Amerika’da hızla gelişmeye devam etmiş ve bu süreçte reasürans şirketi sayısında ciddi bir artış yaşanmıştır (Akat, 1965: 26-29). İkinci Dünya Savaşına giden yıllarda ve savaş sonrasında, dönemin siyasi ve iktisadi koşulları altında birçok ülkede sigorta ve reasürans şirketlerinin millileştirildiği ve/veya devletleştirildiği görülmekte olup, bu süreçte çok sayıda ülkede reasürans işlevi bir tekel (inhisar) rejimi altında ifa edilmeye başlanmıştır.

Reasürans işlevinin millileştirilmesi ve tekelleştirilmesi eğiliminin dünyada 1930’lu yıllardan itibaren yaygınlaştığı ve bu eğilimin birçok ülkede 1950’li yıllarda da devam ettiği görülmekte olup, reasürans tekeli rejiminin en erken örnekleri ise İtalya ve Türkiye’de uygulamaya konulmuştur. Dünya genelinde uygulanan inhisar rejimi bazı ülkelerde devlet tekeli şeklinde iken, bazı ülkelerde ise tekel kuruluşlarının devletin ve sektörde faaliyet gösteren şirketlerin belirli oranlarda iştirakiyle teşekkül ettirildiği görülmektedir (Baydar, 1965: 33-47). Söz konusu tekel rejimlerinde mecburi tekel payı farklı oranlarda uygulanmakla birlikte, sadece Arjantin ve Brezilya’da Türkiye’dekinden daha yüksek seviyededir. Bununla birlikte bu iki ülkedeki reasürans müesseselerinin yönetimine devlet hâkim olup, Arjantin’deki kuruluş kâr amacı dahi gütmemektedir (Baydar, 1965: 33-36). Baydar’ın aktardığı kapsamlı örnekler arasında, Türkiye dışında reasürans tekeli özel sermayeli bir teşebbüse devreden tek ülke örneğini Endonezya teşkil etmektedir. Bununla birlikte, Endonezya’da 1956 senesinde yürürlüğe giren tekel rejiminde mecburi sesyon limiti nakliyat branşında %60 iken, diğer branşlarda ise sadece %10 seviyesindedir (Baydar, 1965: 45).

Reasürans tekeli uygulayan ülke örnekleri karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, inhisar işletmesinin sahiplik yapısı ve zorunlu devir payının yüksekliği bakımından Türkiye’deki reasürans tekelinin bu konuda o yıllarda dünyadaki genel eğilimle izah edilemeyecek özel bir vaka teşkil ettiği görülmektedir. Millî Reasürans’ın 1981 yılından itibaren 28 yıl boyunca genel müdürlüğünü üstlenmiş olan Cahit Nomer 1984 tarihli raporunda, Türkiye’deki uygulamanın reasürans tekellerinin dünyada yaygınlaşmasında öncü bir rol oynadığını belirterek bu durumu cumhuriyet rejimi açısından bir övgü vesilesi olarak değerlendirmektedir (Nomer, 1984: 7). Nomer’in bu değerlendirmeyi Türkiye’deki reasürans tekelinin diğerlerinden farklı olarak tamamen özel sermayeli bir şirket tarafından işletildiği ayrıntısına girmeden yapmış olması ise elbette anlamlıdır. Nitekim Türkiye’de uygulanan tekel rejimine dönük itirazlara gerekçe teşkil eden asıl ahlaki sorun, tekel imtiyazının özel sermayeli bir şirkete tahsis edilmesi ve bu şirketin ortaklarının dönemin siyasi muktedirlerinden ya da onların uygun gördüğü partili sermayedarlardan müteşekkil olmasıdır. Reasürans teke-

linin bu ahlaki cihetten ve bunun iktisadi yaşamda neden olduğu sorunlardan bağımsız olarak cumhuriyet rejiminin dünyadaki öncü rolü şeklinde yorumlanması ve tek parti rejimi açısından bir övgü vesilesi olarak öne sürülmesi, Millî Reasüransa bahsedilen bu emsalsiz imtiyaza yöneltilen itirazlar karşısında bir mazeret tesis etme ve çarpıtma girişimi olarak da değerlendirilebilir.

Reasürans inhisarı kanunuyla Türkiye’de başka reasürans şirketlerinin kuruluşuna bir engel getirilmemiş olup, ilerleyen yıllarda bu sahada bazı girişimlere rastlanmaktadır. Zorunlu reasürans limitlerinin üzerindeki risklerden de pay alabilmek amacıyla 1945 yılında Türkiye İş Bankası ve onun iştirakleri olan Anadolu Sigorta, Ankara sigorta ve Millî Reasürans A.Ş. ile Güven Sigorta ortaklığında kurulan Destek Reasürans bu alanda faaliyet gösteren ikinci millî şirket olmuştur. Daha sonra 1979’da İstanbul Reasürans ve 1980’de Halk Reasürans şirketleri kurulmuş, ancak bu işletmeler piyasada ciddi bir varlık gösterememiştir.

## TÜRKİYE İŞ BANKASININ ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİNDE SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDEKİ ROLÜ

İttihat ve Terakkinin bir ideali olarak ortaya çıkan “millî iktisat” politikaları cumhuriyet rejimi tarafından da aynen tevarüs edilmiş olup, bu yöndeki uygulamaların en önde gelen biçimlerinden biri de seçilmiş kişi ve şirketlere sağlanan tekel imtiyazlarıdır. Osmanlı döneminde de bazı sahalarda mevcut bulunan tekel uygulamaları İttihat ve Terakki ve erken cumhuriyet dönemlerinde, seçilmiş iş adamı adaylarının zenginleştirilmesi (Avcıoğlu’nun (2016: 292) tabiriyle, “devlet nüfuzu ve olanaklarıyla kapitalist imali”) işlevi de gören bir iktisadi politikaya dönüştürülmüştür. Yeni yönetim, bu doğrultuda 1920’ler boyunca kalkınma ve modernleşmenin temel mekanizması olarak gördüğü yerli ve millî bir burjuvazi oluşturulmasına dönük uygulamalara girişmiştir (Koraltürk, 2011: 97). Söz konusu mirasın bu süreçte cumhuriyet elitleri tarafından coşkuyla sahiplenildiği ve dönemin siyasetçi ve bürokrat takımının yoğun bir şekilde kısmi zamanlı iş adamlığına ve şirket idare meclisi azalığına intisap ettiği görülmektedir<sup>2</sup>.

Bu yıllarda İş Bankası ve onun şemsiyesi altında icra edilen faaliyetler bahsedilen uygulamaların odağı haline gelmiş, sigortacılığın millîleştirilmesine dönük ilk girişim de yine İş Bankası tarafından başlatılmıştır. Fransa menşeli Ünyon grubu (Union de Paris) bünyesindeki İttihad-ı Millî sigorta şirketiyle İş Bankası arasında akdedilen umumi acentelik sözleşmesiyle başlayan iş ilişkisi

<sup>2</sup> Anadolu Sigortanın 1929 tarihli hisse dağılımı bu açıdan anlamlıdır (Toprak, 2010: 42): Mahmud Celal (Bayar) Bey (300 Hisse), Mahmut (Soydan) Bey (300), Hasan (Saka) Bey (500), Fuat (Bulca) Bey (300), Kazım Refik (Anadolu) Bey (200), Salih (Bozok) Bey (300), Vefik (Sertel) Bey (200), İttihad-ı Millî Sigorta Şirketi (2355), Ünyon Hayat Sigorta Co. (2355), Ünyon Harik Co. (2355), Ünyon Kaza Sigorta Co. 1185, Türkiye İş Bankası (11.000).



kısa bir süre içinde müştereken Anadolu Sigorta şirketinin kurulması girişimine de zemin hazırlamıştır (Sigorta Rehberi, 1942: XVI). İş Bankası grubu ile Ünyon grubu arasında ilerleyen yıllarda gelişerek devam edecek olan bu mali ilişkileri kendi menfaatleri doğrultusunda ve bazı etkili siyasetçilerle bir çıkar ağı ilişkisi içinde şekillendiren kişi ise Antuan Piyostur. Türkiye’de öteden beri faaliyette bulunan Ünyon grubunun 1918 senesinde İstanbul’da kurduğu İttihad-ı Millî sigorta şirketinin fen müşaviri olan Piyos’un, erken cumhuriyet yıllarında Türkiye sigortacılık sektörü üzerinde etkileri uzun yıllar devam edecek olan belirleyici bir rolü bulunmaktadır.

İş Bankası grubu ve Antuan Piyos arasındaki mali ilişkilerin erken bir örneğini teşkil eden Anadolu Sigorta şirketinin kuruluşunda (1925), ortaklık anlaşmasını İttihad-ı Millî adına imzalayan kişinin dönemin önemli bir siyasi figürü olan Trabzon mebusu Hasan Saka olması ise (Ererdi, 1998: 96), hem o yıllarda Türkiye’de iş yapma biçimini hem de bu iki sermaye grubu arasındaki ilişkilerin hangi boyutta yürüdüğünü göstermesi bakımından anlamlıdır. İttihad-ı Millî’nin kurucuları arasında İttihat ve Terakki iktidarı döneminde çeşitli nazırlık ve valilik görevleri ifa etmiş olan (Mehmet) Celal Beyin ve yine aynı yıllarda çeşitli nazırlık görevlerinde bulunmuş olan Kastamonu mebusu Ahmet Şükrü (Bayındır) Beyin bulunması da (Özger, 2018: 656; Müezzinoğlu, 2017: 1177), millî iktisat idealine yaklaşım açısından iki dönem arasındaki türdeşliğe örnek teşkil etmektedir. İttihad-ı Millî’nin 1930 yılı itibarıyla yönetim kurulu başkanlığını Siirt mebusu Mahmut (Nedim Soydan) Bey yürütmekte olup, yönetim kurulunda ayrıca dönemin Türkiye İş Bankası genel müdürü Mahmut Celal (Bayar) ve Denizli Mebusu Mazhar Müfit (Kansu) da bulunmaktadır (Özger, 2018: 665). İttihad-ı Millî genel müdürü Vefik Sertel’in belirttiğine göre şirket, yönetim kurulunda yer alan bu siyasetçilerin gayret ve teşviklerinden ziyadesiyle faydalanmıştır (Sertel, 1944: 66).

İki şirket arasında yapılan “jeran forfeter” (vekil-i umur) anlaşmasıyla Anadolu Sigorta işlerini maktu bir komisyon (%27,5) karşılığında 10 yıllık bir süre için İttihad-ı Millî sigorta şirketine devretmiştir (Toprak, 2010: 35). Şirketin icra vekilleri heyeti tarafından kabul edilen nizamnamesinin 40. maddesine göre, şirketin net gelirlerinin dörtte biri hükûmete ait olmak üzere, kamu kuruluşlarının (belediye, özel idareler, emniyet sandığı, evkaf ve inhisarlar, vb.) her nevi sigorta işlerinde şartların eşit olması halinde Anadolu Sigorta şirketine rüçhan hakkı bahşedilmektedir<sup>3</sup>. Bu madde kamu kuruluşlarının sigortalarının artık (işletme hakkı Ünyon grubunda olan) Anadolu Sigorta şirketi tarafından yapılacağı anla-

<sup>3</sup> Hem reasürans tekelinin hem de kamu kuruluşlarının sigorta işlemlerine dair rüçhan hakkının İş Bankası grubunda bulunması tepkilere yol açmış ve neticede reasürans imtiyazının ancak rüçhan hakkının ilga edilesi şartıyla verilebileceği hususunda karar kılınmıştır. Buna binaen 9 Nisan 1929 tarihinde şirket nizamnamesinin mezkûr 40. maddesi ilga edilmiştir (Toprak, 2010: 45).



muna gelmekteydi (Toprak, 2010: 34). Bu süreçte Ünyon grubu İş Bankasının imkânlarına dayanarak ve Anadolu Sigorta şirketine sağlanan rüçhan haklarından yararlanarak Türkiye sigorta piyasasına hâkim hale gelmiştir (Uras, 1969: 70) Netice itibarıyla cumhuriyet döneminin sigortacılık sahasındaki bu ilk girişimi, ekonominin millîleştirilmesi hedefine hizmet etmekten ziyade, kamu gücü marifetiyle özel sermayeli yerli ve yabancı iki grubun ve sınırlı sayıda iktidar elitinin sigortacılıktan ziyade salt aracılık faaliyeti ifa eden bir şirketten gelir temin etme mecraı haline gelmiştir. Bedi Yazıcı'nın, idaresi ve sermayesi yerli olan ilk Türk sigorta şirketi olarak Anadolu Sigorta yerine, (o sırada Bulgarlar tarafından yönetilen İtimad-ı Millî sigorta şirketinin 1935 senesinde Adapazarı Ticaret Bankasından Sümerbank ve Emlak-Eytam Bankası ortaklığı tarafından satın alınıp dönüştürülmesiyle kurulan) Güven Sigortanın ismini zikretmesi (Yazıcı, 1990: 7) bu açıdan anlamlıdır. Yazıcı, Piyos'un bu süreçteki belirleyici rolünden ve sektörün işleyiş biçiminden de bahsetmektedir (Yazıcı, 1990: 7):

“Anadolu Sigortanın bir müdürü, bir de müdür muavini var. Kapıcısı bile yok. Bu şirketin kararını, yatırımını, her şeyini Piyos Efendi diye bir zat yürütüyor (...) Kurulurken Piyos Efendi bir de hüküm koymuş. ‘Şartlar eşit olduğu takdirde, devlet işlerinde Anadolu Sigortanın imtiyazı vardır’ diye. Tarifeleri de devlet saptadığına göre şartlar hep eşit oluyor tabii. Sonunda bütün işler Anadolu Sigortaya gidiyor.”

Öte taraftan İş Bankası ve Ünyon grubuna sağlanan kamusal imtiyazlara rağmen Türkiye piyasasında faaliyet gösteren İtalyan Assicurazioni Generali sigorta şirketi önderliğindeki karşı cephe sıkı bir fiyat rekabetine girişmiş ve bunda başarı sağlamıştır. Öyle ki, rakip sigorta şirketlerinin %70'lere varan büyük tenzilatlarla aldığı kamu işleri karşısından Anadolu Sigorta rüçhan hakkını kullanamaz vaziyete gelmiştir (Toprak, 2010: 44). Yazıcı'nın Rabbani Tunaman'ın 1939 senesinde Sümerbank genel müdürlüğüne sunduğu “Türk Sigortacılığı” başlıklı rapordan yaptığı aktarıma göre, Assicurazioni Generali fiyat kırmaya başlayınca buna cevap olarak reasürans işlevinin İş Bankası bünyesinde tekelleştirilmesi teklifi de yine Piyos'tan gelmiş ve kabul görmüştür (Yazıcı, 1990c: 29). Piyos, Millî Reasürans kurulduktan sonra şirketin dışarıya vereceği işlerin bir kısmını Generali Sigortaya vermeyi taahhüt ederek onların beklentilerini de kısmen telafi yoluna gitmiştir (Toprak, 2009: 28). Tunaman'ın değerlendirmesine göre tüm bu anlaşmalar neticesinde İş Bankası ve Anadolu Sigorta bu süreçte adı geçen yabancı çıkar gruplarının menfaatlerine angaje edilmiş durumdadır (Yazıcı, 1990c: 28-29). O dönemde Anadolu Sigorta ve Millî Reasürans şirketlerinin teknik yönetiminin Ünyon grubuna bırakıldığını belirten Sergici'ye göre de, millî olarak vasıflandırılan bu şirketler 1935 senesine kadar millî menfaatlere uygun olmayan bir şekilde Ünyon grubunun çıkarları doğrultusunda faaliyet göstermiş, yerli sigortacıların yetişmesine fırsat

verilmemiş, yüksek fiyatlarla yüksek kârlar elde edilmiş, Türkiye içinde prim bırakılmamış ve yatırım yapılmamıştır (Sergici, 2001: 165).

Anadolu Sigorta ile İttihad-ı Millî arasındaki “jeran forterer” sözleşmesi nihayet 3 Mart 1936 tarihli yönetim kurulu kararıyla feshedilmiş ve şirket böylece Ünyon grubunun genel vekâletinden (vesayetinden) kurtularak nihayet bağımsız bir kimliğe kavuşmuş, 14 Mart 1936’da Ünyon grubunun elinde bulunan hisselerin Ziraat Bankası tarafından satın alınmasıyla<sup>4</sup> birlikte tamamen yerli bir şirket hüviyetini kazanmıştır (Toprak, 2010: 56,66). Bununla birlikte anlaşmanın feshi karşılığında Ünyon grubuna 10.000 lira tazminat ödeneceği, dışa aktarılan reasürans işlemlerinde Ünyon grubuna rüçhan hakkı sağlanacağı ve Anadolu Sigortanın Ünyon grubuyla bir rekabete girişmeyeceği taahhüdünde bulunulmuştur (Toprak, 2010: 66). Ayrıca Piyos’a 3 Ocak 1937 tarihine kadar geçerli olmak üzere, yurtdışında ve yurtiçinde (Millî Reasürans payı dışındaki) reasürans plasmanlarında Anadolu Sigortanın menfaatlerini gözetmesi şartıyla %3 oranında komisyon verileceği kabul edilmiştir (Toprak, 2010: 66).

## TÜRKİYE’DE REASÜRANS TEKELİNİN KANUNİ TEMELLERİ

Cumhuriyet döneminde reasürans işlemlerine ilişkin olarak 29.05.1926 tarih ve 865 sayılı Ticaret Kanununun 968. maddesinde yer verilen ilk düzenleme, reasürans işlemlerine tam bir serbestlik sağlamaktadır. Yeni dönemde sigortacılık sektörüne dönük ilk kapsamlı kanuni düzenleme 26.06.1927 tarih ve 1149 sayılı Sigorta Şirketlerinin Teftiş ve Murakabesi Hakkındaki Kanun olup, reasürans tekeli hakkındaki ilk düzenleme ise, bu kanuna müzeyyel olarak çıkarılan ve ana hükmü tek maddeden ibaret olan 26.06.1927 tarih ve 1173 sayılı Sigorta Şirketlerinin Teftiş ve Murakabesi Hakkındaki Kanuna Müzeyyel Kanundur:

Madde-1: Türkiye’de ifayı muamele eden her sigorta şirketinin sermaye ve ihtiyat sermayesine göre Türkiye’de akdelediği her nevi sigorta mekadirinden Hükümetçe musaddak cedveller mucibince kendi üzerlerinde muhafaza edebilecekleri aksamdan mütebakisini kısmen veya tamamen mükerrer sigorta mecburiyetine tâbi tutmağa İcra Vekilleri Heyeti salâhiyettardır.

Reasürans tekelinin teşkili konusundaki daha ayrıntılı düzenleme ise, 25.06.1927 tarih ve 1160 sayılı Mükerrer Sigorta Hakkında Kanunla gerçekleş-

<sup>4</sup> Toprak, Osman Fikret Arkun’a atıfla hisselerin Ziraat Bankası tarafından alınımı dönemin İktisat Vekili Celal Bayar’ın oğlu olan Millî Reasürans Genel Müdürü Refii Bayar’ın sağladığını aktarmaktadır (Toprak, 2010: 40). Tunaman ise Ziraat Bankasına aldırılan bu hisselerin Ünyon grubundan “lüzumsuz bir taviz farkı” ile alındığını belirterek satış fiyatının yüksekliğine işaret etmektedir (Ekener, 1974: 90). Piyos öncülüğünde İş Bankası tarafından kurulan Millî Reasürans şirketine 1929 senesinde (genel) müdür yardımcısı olarak atanan Refii Bayar, şirketin ilk (genel) müdürü olan Aymon De Mestral’in yerine 1932 yılında genel müdürlük görevine getirilmiştir (Yazıcı, 1992: 97-98). Oğul Bayar 1932 senesinde üstlendiği bu görevi 1939 yılına kadar sürdürmüştür. Refii Bayar, Piyos’un istifası sonrası 1935 yılından itibaren Anadolu Sigortanın fen müşavirliğini de yürütmüştür (Toprak, 2010: 64).

tirilmiştir. Söz konusu kanun layihasına ilişkin olarak 16 Mayıs 1926 tarihinde Meclis Başkanlığına sunulan esbabı mucibede, sigorta şirketlerinin yıllık prim hacminin 6 milyon lira civarında olduğu ve yurtdışındaki şirketlerle gerçekleştirilen reasürans işlemleri neticesinde bunun 4 milyon liralık bir kısmının yurtdışına aktığı belirtilmekte, millî servetin yurtdışına çıkışının önlenerek hem kambiyo açığının azaltılması hem de bu işlemlerden devlet hazinesinin de yararlandırılması bu düzenlemenin temel gerekçeleri olarak sayılmaktadır (TBMM Zabıt Ceridesi, 1927: 793). Kanunun gerekçesine ilişkin ticaret encümeni mazbatasında ise sigorta işlerinin memleketimizde neredeyse tamamen yabancı şirketler tarafından yürütülmekte olduğu, bunların uyguladığı yüksek tarifelerle halkın zarara uğratıldığı, bu şirketlerin sigortalılara ödemelerini aksattığı ve mağduriyetlere sebep olduğu belirtilmektedir. Mazbatada bu durumun memleketimizde sigortacılığın gelişmemesine neden olduğu ve millî servet ve sermayeyi tehlike altında bıraktığı ifade edilmekte, tüm bu mahzurların önüne geçebilmek için millî sermayeye dayalı bir sigortacılığın tesis edilmesinin lüzumuna ve bu nevi şirketlerin hayata geçebilmesi bakımından millî nitelikte bir mükerrer sigorta sandığı kurulmasının önemine vurgu yapılmaktadır (TBMM Zabıt Ceridesi, 1927: 793-794).

Öte taraftan kanun layihasına ilişkin hükümet teklifinde reasürans tekelinin sadece yangın sigortalarını kapsadığı ve yangın poliçelerinin sigorta şirketlerinin taşıma kapasitesinin üzerinde kalan kısmın yüzde ellisinin reasürans tekeline aktarılmasının önerildiği görülmektedir (TBMM Zabıt Ceridesi, 1927: 795). Buna karşılık kanuna ilişkin ticaret encümeninin teklifindeki metinde reasürans tekeli her nevi sigorta işlemi kapsamakta olup, sigorta şirketlerinin saklama payından bahsedilmeden tüm işlemlerin en az %50'sinin inhisara devredilmesi öngörülmektedir. (TBMM Zabıt Ceridesi, 1927: 796). Ticaret encümeninin teklifindeki ikinci maddede yer alan tekel hakkının millî sermayeli bir anonim şirkete devri hususu ise bütçe encümeni teklifindeki dördüncü maddede daha açık hale getirilmiş ve kanun maddesi teklifinde âdeta Millî Reasürans şirketi tarif edilmiştir (TBMM Zabıt Ceridesi, 1927: 796-797). Tüm bu değerlendirmelerin ardından oylanarak Mecliste kabul edilen 1160 sayılı kanunun yukarıda zikredilen kritik maddelerinin neticede bütçe encümeninin teklifi doğrultusunda şekillendiği görülmektedir:

Madde-1: Türkiye Cumhuriyeti dâhilinde sigorta muamelât ile iştigal eyleyen bilumum millî ve ecnebi sigorta şirketlerince akdedilen her nevi sigorta miktarlarından kanunu mahsusuna tevfikan mükerrer sigortaya tâbi tutulması mecburî addedilen aksamının mükerrer sigortasını kısmen veya tamamen inhisar altına almağa ve bu maksatla bir mükerrer sigorta sandığı tesisine Hükümet mezundur.

Madde-4: Mükerrer sigorta inhisarının tesis ve işletilmesi İcra Vekilleri Heyeti kararıyla yirmi beş seneyi tecavüz etmemek ve hisse senedlerinin lâakal yüzde almıştı tamamen Türklere muhtas ve nama muharrer olmak suretile, işğalâtı münhasıran mükerrer sigorta muamelâtı icra etmek olan ve tamamile tediye edilmiş lâakal bir milyon lira sermayesi bulunan bir Türk anonim şirketine devredilebilir.

Burada ilginç olan husus ise, tüm bu farklı yaklaşımların ve bu süreçteki muhtemel tartışmaların Meclis zabıt ceridelerine hiç yansımamış olmasıdır. Öyle ki, ilgili kanun metninin oylamaya sunulduğu oturuma ilişkin zabıtlarda herhangi bir maddeye ilişkin olarak tek bir söz hakkı talebine, yoruma ya da itiraza rastlanmamaktadır. Bununla birlikte ileriki kısımlarda ayrıca değinileceği üzere, 1927 senesinde başlayan ve 1929'da neticelenen bu süreçte reasürans tekelinin İş Bankasına devrine ilişkin olarak taraflar (CHP içindeki "İş Bankası grubu" ile Başbakan İnönü'nün başını çektiği kesim) arasında ciddi bir çekişme yaşanmış olması kuvvetle muhtemeldir.

İlerleyen yıllarda 21.12.1959 tarih ve 7397 sayılı kanun yürürlüğe girdikten sonra 1173 sayılı hususi kanun yürürlükten kalkmış, 1173 sayılı kanunda yer alan zorunlu reasüransa ilişkin hükümün yerini 7397 sayılı kanunun 59. maddesi almıştır. Yeni kanun maddesinde zorunlu reasüransa ilişkin önceki hüküm aynen muhafaza edilirken, sigorta şirketlerinin konservasyon limitlerine ilişkin daha önce hükümet uhdesinde olan yetki ise Ticaret Bakanlığına verilmiştir.

## TÜRKİYE'DE REASÜRANS TEKELİNİN TESİSİ VE GELİŞİMİ

1160 sayılı kanunla reasürans tekeli rejimi tesis edildikten sonra tekelin işletilmesini sağlamak için müracaat eden İş Bankası ile müzakereleri yürütmek üzere hükümet 19.12.1928 tarih ve 7466 sayılı kararname ile Maliye Bakanlığını yetkilendirmiştir (Onat, 1974: 38). 27 Şubat 1929 tarih ve 7720 sayılı kararname ile, reasürans tekelinin tesis ve **işletilmesi için İş Bankası tarafından Millî Reasürans Türk Anonim Şirketi** unvanıyla bir şirket kurulması hakkında Banka ile müzakere edilmesi ve mukavelenamenin imza ve teatisi için Maliye Vekâletine yetki verilmesi ve memlekette akdedilen bütün sigortalardan yüzde ellisinin reasürans şirketine devredilmesi kabul edilmiştir (Resmî Gazete, Sayı:1145, 19 Mart 1929). 26 Mart 1929 tarihinde Maliye Vekâleti<sup>5</sup> ile İş Bankası arasında imzalanan ve 7720 sayılı kararname ekinde yer alan mukaveleye göre inhisar müddeti 15 sene olup, bu müddetin sonunda tekeli yine bir şirkete verilmek istenirse, Millî Reasürans T.A.Ş. eşit şartlar altında rüçhan hakkına sahip olacaktır. Reasürans tekelinin **işleyişine dair ayrıntılı izahata**

<sup>5</sup> Sözü edilen mukaveledeki "Maliye Vekili Saraçoğlu Şükrü beyefendi ile Türkiye İş Bankası arasında" ibaresi 20.03.1929 tarih ve 7779 sayılı kararname ile "İktisat Vekili Rahmi beyefendi ile İş Bankası arasında" şeklinde değiştirilmiştir (Resmî Gazete, Sayı:1157, 2 Nisan 1929).

ise 13 Temmuz 1929 tarih ve 1240 sayılı Resmî Gazetede yayınlanan 8197 sayılı kararnamedeki Mükerrer Sigorta Murakabe Talimatnamesinde yer verilmiştir. Taraflar arasında imzalanan mukavelenin üçüncü maddesine göre, inhisara devredilecek %50'lik payın dışında kalan kısımdan sigorta şirketlerinin reasüre edecekleri risklerin de inhisara tabi tutulup tutulmaması hususunda kararı bilahare **hükûmet** verecektir. 1160 sayılı kanunun ikinci maddesinde de bu hususa temas edilmekte ve bu konudaki kararın Bakanlar Kurulu kararıyla verileceği belirtilerek tekel payının genişletilmesi konusunda açık kapı bırakılmaktadır. Nitekim 1937 senesinde yangın ve nakliyat branşlarında tekel payı %50'den %75'e çıkarılmış, 1940 yılında ise yeniden %50'ye çekilmiştir (Baydar, 1965: 68). Mukavelenin dördüncü maddesi gereğince Millî Reasürans şirketi Maliye Bakanlığına her yıl 200.000 lira ödeme yapacak olup, beşinci madde hükmüne göre Maliye Bakanlığı Millî Reasüransın kârına da iştirak edecektir. Buna göre net kârdan evvelâ %10 ihtiyat akçesi ayrılacak ve **ödenmiş sermayenin %7'si** birinci temettü payı olarak hissedarlara **ödenecek, daha sonra kalan kısmın %30'u Hükûmete** ödenecek, sonrasında da kalan bakiyenin %5'i kurucu hisse senetlerine, %5'i idare meclisi azalarına, %5'i müdüriyete ve memurin ihtiyat sandığına, %40'ı **hükûmete** ve %45'i ikinci temettü olarak hisse senetlerine ayrılacaktır (Resmî Gazete, Sayı:1145, 19 Mart 1929). Hükûmetle imzalanan mukavelenin akabinde İş Bankası tarafından Millî Reasürans T.A.Ş. kurulmuş ve 19 Temmuz 1929 tarihinde faaliyete geçmiş, İş Bankası ile şirket arasında inhisarın devri hakkındaki sözleşme ise 31 Temmuz günü imzalanmıştır (Toprak, 2009: 21-22,27). Bu devir karşılığında Millî Reasürans ayrıca İş Bankasına senelik 100.000 lira aidat ödemekle yükümlüdür (Uras, 1966: 38). Bedi Yazıcı bu anlaşmaya binaen Millî Reasürans için, "reasürans tekelinin mültezimi" tabirini kullanmaktadır (Ekener, 1974: 166).

Millî Reasürans esas mukavelenamesine göre şirketin kurucu ortakları Türkiye İş Bankası (%75), tüccar Erzurumlu Nafiz Bey (%10), Şevket Mehmet Ali Bey (%5), Ekrem Bey (%5) ve eski Konya Valisi Hüsnü Beyden (%5) oluşmaktadır (Millî Reasürans Esas Mukavelenamesi, 1958: 3; Toprak, 2009: 23). Ancak bu ilk sermaye dağılımının kuruluşun üzerinden 1 ay dahi geçmeden değişime uğradığı anlaşılmaktadır. Yazıcı'nın aktardığına göre İttihad-ı Millî ve İsviçre Reasürans Şirketi (Compaigne Suisse de Réassurances) kuruluşun çok kısa bir süre sonra Millî Reasüransta yüzde onar pay sahibi olmuştur (Yazıcı, 1992: 97). İsviçre Reasürans Şirketinin Millî Reasüransta pay sahibi olması hususunu Zafer Toprak da teyit etmektedir. Toprak'ın The Times gazetesinden aktardığına göre, Millî Reasüransın 1 milyon lira olan sermayesi takriben senelik 10 milyon liraya tekabül eden toplam riskleri karşılamaya yetmediğinden, bu risklerin ancak çok az bir kısmını kendi üzerinde tutabilecek olup, kalan



kısmını zorunlu olarak Avrupa şirketlerine aktarmak durumundadır. Ancak reasürans tekeli Avrupa piyasasında ciddi tepkilere neden olmuş ve Millî Reasüransın retrosezyon işlemlerine karşı özellikle Londra piyasasında âdeta ambargo konulmuştur (Toprak, 2009: 29). Buna bir çözüm getirmek üzere Piyos'un marifetiyle Millî Reasürans ile İsviçre Reasürans Şirketi arasında Millî Reasüransı elverişsiz koşullarla çok uzun vadeli yükümlülük altına sokan bir anlaşma yapılmıştır.

Hakimiyet-i Milliye Gazetesinin 3 ve 4 Temmuz 1929 tarihli nüshalarındaki ilanlarla kuruluşu tamamlanan Millî Reasürans, 30 Temmuz 1929 tarihinde Compaigne Suisse de Réassurances'a (%50 oranında teminat sağlaması karşılığında) %10 oranında hissesini devretmiş, İsviçreli reasürans şirketi ayrıca Türkiye İş Bankası sermayesine de iştirak ettirilmiştir (Toprak, 2009: 29). Anlaşmaya göre Millî Reasüransa devredilen yangın poliçelerinden yarısı bir kotpar sözleşmesiyle Compaigne Suisse de Réassurances şirketine, diğer yarısının ise sadece %10'u (ilerleyen yıllarda %15'i) Millî Reasüransa ayrıldıktan sonra geri kalan kısım da İttihad-ı Millî ve İtalyan Assicurazoni gibi yabancı şirketlere retrosede edilecektir (Toprak, 2009: 30).

Reasürans tekeli (mecburi sesyon nispetleri %50 olarak aynen muhafaza edilmek üzere) 1.3.1944 tarih ve 3/498 sayılı kararnameyle 10 yıl süreyle, 25.3.1954 tarih ve 4/2620 sayılı kararname ile 8 ay, 11.10.1954 tarih ve 4/3689 sayılı kararname ile mecburi sesyon oranı %30'a düşürülerek ve hayat branşı tekel kapsamı dışında bırakılarak 5 sene, 24.9.1959 tarih ve 4/12205 sayılı kararname ile mecburi sesyon oranı %25'e düşürülerek 10 sene, 7.8.1969 tarih ve 6/12412 sayılı kararname ile 2 sene, 27.12.1971 tarih ve 7/3587 sayılı kararname ile hayat sigortaları yeniden tekel kapsamına dâhil edilerek 3 yıllık bir süre için yeniden uzatılmıştır. Millî Reasürans tarafından Hazineye ödenen senelik aidat 7.8.1969 tarihli kararname ile 200.000 liradan 500.000 liraya, 27.12.1971 tarihli kararnamede ise 1.000.000 liraya çıkarılmıştır. Ayrıca 7.8.1969 tarihli kararnameyle 1160 sayılı kanunun ikinci maddesine dayanarak, sigorta şirketlerinin sesyon limiti dışındaki işleri için Millî Reasüransa rüçhan hakkı tanınmıştır (Onat, 1974: 40-43,46; Ekener, 1974: 110-123).

Reasürans tekeli Bakanlar Kurulunun 9.12.1974 tarih ve 7/9222 sayılı ve 12.12.1975 tarih ve 7/11103 sayılı kararlarıyla birer yıl ve ardından 12.12.1976 tarih ve 7/12958 sayılı kararnameyle 1 Ocak - 30 Nisan 1977 müddetince dört ay daha uzatılmıştır. 30 Nisan 1977'de sona eren tekel süresinin uzatılması hakkındaki kararnameyi dönemin Başbakan Yardımcısı Necmettin Erbakan'ın imzalamaması üzerine mevcut işleyişi muhafaza etmek için başka bir usul benimsenmiş, Maliye Bakanlığı tarafından yayınlanan tebliğle, sigorta şirketlerinin yurtdışına transfer yapabilmeleri Millî Reasüransa %25 oranında pay ver-

meleri şartına bağlanmıştır (Toprak, 2009: 88,91). İnhisar imtiyazı 01.04.1978 tarih ve 7/15142 sayılı kararname ile bir yıl, 28.12.1979 tarih ve 7/18505 sayılı kararnameyle ise 2 yıllık bir müddet için yeniden uzatılmıştır (Resmî Gazete, Sayı:16246, 1 Nisan 1978; Sayı:16853, 28 Aralık 1979).

16.12.1981 tarih ve 8/4008 sayılı kararnameyle Millî Reasüransın tekel imtiyazı 1.1.1982 tarihinden itibaren 10 yıl daha uzatılmıştır. Tarafların uzlaşması neticesinde hazırlanan yeni usule göre yarım asırdan fazla bir süredir devam eden kotpar usulünden kısmi olarak vazgeçilmiş, ayrıca hayat sigortası da yeniden tekel kapsamından çıkartılmıştır. İki döneme ayrılan uygulamaya göre zorunlu devir oranları 1984 yılı sonuna kadar kasko ve trafik sigortaları dışındaki sigorta işlemlerinde şirketlerin muhafaza limitleri dışında kalan kısımlar için %35, kasko ve trafik sigortaları içinse kotpar esasına göre %30 olarak uygulanacak olup; 1985 yılından itibaren bu oranlar ilk işlemler için %30, ikinci kısım işlemler için de %15'e düşürülecek, geri kalan miktar için de Millî Reasüransa rüçhan hakkı tanınacaktır (Toprak, 2009: 118-119). On yıllık sürenin sonuna yaklaşıldığında, 16 Ekim 1991 tarihli Resmî Gazetede yayınlanan 91/2276 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla Millî Reasüransın tekel imtiyazı 1 Ocak 1992'den itibaren 10 yıl daha uzatılmıştır. Söz konusu karar doğrultusunda bu on yıllık süreçte zorunlu reasürans oranlarının aşamalı bir şekilde düşürülmesi ve 2002 yılı itibarıyla uygulamanın tamamen kaldırılması öngörülmüştür. Bununla birlikte Bakanlar Kurulu'nun 30.12.2001 tarih ve 24626 sayılı (mükerrer) Resmî Gazetede yayınlanan 2001/3480 sayılı kararıyla reasürans havuzu sisteminin işletilme hakkı 5 yıl süre ile Millî Reasürans şirketine verilmiş olup, bu süre de 2006 yılı sonu itibarıyla sona ermiştir.

Millî Reasürans şirketi aslı işlevinin yanı sıra, Sigorta Murakabe Kurulunun kuruluşuna kadar olan sürede sigorta sektöründe kontrol ve piyasa disiplini sağlama görevini de üstlenmiştir (Kocataşkın, 1990: 61). 26.6.1927 tarih ve 1149 sayılı kanunun 16. ve 17. maddeleri gereğince sigorta şirketlerinin müşterileriyle yapacakları sigorta işlemlerinin şartlarının ve ücret tarifelerinin Ticaret Vekâletince tasdik edileceği hükmü getirilmiş, bu doğrultuda sigorta tarifeleri yeniden düzenlenerek 19 Temmuz 1929 tarihinden itibaren yeni tarifeleri uygulama zorunluluğu getirilmiştir (Toprak, 2010: 46-47). 13 Temmuz 1929 tarih ve 8197 sayılı kararname ekinde yer alan Mükerrer Sigorta Murakabe Talimatnamesinin dördüncü maddesi ile de, Millî Reasüransa sigorta şirketleri tarafından müşterilere uygulanan tarifelerin Ticaret Bakanlığı tarafından tasdik edilmiş değerlere uygunluğunu ve ödenen hasar tazminatlarının doğruluğunu tetkik ve teftiş yetkisi verilmiştir.



## MİLLÎ REASÜRANS TEKELİNİN ELEŞTİREL ANALİZİ

### Kuruluş Kanununa Aykırılık

Reasürans tekelinin kanuni dayanağına ilişkin itirazlar, özellikle tekel payının hesaplanma usulü üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunun yanı sıra, konuyla ilgili olarak Meclise sunulan kanun tasarılarının yasalaşması sürecindeki özensizlikler de dikkat çekmektedir. Bu hususa temas eden Yazıcı, “zülfiyâre dokunmak” gibi bir endişesi olmadığını ve “siyasi güç sahiplerinde eleştirilmekten bağışlanmış bir kutsallık” görmediğini belirterek kaleme aldığı değerlendirmesinde, reasürans tekeline ilişkin düzenlemelerdeki şekli eksikliklere ve özensizliğe dikkat çekmektedir (Yazıcı, 1990e: 28). Gerçekten de ilgili kanunların yürürlüğe giriş tarihlerindeki kronoloji incelendiğinde, 1149 sayılı kanuna müzeyyel olarak çıkarılan 1173 sayılı kanunun ana kanundan yaklaşık 3 hafta önce Resmî Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girdiği, ayrıca 1160 sayılı kanunda atıf yapılan 1173 sayılı müzeyyel kanunun, 1160 sayılı kanun Mecliste kabul edildikten bir gün sonra Mecliste oylanarak kabul edildiği görülmektedir.

İnhisar kanunu ile inhisarın uygulanmaya başlanması arasında 2 yıl gibi uzunca bir sürenin geçmesi ise, bu süreçteki itirazların ve bu girişime dönük direncin delili olarak değerlendirilebilir (Sergici, 2001: 166). Bu muhtemel fikir ayrılığının bir başka göstergesi de, daha önce de değinildiği üzere, 1160 sayılı kanunun bazı kritik maddelerine ilişkin hükûmet teklifi ile kanunun nihai hali arasındaki ciddi farklılıklardır. Nitekim bu hususu Falih Rıfki Atay da teyit etmekte, parti ve hükûmet içinde birçok kişinin özel sermayeli bir şirkete devlet eliyle risksiz kazanç elde edilmesi imkânı sağlayacak bu girişimi doğru bulmadığını, eğer bir inhisar tesis edilecekse bunun menfaatlerinin devlete ait olması gerektiğini ileri sürdüklerini ancak buna mâni olmadıklarını ifade etmektedir (Atay, Nisan 1954: 1). Nitekim Atay’ın bu konu bağlamında Başvekil İnönü’nün ağzından aktardığı şu serzenişlerde de bu direncin izleri açıkça görülmektedir (Atay, 1958: 427):

“Bir iş ki kimse yapamaz, bunu devlet yapar anlıyorum. Bir iş ki hususi bir teşebbüs yapar, bunu da anlıyorum. Fakat devletin nüfuzunu kullanarak şahıslar ve bankalar yapar, bunu anlamıyorum. Ben devletçilik denen şeyi anlarım, fakat dolapçılığı anlamam.”

Yukarıda da belirtildiği üzere, kanuna aykırılık bağlamında reasürans tekelinin tatbikatına ilişkin olarak dile getirilen en temel itiraz, tekel payının hesaplanma şekline ilişkindir. 1160 sayılı kanunun birinci maddesine göre, memleket sathında faaliyet gösteren millî ve yabancı sigorta şirketlerince akdedilen tüm sigorta işlemlerinin (1173 sayılı kanuna uygun olarak) reasüransa tabi tutulması zorunlu olan kısımlarını kısmen veya tamamen inhisar altına alma ve bu maksatla bir mükerrer sigorta sandığı (reasürans şirketi) kurulması-

na Hükûmet yetkilidir. Görüldüğü gibi 1160 sayılı kanunda, mecburi reasürans payı sigorta şirketlerinin portföylerinin belirli kısmıyla ilişkilendirilmiş ve bununla sınırlı tutulmuştur. 1173 sayılı kanunda ise zorunlu tekel payının sigorta şirketlerinin kendi üzerlerinde muhafaza edebilecekleri meblağı aşan kısımlara uygulanacağı hususu, birinci maddede yer alan “Türkiye’de faaliyette bulunan her sigorta şirketinin kendi üzerlerinde muhafaza edebilecekleri aksamdan mütebakisini mükerrer sigorta mecburiyetine tâbi tutmaya” ifadeyle daha açık bir şekilde belirtilmektedir.

1160 sayılı kanunun birinci maddesinde 1173 sayılı hususi kanuna işaret edilerek sigorta şirketlerinin muhafaza limitleri dışında kalan işlerle sınırlanan (yani eksedan sistemini esas alan) reasürans tekelinin önündeki bu sorun 13 Temmuz 1929 tarih ve 8197 sayılı kararname ekinde yer alan Mükerrer Sigorta Murakabe Talimatnamesi ile aşılmış, talimatnamede yer alan ve kanuna aykırılık teşkil eden bir hükümlerle yüzde elli oranındaki tekel payının kotpar esas ile (sigorta şirketlerinin tüm sigorta işleri üzerinden) hesaplanması öngörülmüştür. Bu hususu Toprak da teyit etmekte, talimatnamenin birinci maddesinde yer alan “(...) sigorta şirketleri işbu yüzde elliye bir güne tevkifata tâbi tutmadan mükerrer sigorta inhisarını haiz olan Millî Reasürans Türk Anonim Şirketi nezdinde mükerrer sigorta suretiyle sigorta ettirmeye ve Millî Reasürans Türk Anonim Şirketi de bunları kabule mecburdur” cümlesindeki “bir güne tevkifata tabi tutmadan” ifadesinin “eksedan iddiası ileri sürülmeden” anlamına matuf olduğunu belirtmektedir (Toprak, 2009: 28). Kanun metnine açıkça aykırılık teşkil eden ve Millî Reasürans lehine getirilen bu usul uzun yıllar boyunca uygulamada kalmıştır. 1173 sayılı hususi kanunun mahiyeti 21.12.1959 tarih ve 7397 sayılı Sigorta Şirketlerinin Murakabesi Hakkında Kanunda da muhafaza edilmiş olup, kanunun 59. maddesinde zorunlu reasürans payının sigorta şirketlerinin muhafaza limitleri dışında kalan kısım üzerinden hesaplanacağı belirtilmektedir.

Zorunlu tekel payının eksedan usulüne göre hesaplanması gerektiği konusundaki taleplerin ve kanuna aykırı olarak süregelen uygulamaya ilişkin itirazların, ikinci inhisar döneminin sonuna yaklaşırken ilgili çevrelerde artık yüksek sesle dile getirildiği görülmektedir. Bu talep ve itirazların dozu ilerleyen yıllarda gittikçe artmış ve 1960’lı yıllardan itibaren Danıştay nezdinde açılan davalara da konu olmuştur. 1961 yılında Genel Sigorta şirketinin sadece kendi saklama payı dışında kalan kısım için tekel payı ayıracağını bildirmesi üzerine ortaya çıkan ihtilaf neticede Danıştay’a intikal etmiş ve Danıştayın 10.4.1961 tarih ve 961/1524 sayılı kararında 7397 sayılı kanunun 59. maddesinin kotpar değil eksedan sistemini benimsediği, bu itibarla kotpar esasına dayanan mevcut uygulamanın hatalı olduğu ifade edilmiştir. Bunu müteakip ilgililer arasında uzlaşma olmuş ve Danıştayın lehte kararına rağmen taraflar eski uygulamanın devamı hususunda uzlaşmıştır (Onat, 1974: 45).

Reasürans tekeline karşı Bedi Yazıcı'nın genel müdürlüğünü yaptığı Genel Sigorta tarafından açılan bu ilk davanın öyküsü, Türkiye sigortacılık tarihi açısından oldukça hazindir. Dönemin Genel Sigorta genel müdür yardımcısı Ali Neyzi'nin aktardığına göre, davanın ilerleyen safhalarında Genel Sigorta yönetimi reasürans şirketine kendilerine sağlanacak bir mali çıkar karşılığında davalarını geri çekebilecekleri teklifinde bulunmuş, yapılan pazarlıklar neticesinde Millî Reasüransın Genel Sigortanın sahibi olan banka (likidite sıkıntısı içindeki Türkiye Kredi Bankası) nezdinde vadeli hesap açtırması ve bu hesaba bir protokolle belirlenen yüklü miktarda nakit yatırması karşılığında Genel Sigorta uzlaşma yoluna gitmiştir. Neyzi eserinde bu süreci ayrıntılı olarak anlatmaktadır (Neyzi, 2005: 320-322):

“(...) Koltuğumda bizim tarafımızca imzalı protokol, doğru (Millî Reasürans Fen Müşaviri) Faruk Bey'e. Anlaşmayı bir de (dönemin Millî Reasürans Genel Müdürü) Sait Beye genel müdür olarak imza ettirecektik. Ayrıca Millî'nin muhasebesinden İş Bankasına bir havale mektubu yazılacak; o mektuba göre Millî, Türkiye Kredi Bankasında bir vadeli hesap açtıracak. (...) En sonunda, akşama doğru Cemil Sait Beyin izi bulundu. Beyoğlu'ndaki terzisinde elbise provası için sözlüymüş. (...) Faruk bana, 'Ne olur sen burada bekle...' dedi. (...) Üç ya da dört oda öteden duyulan sesle irkildim. Cemil Sait Bey bas bas bağıyor. 'Olur mu efendim, o bilmem ne terzinin bankasına ne diye para yatıracakmışız!' Eyvah. Daha önce lafını ettiğim üzere ünlü terzi İzzet Bey banka (Türkiye Kredi Bankası) hisselerini almış, yönetim kuruluna da girmişti. Meğer Cemil Bey Terzi İzzet'i sevmezmiş. (...) ağlasam mı gülsem mi bilemiyorum. Ülkede uygulanan bir tekelin kalkması ya da sürmesi söz konusu, biz bir terzi dükkânında başka bir terziyi çekiştiriyoruz. (...) Faruk beklediğim odaya geldi. (...) Tamam, her iki belge de imzalanmış. (...) İşte bir dönemin ünlü tekel davası ve sonuçlanması. Birinci tekel davası, ülke yararları, sigortacılığın geleceği ve ekonomik kalkınma edebiyatının arka perdesinde, Beyoğlu'nda bir terzide başka bir terziye söverek son bulmuştu.”

### **Şirketin Muğlak Sermaye Yapısı ve Şaibeli Çıkar İlişkileri**

Konuya ilişkin kaynaklar incelendiğinde, reasürans tekelinin Millî Reasüransa tahsis edilmesi hususunun bir ittifakla değil, tersine bazı tartışma ve itirazların yükseldiği bir zeminde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Bu itirazlar karşısında öne sürülen argümanlardan da hareketle, tekel imtiyazının oldukça cazip şartlarla İş Bankası grubuna tahsis edilmesi, İttihat Terakkiden devralınan ve erken cumhuriyet döneminde de oldukça yaygın bir kullanım sahası bulan “nüfuz ticareti” uygulamalarının bir numunesi olarak değerlendirilebilir. Nitekim Falih Rıfkı'ya göre de “Cumhuriyetin ilk yıllarında siyasi nüfuzlara dayanan azgın aferizm cereyanının en acı ve memlekete pek pahalıya mal olan misali

Millî Reasüransın kuruluşudur". Atay, inhisarın kanun kuvveti ile rakipleri sahneden temizlemek anlamına geldiğine ve bu hakkın hususi şahıs veya şirketlere verilemeyeceğine dikkat çekmektedir (Atay, Ocak 1954: 1).

Daha önce de değinildiği üzere, Türkiye’de sigortacılığın yaşadığı sorunları çözüme kavuşturma ve yerli bir sigortacılık sektörü oluşturma bahanesiyle sektörü Ünyon ve İş Bankası gruplarının vesayeti altına sokan reasürans tekelinin tesisinde, ilgili tarafların çıkar ilişkilerini yöneten (menfaat tahsisi yapan) kişi Antuan Piyos’tur. Bu süreçte sigortacılık faaliyetlerinin etkili kanuni düzenlemelerle disiplin altına alınması ve sağlanacak teşviklerle yerli sigorta şirketlerinin kuruluşunun özendirilmesi imkânı varken, siyasi iktidar bunun yerine kişisel çıkarları peşindeki bir şahsın rehberliğinde kurulan Millî Reasürans şirketine tekel imtiyazı tahsis etmeyi tercih etmiştir. Tunaman’a göre Millî Reasüransın yönetimi Piyos’un tekniğine ve vicdanına emanet edilmiş, uygulamada reasürans teamülleri yerine Piyos’un ve diğer elemanlarının takdir ve arzuları kaim olmuştur (Ekener, 1974: 88). Sergici’nin değerlendirmesine göre de reasürans tekeli bilinçsiz bir şekilde çıkarılmış, bu süreçte Antuan Piyos Türkiye sigortacılık sektörünün potansiyelini yıllar boyunca yurtdışına akıtan bu uygulamanın esas aktörü olmuştur (Sergici, 2001: 166). Falih Rıfkı ise bu süreçlerden bahsederken Piyos’a atıfla, “Galata’da yetişen bir yerli-yabancıunun menfaat oyunu” nitelemesini kullanmaktadır (Atay, Ocak 1954: 1).

Ünyon grubu İş Bankası ile olan ilişkisi sayesinde tekel işletmesini ele geçirdiğinde, hem Türkiye’deki bütün sigorta şirketlerinin portföylerinin %50’sine hem de rakiplerinin ellerindeki portföylerin tüm sırlarına vakıf olmuştur (Onat, 1974: 21). Piyos’un ve onun şahsında Ünyon grubunun sektördeki etkisine ilişkin olarak “Tunaman Muhtırası”nda<sup>6</sup> yer alan değerlendirmeye göre de, Ünyon grubu teknik ve mali açıdan işletmesine hâkim olduğu Anadolu Sigortaya ilk yıllarda tanınan rüçhan hakkı sayesinde Türkiye sigorta piyasasına hâkim olmuş, daha sonra Millî Reasüransın yönetiminde bulunmanın avantajıyla rakip portföylere ilişkin tüm bilgilere vakıf hale gelmiş, Millî Reasürans sayesinde Türkiye sigorta portföylerinin yurtdışına tek dağıtıcısı haline gelmiş ve böylece Türkiye sigorta sektörü bu grubun istilası altına girmiştir (Ekener, 1974: 87). Ayrıca bu süreçte Anadolu Sigortayla Millî Reasürans arasında yapılan sözleşme gereğince Millî Reasüransın portföyündeki işlerden bir kısmı Anadolu Sigortaya aktarılarak İş Bankası ve Ünyon grubuna ilave mali avantaj sağlanmıştır (Toprak, 2010: 47).

Daha önce de belirtildiği gibi, reasürans tekeli uygulamaya girdikten sonra Millî Reasüransın yaşadığı retrosesyon sorununu çözüme kavuşturmak üze-

<sup>6</sup> Güven Sigorta Murahhas azası Rabbani F. Tunaman tarafından Sümerbank genel direktörlüğüne Türk sigortacılığı hakkında arz olunan muhtıra. Tam metin için bkz, Ekener, 1974: 85-95.

re Piyos tarafından İsviçre Reasürans Şirketi ile uzun vadeli bir retrosezyon anlaşması yapılmıştır. Buna karşın Yazıcı, İsviçre Reasürans Şirketiyle Millî Reasürans arasındaki anlaşmanın uluslararası ambargoyla ilişkilendirilmesi çabasını inandırıcı bulmayarak bu konuda da esasen çıkar ilişkilerinin etkili olduğuna işaret etmektedir (Yazıcı, 1990b: 37). Tunaman da benzer şekilde, memleket sigortacılığının aleyhine olan ve Millî Reasüransı olumsuz koşullarla uzun vadeli bir yükümlülük altına sokan bu anlaşmanın Piyos'un vukufsuzluğuna ve tecrübesizliğine hamledilemeyeceği ve durumun başka saiklerle izaha muhtaç olduğu değerlendirmesini yapmaktadır (Ekener, 1974: 88). Yazıcı'nın tabiriyle, Millî Reasürans bu anlaşmayla, 15 sene boyunca şartları değiştirilemeyecek tretelerle İsviçre retrosezyon piyasasına âdeta köle edilmiş durumdadır (Yazıcı, 1990a: 13). Ali Neyzi ise bu anlaşmanın aslında 25 yıllık<sup>7</sup> bir süreyi kapsadığını aktarmaktadır. Neyzi'nin Bedi Yazıcı'dan aktardığı şu hadise, Millî Reasürans ile yabancı ortakları arasında bir komisyon ilişkisi ekleninde gelişen bu sıra dışı mali ilişkilerin bir başka numunesidir (Neyzi, 2005: 296-297):

“Reasürans ya da retrosezyon anlaşmaları özellikle ticari sigortalar için genellikle bir yıl süre ile yapılır, yıl sonunda yenilenir. (...) İşte Millî'nin genç nakliyat servisi şefi bu inançla yıl sonuna üç ay kala Swiss Re. de dâhil, tüm retrosezyonerlere “geçici iptal ihtarı” yollar. Bu şu anlama gelmektedir: Şirket koşulların yeniden gözden geçirilmesini istemekte, otomatik uzatma klozunun işlemlerini kesmektedir. İsviçre'den gelen yanıt genç şefi çok şaşırtmış. Adamlar, “lütfen anlaşma metnini yeniden okuyunuz. Aramızda yapılmış olan anlaşmanın süresi, tekel dönemi olan 25 yılı kapsamaktadır ve geçici ihbar yapmanızın anlamı yoktur” diyorlarmış. Bedi Bey hemen anlaşmanın son hükümlerine bakmış, hayret ile anlaşmaların gerçekten (ilk tekel kararname-sinde öngörülen) yirmi beş yıl süre için imza edilmiş olduğunu görmüş. (...) burada üzerinde durmak istediğim, bir ülkenin tekel yönetiminin neredeyse başka bir tekele bağlanmış olmasıdır.”

Tekel şirketinin ilk yıllardaki yönetim şekli de, bahsedilen bu sorunlu ilişki ağı ile uyumlu bir bütünlük arz etmektedir. Millî Reasüransın ilk genel müdürlüğü görevine (İsviçre Reasürans Şirketinden transfer edilen) Aymon de Mestral, fen müşavirliği görevine ise Antuan Piyos tayin edilmiştir (Toprak, 2009: 21). Bununla birlikte Yazıcı, gerçekte Millî Reasüransı fen müşaviri sıfatıyla yıllarca Piyos'un yönettiğini, Mestral'in görevinin ise göstermelik olduğunu belirtmektedir (Yazıcı, 1992: 97). Yazıcı'nın aktardığına göre ilk dönemlerde Millî Reasüransın politikalarını yönetim kurulundan ziyade müdürler kurulu belirlemekte olup, ilk yıllarda bu kurul fen müşaviri Piyos, Piyos'un güdümündeki

<sup>7</sup> Bu ağır mukavelenin şartları ancak 20 yıllık bir uygulamadan sonra hafifletilebilmiştir (İstanbul Ekspres, 1954: 7).

genel müdür Mestral ve İş Bankasından bir murahhas aza olmak üzere üç kişiden müteşekkildir. Bu süreçte Piyos şirketin retrosesyon işlerinin büyük bir bölümünü memleket için hiç uygun sayılmayacak şartlarla İsviçre reasürans şirketine âdeta hediye etmekte, diğer sigorta şirketleri aleyhine ise amansız bir baskı rejimi oluşturmaktaydı. Türkiye sigorta sektöründe artık hukuk yerine, Rabbani Tunaman'ın tabiriyle, "fen müşavirinin vicdansızlığı egemendir" (Yazıcı, 1992: 97). Nitekim David Kohen de bu yıllardaki piyasa koşullarını anlatırken, "o zamanlar Millî Reasürans imparator gibiydi sektörde" ifadesini kullanmaktadır (Yıldız, 2015: 87).

Bedi Yazıcı Millî Reasüransın kuruluş sermayesindeki dağılımın zaman içindeki değişimine ve şirketin sahiplik yapısındaki muğlaklığa da dikkat çekmekte, bilhassa nama yazılı kurucu hisse senetlerinin kimlere ve ne miktarda tahsis edilmiş olduğunun ve hisse sahipliğindeki değişimlerin açıklanmasını talep etmektedir (Yazıcı, 1990b: 37). Nitekim Millî Reasüransın kuruluşundan sadece 1 ay sonra %10 oranındaki hissenin Compaigne Suisse de Réassurance şirketine devredildiği bilinmektedir (Toprak, 2009: 29). Bunun yanı sıra, İttihad-ı Millî'nin bazı elemanlarının da Millî Reasürans şirketinde saptanamayan oranlarda pay sahibi olduğu öne sürülmektedir (Yazıcı, 1992: 97). Millî Reasüransın ortaklık yapısı hususundaki bu sıra dışı muğlaklık, Falih Rıfkı'nın 1950'lerde kaleme aldığı ve reasürans tekeli bağlamındaki "komisyonculuk" ağını ihbar eden şu satırlarla birlikte okunduğunda, reasürans tekelinin hangi temeller üzerine tesis edildiği daha iyi anlaşılmaktadır (Atay, 1958:426-427):

"Şöyle bir sistem kurulmak isteniyordu: Devletin yapacağını banka (İş Bankası) yapmalı idi. Şüphesiz arada bankanın yabancı iş ve yerli nüfuz komisyoncuları asıl hisseyi paylaşacaklardı. Reasürans hikâyesi bunun tipik bir misalidir. Galiba dünyanın hiçbir yerinde reasürans işi imtiyaz altında değildir. Bu fikri İstanbul sigorta kumpanyalarından birinin Levanten müdürü icat etti. (...) Hükûmette de banka nüfuzculuğuna karşı mukavemet belirdi. İmtiyaz davası bütün bir mevsim geri kaldı. Fakat nihayet bu teşebbüse önyak olanlar muvaffak oldular. Hiç unutmam, Hakimiyet-i Milliye gazetesindeki odamda oturuyordum. Başyazarlardan ve banka idare meclisi reisi ve Siirt Milletvekili Mahmut (Nedim Soydan) yanımdaki odada çalışırdı. Arada kapı yoktu. Beraber çalışırken İstanbullu Sigorta müdürünün (Antuan Piyos) geldiğini haber verdiler. Pek neşeli müdür Mahmud'un masası üstüne üç zarf bıraktı: *Bu zat-ı âlinizin. Bu \*\*\* Beyefendinin, bu da \*\*\* Beyefendinin*" dedi. Bu zarflar hisse senedi dolu idi. Bahsettiğim sigorta müdürü elde ettiği başarıdan sonra servet ve sâ mânunı toplayarak Fransa'ya gitti."

Piyos'un Türkiye sigorta sektörü üzerindeki derin etkisine ve sigorta müşterilerini ve kamuyu uğrattığı zararlara ilişkin olarak Yarın Gazetesinde 1930 yılının aralık ayından başlayarak aylarca devam eden haberler ve özellikle mart



ve nisan aylarında yayınlanan yazı dizileri de bu minvalde çok çarpıcı bilgiler ihtiva etmektedir (Yarın, 1930). İlerleyen yıllarda Piyos'un şaibeli işleri kamuoyunda artık ciddi bir rahatsızlık uyandırarak daha yaygın biçimde tartışılmaya başlanmış, Piyos tüm bu kazançlı serüvenin ardından 1939 senesinde (kendisine isnat edilen başka bir suçla da ilgili olarak) ülkeden kaçmak zorunda kalmıştır (Yazıcı, 1990c: 30). Ali Neyzi'nin Sadi Barlas'tan aktardığı ve Millî Reasüransın yabancı ortaklarla olan ilişkilerinin nasıl bir "komisyonculuk" mekanizması ekseninde işlediğine işaret eden aşağıdaki anekdot, Piyos'un sigorta piyasasındaki iş yapma biçimi hakkında Nail Moralı'nın yine aşağıda yer verilen anlatımıyla birlikte değerlendirildiğinde ayrıca anlam kazanmaktadır:

"(...) Sadi Barlas'tan dinlemiştim. Millî'den stajyer olarak Zürih'e gönderilmiş. (...) orada okuduğunu anlattığı kayıtlara göre, Millî Reasüranstan Swiss Re.'ye giden tüm retrosesyon primleri üzerinden Bay Piyos'a ve ölümünden sonra da mirasçılara komisyon ödenmiş" (Neyzi, 2005: 297).

"(...) Reasürans monopolü hakkında bir hatıramı da yazmak isterim. Ben hususi işlerim için 1929'da Ankara'da iken İş Bankası merkez müdürü Fethi ile her gün, bilhassa her gece buluşuyorduk. Yakınlarının davetlerine beni de götürürdü. Bu davetlerde yapılan masrafları karşılayamıyordum. Bir akşam gittiğimiz bardaki servis beğenilmedi, başka yere gitmek kararlaştırıldı. Garsondan hesap istedim, benim de hamurda tuzum olsun diye. Yanımda oturan meşhur Piyos garsona 50 lira ödediğimi gördü. Masadan kalkınca cebime bir ellilik koydu. Bu parayı geri verince bana, "*Budalalık etme, benim masrafımı şirket öder. Sen bana bu akşam büyük hizmet ettin, sağında oturan (İstanbul mebusu) Edip Servet Tör beyle tanıştırdım. Bu elli değil beş yüz lira bile eder*" dedi ve elliliği tekrar cebime koydu. Piyos, işletmesini ele alacağından emin olduğu reasürans monopolü kanununun Meclisten bir an önce çıkması için çalışıyordu" (Moralı, 1976: 99).

Tüm bu şaibeli işlerin yanı sıra, Millî Reasüransın idari işleyişine ilişkin olarak başka sorunlara da rastlanmaktadır. Örneğin o dönemdeki faaliyetleri sırf bir muhasebe işleminden ibaret bulunan şirketin genel yönetim giderlerinin yüksek olduğu, ayrıca tayinle göreve getirilmiş idare meclisi üyelerinin konuya yabancı olduğu ve bunlara mühim ödemeler yapıldığı belirtilmektedir (Türk Ekonomisi, 1953: 270; Uras, 1969: 92). Gerçekten de, o yıllara ilişkin olarak ulaşılabilen bazı idare meclisi raporları incelendiğinde, idare meclisi azalarına (Hazineye aktarılan kâr payı esas alındığında) ciddi ödemeler yapıldığı görülmektedir. 1934 yılında idare meclisi azalarına 3.359,61 lira kâr payı ve genel kurul kararıyla ayrıca 9.000 lira huzur hakkı tahsis edilirken 1935 yılında da 1.650 lira kâr payı ve 9.000 lira huzur hakkı ödenmiştir (Millî Reasürans İdare Meclisi Raporu, 1934: 6,16; 1935: 6,16). Bunun yanı sıra şirketin yönetimine ilişkin eleştiriler kapsamında ilgi çekici bir başka ayrıntıya daha rastlanmaktadır. Yazıcı'nın aktardığına



göre şirkette “sonuç itibarıyla Millî’nin fiili mal sahibi olan” Cumhuriyet Halk Partisinin ileri gelenlerinin takdirlerine göre belirlenen “sinekür kadroları” da bulunmaktadır. İşe gelmeyip aydan aya ödeme yapılan bu kadrolara ilişkin bazı olumlu istisnalar da olmakla birlikte, Parti’nin bu konudaki takdirini genellikle siyasi saiklerle kullandığı belirtilmektedir (Yazıcı, 1990d: 15).

Reasürans tekeline karşı itirazların ilerleyen yıllarda da çeşitli platformlarda dile getirilmeye devam edildiği ancak etkili bir netice alınmadığı görülmektedir. İkinci ve üçüncü kalkınma planlarında öngörülmesine rağmen Millî Reasüransın tekel imtiyazının kaldırılmamasını değerlendiren Güngör Uras IV. Sigorta Seminerinde sunduğu tebliğinde, bu hususta yetkili merci olan Ticaret Bakanlığının sigortacılık sektörüyle ilgili birimleri ile Millî Reasürans şirketi arasındaki sıra dışı ilişkilere işaret etmekte ve bu ilişkilerin Millî Reasüransa dönük tarafsız bir mahiyet arz ettiğini belirtmektedir. Buna göre sistem içindeki menfaat ve ilişki dengeleri ve bu dengeler içinde kamu otoritesinin taraf olması, sistemin sorunlarının bir bütün halinde ele alınmasına imkân vermemektedir (Uras, 1978: 122-123). Öte taraftan Uras’ın bu eleştirilerinin Millî Reasürans cephesinde (50 yılı aşan tekel imtiyazının neden olduğu rehavetle artık emanetçilikten sahiplik duygusuna evrildiğini sandığımız bir yaklaşımla) derin bir alınganlık ve şiddetli bir tepkiyle karşılandığı görülmektedir. Uras’ın seminerde sunduğu metne daha önce ulaşmış oldukları anlaşılan Millî Reasürans yetkililerinin, “çok seviyesiz ve ilmi düzeyinin çok yetersiz” olduğu gerekçesiyle bu tebliğin elemeye tabi tutularak reddedilmesi için seminer öncesinde girişimde bulunduğu da anlaşılmaktadır (IV. Sigorta Semineri, 1978: 146). Seminerde Millî Reasüransı temsilen söz alan Faruk Seven ise, reasürans tekelinin Millî Reasüransa hükümet tarafından verildiğini ve kendilerinin hükümet kararına karşı gelemeyeceklerini ifade ederek ilginç bir yaklaşım sergilemektedir. Seven bununla da yetinmeyerek, Türkiye’de sigortacılığın tek sorununun reasürans tekeli olmadığını, buna gelinceye kadar başka pek çok problem olduğunu hatırlatmakta ve katılımcılara bu sorunlar üzerinde yoğunlaşmalarını önermektedir. Seven’in, Millî Reasüransın lobi gücünün verdiği güvenle olsa gerek, konuşmasını seminer tertip heyetine teessüf ederek ve sigorta şirketlerini uyarak tamamladığı görülmektedir (IV. Sigorta Semineri, 1978: 142):

“Davet edilerek böyle bir kınamaya maruz bırakıldığımız için de teessüflerimi ifade ederken, bu yazıyı (Uras’ın tebliğini) sigorta şirketlerimizle Millî Reasürans arasında arzu edilen iş birliği yönünden asla yapıcı görmediğimi belirtmek isterim.”

Seven’in eleştirilerine cevaben söz alan Uras ise, özel sermayeli bir şirkete devlet eliyle verilen bu imtiyaza karşı eleştirilerini sürdürmektedir (Uras, 1978:147):

“(...) mültezim usulüyle tekel işletilmesini ben kabul edemiyorum. Bir özel kuruluşun devlete “ben bu tekeli işletiyorum, al sana da şu kadar para” diye tekel hakkını kullanması benim kafamdaki modele ters düşüyor. (...) Eğer tekel devam edecekse mutlaka kamu kuruluşu niteliğindeki bir kuruluş tarafından işletilmesinin yararlı olacağına inanıyorum. (...) Türkiye’de tekel işletmeciliği Millî Reasürans şirketinden alınırsa Millî Reasürans şirketi batmaz. Aynı şekilde tüm kadrosuyla güçlü faaliyetine devam eder. Benim çarpık gördüğüm şey Millî Reasürans şirketinin Türkiye’de devlet adına tekel hakkını kullanmasıdır.”

Görüldüğü gibi reasürans tekeli uygulamasına dönük eleştiriler içinde, bu imtiyazın tamamen özel sermayeli bir işletmeye devredilmiş olması ve şirkette payı bulunan yabancı ortakların şaibeli çıkar ilişkileri çok önemli bir yer tutmaktadır. Bu tekel modeli yerine, diğer birçok ülke uygulamasında olduğu gibi kamu kuruluşlarının da iştirak ettiği çok ortaklı bir sermaye yapısı tercih edilerek ve şeffaf bir ortaklık sözleşmesi eşliğinde denetim mekanizmalarının daha sağlıklı işlemesine imkân verilerek bu sorunların en aza indirilmesi sağlanabilirdi. Reasürans şirketinin işletilmesi konusundaki tecrübe eksikliği ise, Antuan Piyos ve Ünyon grubu örneğinin aksine, Türkiye’de bu tarz mali bir ilişki ağı olmayan yabancı bir reasürans şirketine koşulları net olarak belirlenmiş şeffaf bir sözleşme ile makul düzeyde bir ortaklık hakkı sağlanarak ve/veya şirket yönetimine reasürans işletmesi konusunda yetkin bazı yabancı uzmanlar atanarak telafi edilebilirdi.

### **Kuruluş Amaçlarına Aykırılık**

Millî servetin yurtdışına çıkışının önlenerek kambiyo açığının azaltılması, bu işlemlerden devlet hazinesine gelir sağlanması ve millî sigortacılığın geliştirilmesi gayeleri, reasürans tekelinin temel gerekçelerini oluşturmaktadır. Oysa uygulamada bu temel hedeflerin oldukça uzağında kalınmış, ayrıca bu süreçte her ne kadar yerli sigorta şirketlerinin sayısında artış yaşanmışsa da, uygulanan korumacı politikaların sonucu olarak rekabetsiz bir ortamda faaliyet gösteren Türkiye sigortacılık sektörü, iktisadi kalkınma hedeflerine düşük maliyetlerle güvence ve kaynak sağlayarak destek olan dinamik ve yenilikçi bir işleyişe tekel uygulaması dönemi boyunca kavuşamamıştır.

**Tablo 1:** Millî Reasüransın Devraldığı Sigorta Portföyüne İlişkin Veriler (1.000 TL)

Yıllar	Yangın Sigortaları					Nakliyat Sigortaları				
	Reasürans Primi	Reasürans Komisyonu	Retrosesyon Primi	Retrosesyon Komisyonu	Konservasyon Oranı (%)	Reasürans Primi	Reasürans Komisyonu	Retrosesyon Primi	Retrosesyon Komisyonu	Konservasyon Oranı (%)
1929	829	166	749	225	9,69	290	44	275	76	5,00
1930	1.740	348	1.573	472	9,59	446	193	412	113	7,53
1931	1.570	314	1.272	411	12,61	311	132	283	78	9,08
1932	1.367	273	1.170	351	14,41	264	104	240	66	9,00
1933	1.285	257	1.105	331	14,03	267	69	243	67	8,98
1934	1.228	246	1.056	316	14,03	318	102	289	79	9,00
1935	1.181	236	1.019	305	13,74	384	157	350	96	9,00
1936	1.127	225	972	291	13,82	378	105	344	95	9,00
1937	1.818	364	1.632	432	10,22	708	411	651	162	7,94
1938	1.796	392	1.589	418	11,51	762	254	696	174	8,56
1939	1.785	344	1.591	425	10,84	869	322	791	199	8,96
1940	1.245	249	1.030	308	17,27	1.066	258	923	257	13,43
1941	1.420	284	1.091	327	23,56	2.271	341	1.524	425	32,90
1942	2.090	418	1.619	482	22,51	4.786	897	3.038	844	36,53
1943	2.641	528	2.053	610	22,27	6.110	1.140	3.876	1.077	36,56
1944	3.146	629	2.489	733	20,89	6.770	1.476	4.274	1.264	36,88
Yıllar	Kaza Sigortaları					Hayat Sigortaları				
	Reasürans Primi	Reasürans Komisyonu	Retrosesyon Primi	Retrosesyon Komisyonu	Konservasyon Oranı (%)	Reasürans Primi	Reasürans Komisyonu	Retrosesyon Primi	Retrosesyon Komisyonu	Konservasyon Oranı (%)
1929	17	-	-	-	100,00	36	-	4	4	87,68
1930	49	-	-	-	100,00	132	1	19	14	84,52
1931	39	1	7	2	80,94	142	1	21	10	84,97
1932	43	5	19	6	55,09	152	1	27	11	82,57
1933	47	9	30	9	35,62	156	1	29	8	81,57
1934	41	7	23	7	43,63	162	9	31	8	80,70
1935	43	5	26	8	38,76	250	-	39	14	84,27
1936	42	9	26	8	38,91	295	9	59	16	79,91
1937	52	10	33	10	37,71	330	2	75	14	77,21
1938	88	11	59	18	33,34	395	12	63	7	84,18
1939	74	21	46	14	37,93	427	2	61	11	85,64
1940	56	13	34	11	39,62	385	1	54	7	85,99
1941	61	4	39	13	35,28	432	1	59	11	86,30
1942	169	10	80	27	52,46	529	29	67	14	87,25
1943	163	19	78	26	51,78	645	4	74	23	88,57
1944	188	19	89	28	52,95	911	11	107	36	88,26

**Kaynak:** Millî Reasürans T.A.Ş. Arşivi Yıllık Faaliyet Raporlarından aktaran: Akalın, 1998: 69-72.

Tekel uygulamasının ilk dönemine ilişkin olarak Millî Reasüransa yöneltilen en temel eleştiri konularından biri, şirketin bir reasürans kuruluşu gibi değil, tekel imtiyazının sağladığı imkânla sigorta şirketleri üzerinden risksiz ve zahmetsiz gelir elde eden salt bir “komisyon aracı” şeklinde faaliyet göstermesidir. Millî Reasüransın bu süreçte hızla büyümesinin ve yüksek kârlar elde etmesinin temel dayanağı da, sigorta şirketlerinden tekel imtiyazına dayanarak devraldığı işler (primler) karşılığında dünya fiyatlarından daha düşük komisyonlar ödemesi ve bunları yurtdışına daha yüksek komisyonlarla devretmesidir (Atasagun, 1978: 84). Tablo-1’de görüldüğü gibi, ilk tekel döneminde toplam prim hacminin kahir ekseriyetini oluşturan yangın ve nakliyat branşlarında (Elveren, 1996: 182) Millî Reasüransın konservasyon oranları oldukça düşük seviyelerde gerçekleşmiş olup, ancak dönemin sonlarına doğru (Rabbani Tunaman’ın yönetiminde) sınırlı bir artış göstermiştir. Şirketin 1929-1939 döneminde yangın sigortalarında %9,6 ile %14,4 arasında değişen konservasyon oranları 1940 yılında %17,27 seviyesine yükselmiş ve ancak 1941 yılından itibaren %20 seviyesini aşmıştır. Benzer şekilde nakliyat branşında da 1929-1939 döneminde %5 ile %9,1 arasında değişen saklama payları 1940 senesinde %13,43’e yükselmiş ve 1941’den itibaren %30’lu seviyelere ulaşmıştır. Kuşkusuz bir reasürans şirketinin portföyündeki riskleri yurtdışına aktarması sigortacılığın doğası gereğidir. Ancak temel kuruluş amaçlarından biri sigorta primleri yoluyla yurtdışına döviz çıkışının engellenmesi (en aza indirilmesi) olan bir şirketin o dönemde sigortacılığın prim hacmi en yüksek dallarında çok düşük muhafaza paylarıyla faaliyet göstermesi bu hedefle çelişmektedir. Nitekim sonraki tekel dönemlerinde bu branşlardaki saklama oranları aşamalı olarak yükselmiş, yangın branşında şirketin saklama payı 1950-1967 döneminde %39,1 ile %52,8 arasında gerçekleşmiş olup, bu oran 1968 yılında %72,8 seviyesine ulaşmıştır. Benzer şekilde nakliyat branşında da 1950-1967 döneminde %36,8 ile %47,4 arasında gerçekleşen konservasyon oranları 1968 senesinde %68,7 düzeyine yükselmiştir (Akalin, 1998: 69-70). Bu veriler eşliğinde değerlendirildiğinde de, o yıllarda sektörün prim hacminin çok önemli bir kısmını üreten bu sigorta branşları açısından, tekel şirketinin ilk faaliyet dönemi itibarıyla kuruluş amaçlarını göz ardı ederek sadece kârlılık hedefine odaklandığı ve bir sigorta kuruluşundan ziyade salt bir komisyon aracı şeklinde faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır.

Reasürans ihtiyacının çok düşük olduğu hayat sigortası dalında ise, Millî Reasüransın kendisine zorunlu olarak devredilen portföylerin önemli kısmını kendi muhafazasında tuttuğu ve kamu gücünün sağladığı imtiyazla sigorta şirketlerinin gelirlerine zahmetsiz bir şekilde ortak olduğu görülmektedir. Sektörde hayat sigortaları için reasüransa fazla ihtiyaç duyulmamasına karşın, sigorta şirketlerinin zorunlu olarak “ikram ettikleri” bu primler sayesinde

Millî Reasüransa zahmetsiz bir şekilde kazanç elde etme imkân ve imtiyazı sağlanmaktadır (Atasagun, 1978: 86). Tablo-1'de görüldüğü gibi, 1929-1944 arasındaki ilk tekel döneminde hayat sigortası dalında şirketin saklama payları genel olarak %80,7 ile 88,6 arasında değişmekte olup, bu değerlerin sadece 1936 ve 1937 yıllarında %80 seviyesinin biraz altına indiği görülmektedir. Sigorta şirketlerinin kendi muhafazalarında tutabilecekleri saklama paylarının ciddi bir kısmını özel sermayeli bir şirket olan reasürans tekeline zorunlu olarak devretmeleri, şirketler açısından dezavantaj oluşturmaktadır. Kuşkusuz bir reasürans şirketinin sigorta şirketlerinin kendi tercihleriyle reasüre ettikleri paylar üzerinde kendi kârlılık hedefleri doğrultusunda tasarrufta bulunması doğaldır. Nitekim sonraki tekel dönemlerinde hayat branşında şirketin saklama payları daha da yükselerek %100'e yakın seviyelerde seyretmiştir (Akalin, 1998: 72). Buradaki temel sorun ise sigorta şirketlerinin kendi muhafazalarında tutmayı tercih edebilecekleri payları özel sermayeli bir şirkete kanun gücüyle aktarmak zorunda kalmasıdır. Bu işleyiş biçimi dâhilinde reasürans tekelinin sektöre bir maliyet avantajı sağlamadığı, aksine bu süreçte tekel şirketinin kamu gücünün verdiği imkânla (sigorta şirketleri üzerinden) ilave kazanç elde ettiği anlaşılmaktadır.

Bunların yanı sıra bazı kaza sigortalarında da risk ve teknik kâr oranları düşük seviyelerde olup (Elveren, 1996: 66), tekel işletmecisinin ilk iki yıl %100 olan kaza branşındaki saklama paylarının ilerleyen yıllarda %30'luk seviyelere düştüğü ve 1942 yılından itibaren yeniden artış kaydederek %50'li seviyelere ulaştığı görülmektedir. Ancak kaza sigortası branşının toplam prim hacmi içindeki payı ilk tekel dönemi itibarıyla sadece %1,5 ile %4 arasında değişmekte olup (Elveren, 1996: 182), bu değerler şirketin konservasyon politikası bakımından belirleyici bir önem arz etmemektedir.

Reasürans tekeline dönük dile getirilen bir başka şikâyet konusu ise devir komisyonlarının düşüklüğüdür. Sigorta şirketleri yangın sigortalarında %30 ve nakliyat işlerinde %25'e kadar maliyete katlanırken, Millî Reasürans ilk yıllarda şirketlere yangında %20, nakliyat sigortalarında ise %17,5 oranında komisyon vermiş olup, bu oranlar ancak ikinci inhisar devresinin sonlarına doğru %27,5 ve %25 seviyesine çıkarılmıştır. Hâlbuki sigorta şirketleri yurtdışına doğrudan kendi verdikleri işlerden %45'e kadar reasürans komisyonu sağlayabilmektedir (Türk Ekonomisi, 1953: 270). Tekel süresinin 1960 yılında yeniden uzatılmasından sonra sesyon komisyonları Ticaret Bakanlığı tarafından yangın branşında %35, nakliyat branşında %30 ve kaza branşında %25 olarak belirlenmiştir. Oysa o tarihlerde Avrupa piyasasında komisyon oranları yangın branşında %45'e, nakliyat branşında %35'e ve kaza branşında %30'a kadar çıkmakta ve buna ilaveten sigorta şirketlerine kârdan pay da verilmektedir. Bu

koşullar altında Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin zorunlu tekel payının düşürülmesi konusundaki ısrarlarını ve yurtdışı reasürörlerle çalışma eğilimlerini de tabii karşılamak gerekmektedir (Uras, 1966: 51-52).

Kuruluş amaçlarına aykırılık açısından Millî Reasüransa yöneltilen bir başka eleştiri de, şirketin memleketin döviz tasarrufuna yeterli katkıyı sağlamamasıdır. Daha önce de belirtildiği üzere, Millî Reasürans kendisine devredilen yangın işlerinden yarısını Compaigne Suisse de Réassurance şirketine ve kalanın %10 ila %15’ini kendi muhafazasına ayırdıktan sonra geri kalanları Ünyon Sigorta ve İttihad-ı Millî’den müteşekkil Ünyon grubu ile Assicuriassioni gibi yabancı şirketlere retrosede etmektedir. Millî Reasüransın bazı branşlarda devraldığı işlerin çok az bir kısmını uhdesinde muhafaza ederek kalanını yurt dışına ve memleket içindeki yabancı şirketlere devretmesinin, dışarıya döviz çıkışını önlemek gayesiyle çeliştiği açıktır. İnhisar işletmecisi şirket ilk devrelerde bu temel hedefe uygun faaliyet göstermemiş, aksine kendisine gelen işleri önemli ölçüde yurtdışına aktararak döviz tasarrufu gayesine ilişkin önemli bir fayda sağlamamıştır (Uras, 1969: 136). Bu hususa Tunaman da dikkat çekmekte, Millî Reasürans portföyünün sadece %10’unun şirket uhdesinde muhafaza edilerek kalanının yurtdışına ve Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı sigorta şirketlerine uzun vadeli mukavelelerle devredilmesi politikasını sorgulayarak, Piyos’un tercihiyle uygulanan bu politikanın yurtdışına döviz akışının önlenmesi maksadına aykırı düştüğünü belirtmektedir (Ekener, 1974: 88-89). Yazıcı ise, 1160 sayılı kanunun esbabı mucibesinde yer alan “yurtdışı reasürans işlemleri dolayısıyla her yıl 4 milyon lira karşılığında dövizin ülke dışına çıkmakta olduğu” gerekçesinin daha baştan hatalı olduğuna dikkat çekmekte, reasürans sesyon primlerinden yurtdışına çıkacak kısmın, komisyon, kâra iştirak payı, ödenen ve muallak tazminat karşılığı, reasürörlerin sedanlar nezdindeki depoları gibi kalemler düşüldükten sonra kalacak bakiyeden ibaret olduğunu ve dört milyon liralık primin tamamının yurtdışına çıkmasının söz konusu olmadığını belirtmektedir (Yazıcı, 1990c: 28).

Reasürans tekelinin tesisindeki başlıca gerekçelerden biri de Türkiye’de yerli sigorta sektörünün gelişiminin sağlanması olduğu halde, Millî Reasürans ilk dönemlerde aldığı işlerin yarısından fazlasını yurtdışına aktarmış ve memleket içinde tevzi ettiği meblağın da yine önemli kısmını yabancı şirketlere dağıtmış olup, bu süreçte tarife ve tekel rejiminden önemli ölçüde yabancı şirketler istifade etmiştir (Türk Ekonomisi, 1953: 26). Şirket kendisine devredilmiş olan (düşük risk taşıyan işler haricindeki) primlerin ancak küçük bir kısmını bünyesinde tutarak kalan kısmını yurtdışı reasürörlere aktarmakta olup, bu durum uzun yıllar boyunca tekel işletmecisinin temel politikası olarak işlerliğini sürdürmüştür. Örneğin 1975 yılındaki Sultanhamam yangını neticesinde



oluşan hasardan Millî Reasürans portföyüne 87.500.000 lira isabet etmiş, şirket bunun 86.750.000 lirasını reasürans anlaşmalarıyla karşılamış ve bu çok mühim hasara rağmen yangın branşında o yıl yaklaşık 15 milyon lira kâr elde etmiştir (Atasagun, 1978: 83).

Reasürans tekeli uygulamasının bir diğer gerekçesi de hazineye gelir sağlamak gayesine matuftur. Oysa uygulamada Hazinece tahsil edilen tutarların, reasürans tekelinin sigorta şirketleri ve Türkiye sigorta sektörü üzerindeki uzun vadeli maliyetlerinin yanında çok önemsiz kaldığı görülmektedir. Şirketin kâr payı dağıtım politikasında özellikle ödenmiş sermaye üzerinden hesaplanarak ortaklara dağıtılan %7 oranındaki birinci temettünün nisbî yüksekliği dikkat çekmekte, sermayedarlara yapılan bu yüksek tahsisatın Hazineye ödenecek kâr payını ciddi bir şekilde kısıtladığı görülmektedir. Nitekim 1934 senesinde 184.432,19 lira olan net kârın 70.000 lirası birinci temettü payı ve 30.236,53 lirası ikinci temettü payı olarak ortaklara dağıtılırken, Hazineye ikinci tertip 28.976,69 lira ve üçüncü tertip 26.876,91 lira; 1935 yılında 130.161,66 lira olarak gerçekleşen net kârdan 70.000 lira birinci temettü payı ve 14.850,83 lira ikinci temettü payı ortaklara dağıtılıp, Hazineye ikinci tertip 14.143,65 lira ve üçüncü tertip 13.200,74 lira; 1938 senesinde ise 117.314,16 lira olarak gerçekleşen net kârdan hissedarlara birinci temettü olarak 70.000 lira ve ikinci temettü olarak 11.208,55 lira ödenirken Hazineye ikinci tertip 10.674,82 lira ve üçüncü tertip 9.963,17 lira kâr payı ödenmiştir. (Millî Reasürans İdare Meclisi Raporu, 1934: 6; 1935: 6; 1938:6). 1929 senesinden başlayarak 48 yıllık sürede sigorta şirketlerinin Millî Reasüransa aktardığı primlerin toplamı yaklaşık 5,5 milyar lira iken, İnhisar işletmecisi şirketin bu sürede Hazineye sağladığı gelir yaklaşık 32 milyon lira olmuş, Millî Reasürans tekel imtiyazının kendisine sağladığı imkânla bu süreçte sigorta şirketlerini istismar ederek sektörün gelişmesini de sınırlamıştır (Atasagun, 1978: 85). Nitekim reasürans tekelinin devlete sağladığı gelirin daha fazlasını, tekel uygulamasının kaldırılması halinde sigortacılığın gelişmesine mâni olmadan sektörün kendisinin temin edebileceği ifade edilmektedir (Türk Ekonomisi, 1953: 270).

## REASÜRANS TEKELİNİN TÜRKİYE SİGORTACILIK SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Türkiye sigortacılık tarihinde son derece kritik bir öneme sahip olan reasürans tekelinin, sigortacılık sektörünün gelişimi üzerinde de belirleyici ve derin etkileri olmuştur. Her ne kadar Millî Reasürans yetkilileri tarafından inhisar sözleşmesinin uzatılması için olarak ileri sürülen gerekçelerde, Türkiye sigortacılık sektörünün cumhuriyet dönemindeki gelişimini Millî Reasüransın varlığına borçlu olduğu tezi işlenmiş olsa da, inhisarın sona erdiği 2001 yılında dahi uluslararası



göstergelere kıyasla Türkiye’de herhangi bir yönüyle gelişmiş bir yerli sigortacılıktan bahsetmek mümkün değildir. Kuşkusuz sektörün bu süreçte yaşadığı sorunlar ve gelişmişlik düzeyi birçok sosyoekonomik ve teknik etkeni içeren geniş bir mahiyete sahip olup, tüm bu sorunları sadece tekel rejimiyle ilişkilendirmek tutarlı değildir. Ancak Türkiye sigortacılık sektörünün vaziyetine ilişkin olarak aşağıda yer verilecek olan tablonun sektör üzerinde bu derece etkisi bulunan tekel rejiminden tamamen bağımsız olduğunu düşünmek de mümkün değildir. İş Bankası grubuna ve sınırlı bir çevreye sağlanan ciddi katkılar dışında, Millî Reasürans tekelinin Türkiye sigortacılığını uluslararası sıralamada daha ileriye taşıyacak, sigortalı tabanının genişletilmesini teşvik edecek, sigortacılık sektörünü iktisadi kalkınmaya ve sermaye piyasalarının gelişimine kaynak sunacak dinamik bir yapıya kavuşturacak nitelikte bir faydasına rastlanmamıştır. Şirketin bu süreçte ülke iktisadiyatına sağladığı katkılarını, kendisine sunulan imtiyaz ve imkânlarla ve bu uğurda sektörün katlandığı maliyetlerle kıyas edildiğinde son derece sınırlı kaldığı görülmektedir.

Reasürans tekeli hakkında 1953 yılında yayınlanan “Millî Reasürans Şirketinin Kuruluş ve Faaliyeti” başlıklı raporda da konunun eleştirel olarak değerlendirildiği görülmektedir. Buna göre, reasürans tekelinin sigortalılara hakikatte faydalar sağladığını, sigortanın himaye imkânlarını arttırdığını, maliyetleri azalttığını ve bunun neticesi olarak da primlerde ve tarifelerde indirimler sağladığını ileri sürmek mümkün olmayıp, bilakis reasürans tekeli nedeniyle masraflarda çoğalma olmuş, sigorta tarifelerinde sigortalılar lehine indirimler yapmak imkânları azalmış ve hatta tamamen ortadan kalkmıştır (Türk Ekonomisi, 1953: 271-272). Uzun yıllar boyunca kanuna aykırı bir biçimde uygulanan ve reasüransa devredilecek payı bir ayrıma tabi tutmadan tüm portföy üzerinden hesaplayan kotpar sistemi, sigorta şirketlerinin portföylerindeki riskler arasında seçim yaparak saklama paylarını daha yüksek tutmalarına ve finansal yapılarını güçlendirmelerine imkân vermemiştir (Elveren, 1996: 66). Bedi Yazıcı’ya göre reasürans tekeli Türkiye’de halkın sigorta maliyetini yükseltmiş ve ülke sigortacılığını sömürerek sigorta sektörünün ülke kalkınmasına kaynak aktarmasını sınırlamıştır (Ekener, 1974: 168). Falih Rıfkı’nın değerlendirmesine göre de reasürans tekeli memlekette sigortayı daha pahalı hale getirmiş, hatta bazı sigorta kollarını âdetâ felce uğratmıştır (Atay, Ocak 1954: 1). Atay’ın şu ifadeleri de bu tabloyla uyum içindedir (Atay, 1958: 427): “Geçen gün İstanbullu bir tüccardan duydum. Reasürans imtiyazı yüzünden yalnız bu tüccar şimdiye kadar 50.000 lira fazla sigorta parası ödemiştir.”

Anadolu Sigorta genel müdürlüğü de yapmış olan Halil Mirat Yenel, 1950’li yıllar itibarıyla tekel rejiminin artık sektöre zarar verdiğini ve terk edilmesi gerektiğini ifade ederken, Yenel’in bu kanaatini gerekçelendirmek ve inhisa-

rın devamını savunan Millî Reasürans cephesinin argümanlarına cevap olmak üzere dile getirdiği şu hususlar dikkat çekicidir (Yenel, 1953: 58-61):

“Filhakika, cari inhisar rejimi kaldırılacak olursa rekabetsiz kazanmak ve himaye ile yaşamak gibi fena bir alışkanlık ve itiyadın tesiriyle sigortacılığımızın sendeleyeceğine, sigorta teşkilatımızda birtakım güçlükler, gayrimeşru rekabetler doğacağını ve bu yüzden gerek endüstrimizin ve gerek sigorta müesseselerimizin zarar görebileceğini iddia eden meslektaşlarımız belki olacaktır. Ancak bunlar bilmelidirler ki, kendi idari kabiliyetlerine, kendi mali kudretlerine, kendi teknik ve bilgilerine güveni olmayan ve himayesiz iş görebileceklerine inancı bulunmayanlar, zati kudret ve gayretleriyle neşvünema bulamamış cılız uzuvlar ve taazzuvlardır. Varlığını ve menfaatini koruyamayacak kadar zayıf iradeli ve bünyeli olan müesseselerin ise, liberal ve rekabetçi ticaret rejiminde hayat hakkı sahibi olamayacakları tabiidir. Yaşamak için inhisar himayesine ve ayakta durmak için koltuk değneğine muhtaç olan bu gibi zuafâ, destekle idame ettirecekleri mevcudiyetlerinin, meslekleri için olduğu kadar mesleki teşekkülleri için de birer zaaf ve zarar âmili olacağını unutmamalıdır. (...) Milyonlara balığ olan ihtiyatlara, sıhhatli bir idari bünyeye, sağlam bir mali kudrete, muntazam bir teşkilata ve milletlerarası geniş ve kıymetli bir iş münasebatına malik bulunan bu müesseseyi devlet haysiyeti pahasına kanun kuvvetiyle doyurup beslemeye çalışmaya devam etmek, liberal iktisatçılığımız için herhalde bir şeref olmaz.”

Yenel’in de işaret ettiği üzere, Millî Reasüransın Türkiye sigorta sektörünün sağlıklı işlemeyebilmesi açısından arz ettiği kritik önem, özellikle tekel imtiyazının uzatılması süreçlerinde tekel işletmesi yöneticilerince sıkça dile getirilen bir iddiadır. Bu iddianın doğruluk payı kanaatimizce de yüksek olmakla birlikte, netice itibarıyla -başlangıçta en fazla 25 yıllık geçici bir uygulama olarak öngörülmesine rağmen- uzun yıllar boyunca devam eden tekel imtiyazının da etkisiyle sektör bu bağımlılığa yatkın hale gelmiştir. Aradan uzun yıllar geçmesine rağmen, Millî Reasürans şirketi olmaksızın memlekette reasürans işlevinin ve sigortacılık faaliyetlerinin sağlıklı bir biçimde yerine getirilemeyeceği görüşü, bizatihi uygulamanın sorunlu olduğuna işaret etmektedir.

Reasürans tekeli ile aynı tarihlerde yürürlüğe konulan tarife rejimi de bu süreçte sigorta şirketlerinin çalışma biçimlerini doğrudan şekillendirmiş, Millî Reasüransa yöneltilen “komisyoncu” eleştirisi, çok düşük konservasyon oranlarıyla çalışan (tekel payı dışında kalan portföylerinin de önemli kısmını yurtdışı reasürörlere aktaran) yerli sigorta şirketlerinin de temel niteliği haline gelmiştir. Rekabetin son derece sınırlı olduğu bu kapalı yapı içerisinde sistem içindeki aktörler zahmetsiz kazançlar elde ederken, Türkiye ekonomisi ve sermaye piyasaları açısından hayati önemi haiz olan sigortacılık sektörü atalet içine düşerek gelişmemiş, uzun yıllar boyunca faydası son derece sınırlı bir kısır

döngü içinde faaliyetlerine devam etmiştir. Başlangıçta sektörde yüksek fiyatlara mâni olmak gayesiyle getirilen tarife sistemi zamanla şirketler lehine fiyat rekabetini kısıtlayıcı bir uygulamaya dönüşmüş ve sektörde sadece bir komisyoncu gibi faaliyet gösteren şirketlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Uras, 1969: 42). Sigorta şirketleri sadece aldıkları işleri reasürörlere devrederek dahi risksiz bir şekilde cazip kârlar elde edebilmekte, bu durum düşük rekabet ortamının verdiği imkânla şirketleri konservasyon oranlarını asgari seviyelerde tutarak salt komisyonculuğa yönelmektedir (Uras, 1969: 46).

Uras'ın sigorta şirketlerinin ve Millî Reasüransın 1960 yılına ilişkin tahmini ortalama konservasyon oranlarından hareketle verdiği örneğe göre, mesela (konservasyonun en yüksek olduğu) kaza branşında sigorta şirketleri riskin %25'ini zorunlu olarak Millî Reasüransa devretmekte ve %26'sını kendi üzerinde tutmakta, kalanını da diğer reasürörlere aktarmaktadır. Millî Reasürans ise kaza branşında kendisine devrolunan payın %52'sini muhafaza edip kalan %48'i retrosede etmektedir. Bu hesaba göre konservasyon oranlarının en yüksek olduğu kaza branşında dahi sigorta muamelelerinin çoğunluğu yurtdışına aktarılmaktadır (Uras, 1966: 43). Uras'ın 1964 yılına ilişkin olarak aktardığı verilere göre sigorta şirketlerinin konservasyon oranları kimi şirketlerde %10'un altına dahi düşebilmekte, böylece düşük konservasyon oranları sigorta şirketlerinin işlevini sadece bir komisyonculuk faaliyetine dönüştürmektedir (Uras, 1966: 44-45). 1967 yılı itibarıyla Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı sigorta şirketlerinin konservasyon oranları %53,85 iken yerli şirketlerin oranı sadece %24,61 düzeyindedir. Yerli sigorta şirketlerinin konservasyon oranları makine montaj dalında %10,82'ye, nakliyat branşında %19,23'e ve kaza dalında %21,66'ya kadar düşmektedir (Uras, 1969: 37). Türkiye sigorta sektörünün temel niteliği haline gelen bu politikalar nedeniyle ülke içindeki sigorta muameleleri ve primleri yurtdışına akmaya devam etmiştir (Uras, 1966: 41).

Yerli sigorta şirketlerinin konservasyonlarının bu derece sınırlı olması, kuşkusuz sektördeki rekabet koşullarıyla ve mecburi reasürans payı dışındaki portföyün daha cazip komisyon oranlarıyla yurtdışına aktarılması imkânıyla ilgilidir (Baydar, 1965: 58). Bu yapı içinde sigorta şirketleri zorunlu sigorta kalemleriyle ve kamu kuruluşları kaynaklı sigortalılarla beslenmekte, yüksek tarifelerin katkısıyla yeterli ölçüde kâr sağlayan şirketler toplam portföy hacminin büyütülmesi konusunda etkili bir çaba göstermemektedir. Tarifelerin ve şirketlerce tahsil edilen idare harçlarının yüksekliği sigorta şirketlerine etkin bir rekabet çabasına girilerek konservasyonlarını yükseltme ve portföylerini genişletme ihtiyacı hissettirmemekte, alınan işlerin tamamı reasüre edilerek sadece komisyonculukla yetinilse dahi şirketler tatmin edici kârlar sağlayabilmektedir (Uras, 1969: 19-20). Arseven Türkiye sigortacılığını, kârlı tarifelerin

arkasına sığınılmış bir “aracı sigortacılık” şeklinde eleştirmekte, 1980’li yılların ortaları itibarıyla sektörün hâlâ düşük konservasyon hadleriyle faaliyet gösteren küçük sermayeli şirketlerden müteşekkil olduğunu belirtmektedir (Arseven, 1987: 429). Bu bağlamda, sigortacılığın Türkiye’de salt bir aracılık faaliyetine indirgenmesinin olumsuz neticelerinden biri de teknik bilgi ve donanımı yüksek eleman yetersizliği olmuştur (Uras, 1969: 41). Bu koşullar altında sektörde etkin bir maliyet yönetimi ya da yenilikçi ve düşük fiyatlı ürünler arz etme ihtiyacı da duyulmamaktadır.

1984 yılı itibarıyla 498 milyar dolara ulaşan dünya toplam prim hacmi içinde Türkiye’nin, 55 ülkeden oluşan sıralamada 192 milyon dolarla ve toplam içinde %0,03 payla Şili, Zimbabve, Fas, Libya ve Pakistan’ın ardından 48. sırada; kişi başına düşen prim sıralamasında ise Kenya, Tayland ve Peru’nun ardından 52. sırada; yıllık prim hacminin millî gelire oranı bakımından da (bir önceki yıl sıralamada Türkiye’nin önünde yer alan Zimbabve ve Dominik Cumhuriyeti’nden o yıl veri sağlanamamasının avantajıyla) 48. sırada yer aldığı görülmektedir (Ulutekin, 1986: 30-33). Türkiye sigortacılığının bu vaziyeti diğer birçok etkenle ilgili genel bir sonuç olmakla birlikte, diğer sektörlerle kıyaslandığında da sektör nisbî olarak daha az gelişmiş bir durumdadır (Tuncer, 1983: 54). Reasürans tekeli uygulamasının artık sonlarına yaklaşıldığı 1999 yılı itibarıyla kişi başı prim harcamasında gelişmiş ülkeler ortalaması 2.300 dolar, dünya ortalaması 387 dolar ve gelişmekte olan ülkeler ortalaması 40 dolar iken Türkiye’de bu rakam 35 dolar olarak gerçekleşmiştir (Alanya, 2002: 19).

Sigorta şirketleri üzerindeki olumsuz etkilerinin yanı sıra, tekel sisteminin mevcudiyeti Türkiye’de reasürans sektörünün gelişmesine de engel olmuştur (Uras, 1969: 120). Reasürans tekelinin getirildiği tarihteki koşullar ilerleyen yıllarda değişmiş olmasına rağmen inhisarın devamında ısrar edilmiş, uzun yıllar boyunca sürdürülen tekel uygulaması dolayısıyla başka bir reasürans şirketi bu ölçüde gelişme gösteremediğinden, inhisarın doğal tek adayı da hep Millî Reasürans olmuştur. Bu süreçte tekel şirketinin imtiyazının devamı konusundaki müzakere ve tartışmalarda her defasında Millî Reasüransın tecrübesine ve mali gücüne dikkat çektiği görülmektedir. Oysa şirket bu konuma zaten tekel imtiyazı sayesinde kavuşmuş olup, tekel imtiyazı aynı şirkete tahsis edildikçe mevcut statüko daha da güçlenmiş ve bu durum sektörü uzun yıllar devam edecek bir kısır döngü içinde bırakmıştır.

## SONUÇ

Sigortacılık sistemi, iktisadi aktörlerin tek başlarına karşılayamayacakları bazı risklerin ve muhtemel zararların yönetilebilir hale gelmesini sağlamakta, bu sayede oluşan güven ortamı geleceğe ilişkin planlamaları daha sağlıklı kıla-

rak yatırım kararlarını teşvik etmektedir. Sigorta şirketleri tarafından toplanan primler finans piyasalarındaki fon arzını besleyerek iktisadi büyümeye de ivme kazandırmaktadır. Geleneksel sigorta ürünlerinin yanı sıra, sigorta hizmetinin finansal riskler için de sunulabilmesi, finans piyasalarının sağlıklı bir şekilde işlemesi ve gelişmesi bakımından da önemli bir işlev görmektedir. Bahsedilen bu verimli döngünün etkili bir şekilde işlemesi ve uzun vadede sürdürülebilir bir mahiyet kazanması ise, sigorta şirketlerinin risklerinin etkin bir biçimde yönetilebilmesine, yani sağlıklı işleyen bir reasürans işlevinin mevcudiyetine bağlıdır.

Türkiye’de 1929 senesine kadar reasürans işlevi yabancı şirketler tarafından yürütülmekte iken, bu tarihten itibaren sigorta şirketlerinin portföylerinin yarısını Millî Reasürans T.A.Ş.’ye devretmeleri zorunluluğu getirilmiştir. Temel olarak yurtdışına döviz çıkışını önlemek gayesiyle tesis edilen reasürans tekel, uygulamada kuruluş kanununun gerekçesini oluşturan bu ana hedefe ciddi bir katkı sağlayamamış, bilakis sigorta sektörü için ilave bir maliyet unsuruna dönüşmüştür. Erken cumhuriyet dönemi iktisadi paradigmasının temel öğelerinden birini teşkil eden “millî iktisat” perspektifinden bakıldığında ise, sigortacılık sektörünün millîleştirilmesine matuf olarak yürütülen koruma ve imtiyaz uygulamalarının tüm ekonomiye ve topluma yayılacak fayda sağlamak yerine, belirli bir kesimin yararına olacak şekilde işletildiği görülmektedir.

Dünyadaki en erken reasürans tekel uygulamalarından biri olan ancak uluslararası örneklerden farklı olarak tamamen özel sermayeli bir işletmeye tahsis edilen reasürans tekel, uygulamada kaldığı süre boyunca Türkiye sigorta sektörünün başta gelen tartışma konularından biri olmuştur. İş Bankası grubunun merkezde olduğu dar bir çevrenin menfaat ilişkisi temelinde tesis edilen tekel rejimi, bu niteliği dolayısıyla daha fikir olarak ortaya atıldığı andan itibaren ciddi bir muhalefet görmüş, bununla birlikte arkasındaki siyasi nüfuz sayesinde uygulamaya konulmuştur. Bu süreçteki muhalefetin temel itiraz noktası ise tekel politikası değil, tekel imtiyazının tamamen özel sermayeli bir şirkete devredilmesindeki ahlaki sorundur. Bu süreçte Millî Reasüransa sağlanan bir başka önemli ayrıcalık da, kuruluş kanununa aykırı bir şekilde, zorunlu tekel payının şirketlerin saklama payı dışında kalan kısım yerine portföylerinin tamamı üzerinden hesaplanmasıdır. Sigorta şirketlerinin kendi portföyleri üzerindeki tasarruf haklarını ciddi şekilde sınırlayan ve Millî Reasüransa büyük avantaj sağlayan bu kanunsuz uygulama, uzun yıllar boyunca inhisar uygulamasına dönük eleştirilerin odağında yer almıştır.

Bu çalışmanın asıl araştırma dönemini oluşturan ilk tekel dönemi boyunca, Millî Reasüransın düşük komisyonlarla kendisine zorunlu olarak devredilen paylar içinde riski düşük olan (sigorta şirketlerinin zaten yüksek bir reasürans

ihtiyacı duymadığı) branşlara ait portföyleri önemli ölçüde kendi muhafazasında tuttuğu, riski yüksek olan branşlara ait portföylerin ise çok büyük bir kısmını daha yüksek komisyonlarla yabancı reasürörlere devrettiği görülmektedir. Kuşkusuz bir sigorta kuruluşu olarak Millî Reasüransın bu politikası şirket açısından gayet akılcı ve doğal sayılabilir. Ancak sigorta şirketleri düşük riskli portföylerde kendi saklama paylarını daha yüksek tutabilecekken ya da yüksek riskli portföyleri daha yüksek komisyonlarla yabancı reasürans şirketlerine aktarabilecekken bu portföylerin ciddi bir kısmını kanun marifetiyle özel sermayeli bir şirket olan Millî Reasüransa devretmek zorunda kalmaları hem ahlaki bir soruna neden olmakta hem de piyasanın doğal işleyişini olumsuz etkilemektedir. Böylelikle kendisine bahşedilen imtiyaz sayesinde parazit bir unsur olarak sigorta şirketleri üzerinden zahmetsiz kazanç sağlayan Millî Reasürans, yurtdışına döviz çıkışının engellenmesini öngören temel kuruluş hedefine de yeterince katkı sağlamamıştır.

Sigorta şirketlerinin getirilerini kısıtlayan ve maliyetlerini arttıran bu işleyiş biçimi, doğal olarak sigorta ürünlerinin fiyatlarını da yükseltmiştir. Bunun yanı sıra, bu süreçte yine bir İş Bankası iştiraki olan Anadolu Sigorta şirketine sağlanan imtiyazlarla başlayan ve daha sonra tarife rejimiyle devam eden korumacılık önlemleri, Türkiye sigortacılığının uzun yıllar boyunca genellikle zorunlu sigorta türlerinden ve kamu müesseselerinden gelen işlerle beslenen, uluslararası rekabet kabiliyeti son derece düşük bir işleyişe sürüklenmesinde etkili olmuştur. Türkiye’de sigortacılığın daha etkin ve verimli çalışarak iktisadi kalkınmaya dinamizm kazandırması gayesiyle çıkılan yolda, (İkinci Dünya Savaşı yıllarında Genel Müdür Rabbanî Tunaman’ın kişisel inisiyatifiyle sağlanan bazı önemli hizmetler saklı kalmak üzere), özellikle ilk inhisar döneminde Millî Reasürans şirketi tekel rejiminin temel kuruluş amaçlarından uzak bir anlayışla faaliyet göstermiştir.

Bu konudaki diğer çalışmalarda da genel olarak dikkat çekildiği üzere, sigortacılık sektörüne ilişkin olarak 1920’li yılların ortalarından itibaren başlatılan ve reasürans tekeli uygulamasını de içeren politikalar Türkiye’de millî sigortacılığın gelişimine ve Türkiye’nin güçlü bir reasürans şirketine kavuşmasına büyük katkılar sağlamıştır. Buna karşın uygulamada tercih edilen yöntemler sektörün ve reasürans şirketinin toplum iktisadiyatına olan faydasını sınırlamış, özellikle ilk tekel dönemi itibarıyla bu faydanın çok dar bir çevreyle sınırlı kalması sonucunu doğurmuş ve neticede Türkiye’nin güçlü bir reasürans şirketine kavuşmasının toplum açısından maliyetini yükseltmiştir. Nitekim, yine Türkiye İş Bankası ve bankanın Millî Reasürans A.Ş. de dahil olmak üzere bazı iştirakleri ile Güven Sigorta ortaklığında kurulan Destek Reasürans sayılmazsa, Türkiye reasürans sektöründe Millî Reasürans şirketine etkili bir şekilde



rakip olabilecek uzun ömürlü ikinci bir yerli şirket uzun yıllar boyunca varlık gösterememiştir.

Reasürans tekeli rejimine ilişkin olarak eleştirel bir bakış açısıyla kaleme alınan bu çalışmanın hem Türkiye sigortacılık tarihi literatürüne katkı sağlayacağı hem de (sigortacılığın iktisadi hayat açısından taşıdığı kritik önem dolayısıyla) Türkiye'nin iktisadi kalkınma serüvenine ilişkin çalışmalarda araştırmacılara farklı bir bakış açısı sunacağı düşünülmektedir. Reasürans tekeli uygulamasına dönük eleştirel akademik çalışmaların sayıca oldukça sınırlı olduğu göz önüne alındığında, çalışmanın bundan sonraki araştırmalar açısından bir kaynak teşkil etmesi ve içerdiği literatür bakımından kolaylaştırıcı bir işlevinin olması muhtemeldir. Bu çalışmanın kısıtlı hacmi içinde Türkiye'deki tekeli uygulamasının özellikle ilk faaliyet döneminde kuruluş amaçlarına uygunluğu ve bunun sigortacılık sektörünün gelişimine muhtemel etkileri incelenmiş olup, o yıllarda diğer ülkelerdeki reasürans tekeli uygulamalarına ve bunun sigortacılık sektörünün gelişimine olan etkilerine ilişkin ülkeler arası karşılaştırmalı veriler içeren yeni araştırmalar konunun daha derinlikli analiz edilmesine ve literatürün zenginleşmesine önemli katkı sağlayacaktır.



## KAYNAKÇA

- IV. Sigorta Semineri (1978). *Sigorta Endüstrisinin Türk Ekonomisindeki Yeri*. Ankara: Sigorta Hukuku Türk Derneği.
- Akalın, B. (1998). *Dünya Reasürans Piyasalarındaki Gelişmeler ve Türkiye’de Reasürans Tekeli Uygulaması*. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Akat, İ. (1965). *Türkiyede Teknik ve Ekonomik Veçheleri ile Reasürans*. İzmir: İzmir Ticaret Odası Neşriyatı.
- Alanya, Ç. (2002). *Sektörel Durum ve Mevcut sorunlar, Türkiye’de Sigortacılık Sektörünün Sorunları ve Yeni Açılımlar Paneli: 12 Ekim 2001*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, 19-23.
- Arseven, H. (1967). Sigortanın Tarihçesi ve Geri Kalmışlığımızın Sebepleri. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, Prof. Dr. Sabri Ülgener’e Armağan, (43), 415-431.
- Atasagun, E. (1978). *Türkiye’de Sigortacılığın Gerçek Yönü*. İstanbul: Güryay Matbaacılık.
- Atay, F.R. (30 Ocak 1954). Bu Kötü Hatıradan Kurtulalım. *Dünya Gazetesi*. s.1.
- Atay, F.R. (7 Nisan 1954). Bu Tasfiye Niçin Gecikiyor!. *Dünya Gazetesi*. s.1.
- Atay, F.R. (1958). Çankaya. İkinci Cilt. Dünya Yayınları.
- Avcıoğlu, D. (2016). *Türkiye’nin Düzeni (Dün-Bugün-Yarın)*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Baran, T. F. (1982). *Sigorta ve Reasüransa Bir Yaklaşım*. Ankara: Bizim Büro Basımevi.
- Baydar, V. (1965). *Türkiye’de Reasürans İnhisarı*. İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Ekener, H. (1974). *Türkiye’de Mükerrer Sigorta Sorunu ve Bütün Vesaiiki ile Reasürans İnhisarı Davası*. İstanbul: Kaya Basımevi.
- Elveren, A. H. (1996). *Evolution of the Turkish Insurance Sector And the ReInsurance Monopoly*. Ankara: Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Erederdi, H. C. (1983). *Reasürans*. İstanbul: Erkent Ofset.
- Erederdi, H. C. (1998). *Sigortacılığımızın Tarihi*. İstanbul: Commercial Union.
- İstanbul Ekspres. (16 Şubat 1954). *Türkiye’de Reasürans Muameleleri Üzerinde Mütalâa*. s.4,7.
- Kocataşkın, I. (1990). *Dünya’da ve Türkiye’de Sigorta ve Reasürans Tarihçesine Kısa Bir Bakış*. İstanbul: Lebib Yalkın Yayınları.
- Koraltürk, M. (2011). *Erken Cumhuriyet Döneminde Ekonominin Türkleştirilmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Millî Reasürans T.A.Ş. Esas MukaveleNamesi* (1958). İstanbul: Kâğıt ve Basım İşleri A.Ş.
- Millî Reasürans T.A.Ş. İdare Meclisi Raporu* (1934). Altıncı Hesap Senesi.
- Millî Reasürans T.A.Ş. İdare Meclisi Raporu* (1935). Yedinci Hesap Senesi.
- Millî Reasürans T.A.Ş. İdare Meclisi Raporu* (1938). Onuncu Hesap Senesi.
- Moralı, N. (1976). *Mütarekede İzmir: Önceleri ve Sonraları*. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Müezzinoğlu, E. (2017). 1921-1925 Yılları Arasında Ahmet Şükrü Bey'in Kocaeli'deki Faaliyetleri. *Uluslararası Çoban Mustafa Paşa ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu*. Kocaeli, 1175-1183.
- Neyzi, A. H. (2005). *Benim Sigortacılarım – 1*. (2. Bs.). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Nomer, C., Yunak, H. (1998). *Reasürans*. İstanbul: Ceyma Matbaacılık.
- Nomer, C. (1984). *Türkiye'de Reasürans Tekeli*. Sigorta Hukuku Dergisi, II (1-2)'den ayrı basım, Ankara: Olgaç Matbaası.
- Onat, S. (1974). *Türkiye'de Reasürans Tekeli*. İstanbul: T.C. Ticaret Bakanlığı Sigorta Murakabe Kurulu Yayınları.
- Özger, Y. (2018). Geç Osmanlı Döneminde Kurulan Bir Sosyal Güvenlik Şirketi: İttihâd-ı Millî Sigorta. *Tarih Okulu Dergisi*, 11 (XXXVII-2), 656-680.
- Pfeiffer, C. (1992). *Reasüransa Giriş*. İstanbul: Kölniche Rückversicherung & Destek Reasürans.
- Resmî Gazete. (19 Mart 1929), Sayı:1145. (2 Nisan 1929), Sayı:1157. (13 Temmuz 1929), Sayı: 1240. (1 Nisan 1978), Sayı:16246. (28 Aralık 1979), Sayı:16853. (16 Ekim 1991), Sayı:21023. (30 Aralık 2001), Sayı:2001/3480 (Mükerrer).
- Sergici, E. (2001). *Türklerin Tarihi ve Sigortacılık*. İstanbul: EGS Sigorta Yayınları.
- Sertel, V. (30 Ağustos 1944). Millî Bir Sigorta Şirketimiz: İttihâd-ı Millî Türk Sigorta Şirketi. *İktisadi Yürüyüş*, 112. Sayı İlavesi: Sigorta Özel Sayısı, 66-67.
- Sigorta Rehberi (1942). İstanbul: Kâğıt ve Basım İşleri A.Ş.
- TBMM Zabıt Ceridesi (25.06.1927). Devre:2, İçtima:4, Cilt:33, 82. İnikat.
- Toprak, Z. (2010). *Geçmişten Geleceğe Anadolu Sigorta*. İstanbul: Anadolu Sigorta Yayını.
- Toprak, Z. (2009). *Ulusal'dan Küresel'e Millî Reasürans T.A.Ş. ve Türkiye'de Reasüransın Evrimi*. İstanbul: Tarih Vakfı & Millî Reasürans.
- Tuncer, S. (1983). Türkiye'de Sigortacılığın Gelişmesini Önleyen Amiller. *Türkiye'de Sigorta Kesiminin Ekonomik Gücü ve Gelişmesi Paneli*, İstanbul, 31-55.
- Türk Ekonomisi Dergisi (Eylül 1953), *Millî Reasürans Şirketinin Kuruluş ve Faaliyeti*. 11 (123), 268-272.

- Ulutekin, H. (1986). Türkiye’de Sigortacılığın Gelişimi ve Geliştirme İmkânları. *Türk Sigortacılığının Geliştirilmesi Semineri: 22 Eylül 1986*, İstanbul Ticaret Odası, 15-34.
- Uras, G. (1978). Kalkınma Planları ve Yıllık Programlarda Gönüllü Sigorta Sistemi. IV. *Sigorta Semineri: Sigorta Endüstrisinin Türk Ekonomisindeki Yeri: 15-16 Mayıs 1978*, Ankara, 119-123.
- Uras, G. (1969). *Mükerrer Sigorta (Reasürans) İnhisarı Sorunu*. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı.
- Uras, G. (1966). *Türkiye’de Sigorta Sorunu*. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı.
- Yarın. (13 Mart - 6 Nisan 1930). *Piyos Efendi Kimdir, Millet Zararına Nasıl Para Kazanmaktadır*. s.3.
- Yazıcı, B. (1992). *Benden Bu Kadar*. İstanbul: Halk Reasürans A.Ş.
- Yazıcı, B. (11 Şubat 1990). Pazar Sohbeti: Türkiye Sigortacılıkta Dünyanın En Geri Ülkesi. *Sabah*, (7,17).
- Yazıcı, B. (1990a). Sigortacı Olarak Bilinmeyen Rabbani Tunaman?. *Sigorta Dünyası*, Ocak-Şubat, 31 (360), 10-13.
- Yazıcı, B. (1990b). Sigortacılığımızın Öyküsü: Bu Gecikme Neden?. *Sigorta Dünyası*, Ekim, 31 (368), 36-37.
- Yazıcı, B. (1990c). Sigortacılığımızın Öyküsü: Bu Gecikme Neden?. *Sigorta Dünyası*, Kasım, 32 (369), 28-30.
- Yazıcı, B. (1990d). Sigortacılığımızın Öyküsü: İnsan Olarak, Bilinmeyen Rabbani Tunaman, *Sigorta Dünyası*, Mart, 31 (361), 14-16.
- Yazıcı, B. (1990e). Sigortacılığımızın Öyküsü: Reasürans, *Sigorta Dünyası*, Eylül, 31 (367), 28-29.
- Yenel, H. M. (1953). *Sigorta Endüstrimize Ait Etüdler*. İstanbul: İstanbul Matbaacılık.
- Yıldız, B. (2015). *Sigortacılığın Duayeni David Kohen: Sigortacı Bir Ailenin Beş Nesillik Serüveni*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- 865 Sayılı Ticaret Kanunu. 29.5.1926.
- 1149 Sayılı Sigorta Şirketlerinin Teftiş ve Murakabesi Hakkındaki Kanun. 26.6.1927.
- 1173 Sayılı Sigorta Şirketlerinin Teftiş ve Murakabesi Hakkındaki Kanuna Müzeyyel Kanun. 26.6.1927.
- 1160 Sayılı Mükerrer Sigorta Hakkında Kanun. 25.6.1927.
- 7397 Sayılı Sigorta Şirketlerinin Murakabesi Hakkında Kanun. 21.12.1959.



*Araştırma Makalesi / Research Article*

# WHAT AFFECTS EMPLOYEE MOTIVATION AT IT PROJECTS IN TURKEY? THE IMPACT OF LEADER COMMUNICATION, WAGE SATISFACTION, AND JOB OPPORTUNITIES AT IT PROJECTS EMPLOYEE'S\*

Türkiye'deki BT Projelerinde Çalışan Motivasyonunu Ne Etkiler? Lider İletişiminin, Ücret Memnuniyetinin ve İş Fırsatlarının Etkisi

Gönderim Tarihi / Received: 23.02.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 16.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.693187>

**Cemil CEYLAN\*\*1**

**Hande Gülin YAVAŞ<sup>2</sup>**

**ABSTRACT:** This study aimed to investigate the factors influencing employee motivation and performance of information technology projects in Turkey and the perception of employee motivation next to it and investigate the effect of redundancy request. The employee on different IT projects was selected in Turkey for this study. Seven hypotheses were developed and tested by using literature studies and survey data obtained together. For the hypothesis tests, structural equation modeling was performed by using SPSS and AMOS programs. As a result of the application, five hypotheses were accepted, and two hypotheses were rejected. According to the results of the analysis, it is seen that employee-manager relationships and wage satisfaction have a positive effect on employee motivation. In addition, the hypothesis that the relationship between employee and manager affects performance other than motivation was supported. Also, perceived alternative job opportunities were found to have a positive effect on willingness to leave and a negative impact on employee motivation. The results were interpreted in support of the literature, and suggestions were made to shed light on future studies, and the study was completed in this way.

**Keywords:** Motivation, Turnover Intentions, Performance, Pay Satisfaction, Leader Communication, Perceived Alternative Job Opportunity, SEM, SPSS, AMOS.

\* Hande Gülin Yavaş'ın Yüksek Lisans Tezinden yararlanılarak yayına hazırlanmıştır. Çalışma 2019 yılında yapıldığı, gönüllük esasına dayalı bireylerden toplandığı ve yüksek lisans tezi olduğu için etik kurul belgesi gerektirmemektedir.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İTÜ, İşletme Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı, [ceylan@itu.edu.tr](mailto:ceylan@itu.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-9353-0235>

<sup>2</sup> Endüstri Yüksek Mühendisi, İTÜ, İşletme Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı, [handegulin@gmail.com](mailto:handegulin@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0003-3101-4168>

**ÖZ:** Bu çalışma, Türkiye'deki bilgi teknolojisi projelerinde çalışanların motivasyonunu ve performansını etkileyen faktörleri ve bunların işten çıkarılmaya etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Bu çalışma için Türkiye'de farklı BT projelerinde çalışanlarla iletişime geçilmiştir. Literatür çalışması sonrasında oluşturulan yedi hipotez, elde edilen anket verileri kullanılarak test edilmiştir. Hipotez testleri için SPSS ve AMOS programları kullanılarak yapısal eşitlik modellemesi yapılmıştır. Çalışma sonucunda beş hipotez kabul edilmiş ve iki hipotez reddedilmiştir. Analiz sonuçlarına göre çalışan-yönetici ilişkilerinin ve ücret memnuniyetinin çalışanların motivasyonu üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir. Ayrıca, çalışan ve yönetici arasındaki ilişkinin motivasyon dışında performansı da etkilediği hipotezi desteklenmiştir. Ayrıca, algılanan alternatif iş fırsatlarının ayrılma isteği üzerinde olumlu bir etkisi ve çalışanların motivasyonu üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu saptanmıştır. Sonuçlar literatürle desteklenerek yorumlanmış ve gelecekteki çalışmalara ışık tutmak için önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Motivasyon, İşten Ayrılma İsteği, Performans, Ücret Tatmini, Lider İletişimi, Algılanan Alternatif İş Fırsatları, SEM, SPSS, AMOS.

## INTRODUCTION

With the increasing technology, the information technology sector, which develops more and more every day, acts as an aid for companies to make their operations faster and more efficient. It does not directly provide financial benefits to companies, but can indirectly increase profitability in the long run. The source of information technology projects is human. The quality of human resources will determine the quality of an organization (Weiner, 2013). When the employees are examined, it is seen that the factors to each employee are satisfied with vary. In addition, in terms of performance, it is understood that employees do not conduct their jobs with the same speed. Therefore, it is difficult to think like a production line and make a constant calculation, such as input and output time. However, it is known that unhappy employees want to change their job to another job and that it is difficult to train a new employee (Örücü and Esenkal, 2005). From this, it is understood that employee motivation is a critical issue that needs to be examined.

Motivation is not a factor that some people have, and some people have not. In some cases, all employees are more or less motivated (Robbins, 1998). What is important here is the current situation and the motives. For example, a student can quickly finish a book on a topic of interest, while another student cannot read for more than half an hour. As explained in this way, motivation varies from person to person, and may even change at different times in the same person.

So, what affects employee motivation? In this paper, the concepts of motivation, intention to quit, performance, pay satisfaction, employee-manager relationship, and perceived alternative job opportunities and literature

researches and applications of these topics in IT projects are examined. In the application part of the study, a research model related to the concepts studied, including employee motivation at the center, was established, and specific hypotheses were found between these concepts, and then these hypotheses, which were created through a survey study, were tested. There are many studies in the literature about motivation, performance, and intention to quit (Ashford et al., 1989; Sonnentag and Frese, 2002; Bodla and Hameed, 2008; Robbins and Judge, 2012; Khan and Zakirullah, 2016). In this study, the scope of the target audience was selected only from those working in information technology projects. Thus, the survey with more IT employees was conducted.

Our model allows us to measure the factors that affect the motivation of employees in IT companies in Turkey. According to the survey conducted, the results showed that executive communication has a positive effect on performance and motivation. Also, pay satisfaction has a positive effect on motivation. On the other hand, today, the turnover rates of information technology employees are extremely high. According to a study conducted in 2017, the software sector had a higher turnover rate (13.2%) than other sectors (Forrest, 2019). Because demand and rewards are high, information technology employees want to change their jobs (Miller, 2019). As the cost of leaving jobs is an important cost item for companies, it is important to examine the reasons. With the literature study, the reasons for leaving the job were examined and useful results were obtained for the companies. According to this, perceived business opportunities have a positive impact on turnover intention. However, motivation has a negative impact on turnover intention. Further, for the business to be successful, it is essential to understand the employees' wishes (Katz, 1998; Beckova, 2004). To mobilize employees for the enterprise, their desires and needs, and the conditions that direct them should be examined. Our work can also be useful for managers and employees working in IT projects. Through this paper, IT managers can plan employees' behaviors and work to their subordinates more effectively. In this way, managers can connect employees and work more effectively. In addition, this study is beneficial for academic researches for future researches.

## LITERATURE REVIEW

### **Influence of Leader and Employee Communication on Employee Motivation and Perceived Performance**

Managers should direct their subordinates in line with the objectives of the company to maintain the continuity of the companies despite the increasing competition conditions (Yılmaz, 2011). According to this, managers should



motivate their subordinates at the same time. It can be concluded that the employee's relationship with the manager will affect employee motivation status. The more successful the employee communicates with the manager, the more motivated he will be. An employee with poor communication with the manager is expected to have low motivation.

Similarly, in another study, it is stated that open communication channels of official and informal executive employees have a positive effect on motivation (Dwivedula and Bredillet, 2010). In a study conducted in 2014, the motivation conditions of the software engineers' motivation levels were examined in 4 countries. After face-to-face interviews and surveys, Australian employees stated that they should be good managers as their primary motivation (Verner et al., 2014). In 2003, they stated that almost all of the employees had a sense of job satisfaction after being appraised by their managers and that they created the right motivation for their work (Öztürk and Dündar, 2003). They also stated that the injustice that occurs when they compare themselves with other employees in the team rather than the wage received is more or less creates unrest among the employees. They also stated that it is another source of motivation for employees to know that the higher they work, the higher they will rise. At this point, if the employee knows to receive as much money as works and is evaluated equally with their colleagues, the work environment will be more peaceful. In the study, a positive relationship hypothesis was established between executive communication and motivation, similar to literature studies.

In addition, employees may be given responsibility or enriched to plan, manage, and control their own business. This will increase employee performance and motivation (Üçüncü, 2016). The level of work provided by the manager is considered as an acceptable workload to the extent that the employee can continue to do employee job healthily and effectively (Jung, 2001). The manager is responsible for planning the works under which employees will be motivated (Prentice, 2004). Therefore, manager relationship and communication also affect employee performance. As a result of this researches, the following hypotheses were formed.

H1: Leader and employee communication will have a positive effect on employee motivation.

H2: Leader and employee communication will have a positive effect on perceived employee performance.

## **Influence of Pay Satisfaction on Employee Motivation**

As a result of the literature research, it was found possible that there is a relationship between the concept of pay satisfaction and a concept in the model, and the related hypothesis was written. The hypothesis has been established that pay satisfaction has a positive relationship on employee motivation. In a study conducted in 4 countries in 2014, it was found that motivation levels of software engineers were affected by pay satisfaction (Verner et al., 2014). In addition, employees should be motivated by the companies they work for to be more successful (Aydın, 2000). Thus, motivation would depend on a pay increase, promotion, appreciation, and access to limited resources.

Furthermore, promotion is an excellent opportunity when employees' salary expectations increase. The promotion is to bring the employee to a higher position and, therefore, to a more difficult job. As the task becomes more complicated, the responsibility, authority, social status and salary paid to the individual increase. For this reason, promotion, which is a reward for success and which is a motivation-enhancing element, has a multi-faceted motivator effect on the individual. In terms of being an element that includes monetary and psychological rewards, promotion promotes more than the motivating effect of the same amount of wages (Kıdak and Aksaraylı 2009).

In addition to financial gains for employees, payment implies indirectly spiritual meaning. As a result of the wages received, the employee feels and is motivated by taking or doing what employee wants and being more productive in the environment. As a result of this, the motivated individual is happy in his private life and more successful in working life. As a result of this researches, the following hypotheses were formed.

H3: Pay satisfaction will have a positive effect on employee motivation.

## **Influence of Perceived Alternative Job Opportunity on Employee Motivation and Turnover Intention**

Before this hypothesis was established, a literature review that includes perceived job opportunities among employees' motivation factors has not been conducted. However, the hypothesis was added to the study to overcome this gap in the literature upon the fact that during the face-to-face interviews with the employees in the IT project, the employees stated that they generally found easy work and were affected by the dynamic structure of the sector.

The fact that the employees have more opportunities to find alternative jobs outside their companies makes them feel that they do not need their current company so that they feel free and not stressed because they do not feel under

pressure. This open environment is thought to increase motivation in sectors such as innovation-oriented information technologies. In this study, this hypothesis has been tested and added to the literature to be useful.

Among the issues affecting the desire to quit, the economic and social events that took place in the environment of the employees were more effective (Şimşek, 2002). Also, he stated that in business life, as a result of increasing competition with the development of technology, the attractiveness of other jobs increased, and this affected the desire to quit. It is argued that alternative job opportunities have a positive effect on employees' willingness to quit (Ashford et al., 1989; Bodla and Hameed, 2008). In the literature, there was a significant and positive relationship between perceived alternative job opportunities and intention to quit (Hulin et al., 1985; Thatcher et al., 2003; Hwang and Kuo, 2006; Sakchaicharoenkul, 2009). Hypotheses were created in this way.

H4: Perceived alternative job opportunities will have a positive effect on employee motivation.

H5: Perceived alternative job opportunities will have a positive effect on turnover intention.

### **Influence of Employee Motivation on Perceived Performance and Turnover Intention**

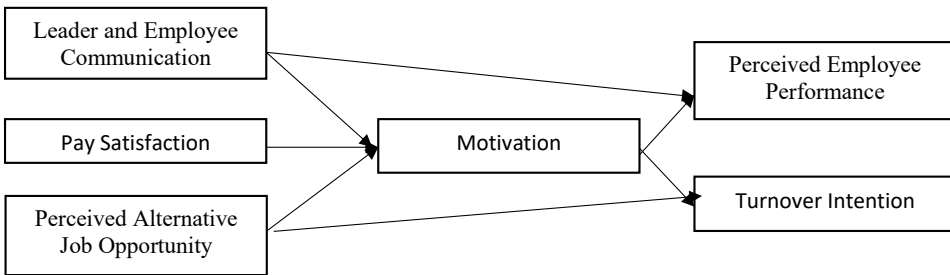
The employee's success in the job, and the success of the given work, employee pride, a source of success and motivation (Sonnentag and Frese, 2002). As a result, performance increase has a positive effect on a profitable future and reputation. It is generally thought that highly motivated employees perform better than lower motivated employees. In addition, motivation is a concept in business life and that employees who are not well motivated cannot perform at the expected level (Robbins and Judge, 2012). Motivation encourages the desire of the employee to achieve the goal of better performance (Handoko, 2000). Motivation, which is the employee's desire to strive for the highest level of company goals, is performed depending on the degree of fulfillment of the employee's needs (Robbins, 2003). In 2007 stated that motivation affects performance in their study (Djunaedi et al., 2017). There is a significant and inverse relationship between motivation and intention to quit (Ünsar, 2011; Khan and Zakirullah, 2016). Literature research stated that as employee motivation increases, the employee's desire to leave the workplace would decrease (Kaya and İlban, 2019). In the study, a negative relationship hypothesis was established between motivation and intention to quit, similar to the literature studies.

H6: Employee motivation will have a positive effect on perceived employee performance.

H7: Employee motivation will have a negative effect on turnover intention.

Based on the literature analysis, a conceptual model has been proposed to demonstrate the factors affecting motivation and how motivation affects performance and intention to quit; this is depicted in Figure 1.

**Figure 1: Conceptual Framework**



## METHOD

### Sample

In this paper, the survey method was used. Surveys were sent to employees of different IT Project in Turkey. We also shared the survey on online platforms. To contribute to the study, participants were informed: (1) the study was aimed at academic research; (2) the information received is confidential and will not be shared; and (3) there is no right or wrong answer. The survey was conducted on May-Oct, 2019. Since the study was collected from individuals on a voluntary basis in 2019 and it is a Master Thesis, it does not require an Ethics Committee Certificate. A total of 315 IT project employees replied. A total of 315 IT project employees replied, but incorrect surveys excluded and 298 questionnaire returns remained. Demographic questions asked and shared in Table 1. As he (Hair and other, 1998) pointed out, there is a need to observe the number of expected (estimated) variables at least five times. Also, a suitable sample volume for Maximum Likelihood estimation is 100. If the sample volume for MLE exceeds 400 or 500, the measured goodness-of-fit indicators indicate a poor fit. Our survey rate is 94.6%. (Israel, 2003), when the main mass is over 100,000, the theoretical sample volume should be between 200 (95% confidence level and  $\pm 7\%$  precision level) to 400 (95% confidence level and  $\pm 5\%$  precision level). The number of the questionnaire's collected in this study provides a theoretical sample volume condition.

**Table 1:** Summary of Respondents (N=298)

		Number of Participants	% Value
Gender	Male	195	65,4%
	Female	103	34,6%
Age range	21-30	181	60,7%
	31-40	92	30,9%
	41-50	23	7,7%
	51 +	2	0,7%
Education	Bachelor degree	219	73,5%
	Post graduate degree	73	24,5%
	High school	1	0,3%
	Associate degree	5	1,7%
Marital status	Single	176	59,1%
	Married	122	40,9%
Current role	Analyst	90	30,2%
	Project manager	43	14,4%
	Test Engineer	33	11,1%
	Developer	101	33,9%
	Manager	31	10,4%
Current role working year	0-3	180	60,4%
	12 +	25	8,4%
	4-7	75	25,2%
	8-11	18	6,0%
Total years of IT experience	0-3	117	39,3%
	12-15	24	8,1%
	16 +	27	9,1%
	4-7	83	27,9%
	8-11	47	15,8%

## Measures

In IT projects, employees were asked to evaluate their communication with their managers, perceived alternative job opportunities, wage satisfaction, motivation, performance, and perceptions about their willingness to leave. After the literature was scanned, suitable scales were found to test the model in the study, and a questionnaire was conducted on the subject's ideal for the coverage. The scales in the literature were translated into English for the measurement of different factors in the study. The reliability after translating the questionnaire was measured via cronbach alfa coefficients (Table 3). The first part of the study consists of demographic questions and provides information about the current situation of the person solving. In the second part, the 5-point Likert scale (1 = strongly agree, 5 =strongly disagree) was used as used in the literature. The table of question sources prepared is in Table 2.



**Table 2: Measurement Resources**

Latent Variable	Question Resources	Number of Questions
Organizational Business Motivation	Karakaya ve Alper Ay, 2007	10
Individual Business Motivation	Karakaya ve Alper Ay, 2007	10
Intention to Leave	Wayne, Shore ve Liden, 1997	3
Performance	Sigler ve Pearson, 2000	4
Pay Satisfaction	Sharma ve Bajpai, 2011	6
Executive Communication	Mert, 2011	8
Perceived job opportunities	Weng, 2010	4

The application was carried out in 2 stages. First, the questions were discussed with five employees that work in IT, and it was ensured that when everyone read the question, everyone understood it correctly and in the same way. They were asked not only to respond to the entire survey but also to provide feedback on the survey design and text. The aim here is to avoid confusion as scales can be translated from a foreign language into Turkish, which may impair the integrity of meaning. All participants should understand the same expression for each question. Besides, the relationship of the questions with the concepts and their suitability for the research were investigated at this stage. Subsequently, inappropriate survey questions were correctly arranged. Thus, it was prevented from pushing the wrong result to the wrong as a result of the differences in meaning arising from the translation of foreign languages. Then, the pilot study was conducted on 75 people. Since the questionnaire was in an electronic environment, it was not only applied in the same place to be objective and objective results. It was distributed to different age groups, sexes, and businesses, and objective mass was formed. After the application, the responses were tested in the SPSS program, and the reliability of the questionnaire was tested. The most commonly used method is the Cronbach Alpha coefficient (Cortina, 1993; Haladyna, 1999). Generally, Cronbach Alpha value is expected to be over 0.7 (Eymen, 2007). With the help of the program, Cronbach’s alpha values, which express the reliability coefficient of the factors, were calculated. The values are in Table 3.

**Table 3: Cronbach Alpha Values**

Top Model	Latent Variable	Cronbach's Alpha Value
Motivation	Organizational Business Motivation	0,80
	Individual Business Motivation	0,73
Intention to Leave	Intention to Leave	0,94
Performance	Performance	0,80
Pay Satisfaction	Pay Satisfaction	0,81
Executive Communication	Executive Communication	0,89
Perceived job opportunities	Perceived business opportunities	0,78

Results were examined, and it was found that Cronbach Alpha values in all models were higher than 0.70. This means that the questions and results are reliable. In this context, the application was continued with the employees in IT projects, which is a larger sample target audience the online survey link was shared with employees.

### Normality Testing

Structural equation models are multivariate statistical methods using a variance, covariance analysis, and multiple regression analyses to predict causality and correlations between latent and observed variables (Dursun and Kocagöz, 2010). Some basic assumptions must be made to perform factor analysis. These assumptions are conceptual rather than statistical. In case of deviations from statistical assumptions such as multivariate normal distribution suitability and linearity, the calculated correlation coefficients will be reduced. The assumption of normality is only necessary if the significance of the factors is to be tested (Hair et al.; 1998, Hair et al., 2017). For this reason, after demographic analysis, the normality of the data was tested to see its application to structural equation model studies. Skewness & Kurtosis values were found for the test of normality of data using the SPSS 20.0 application. Normality values are evaluated in Table 4 (George and Mallery, 2010).

**Table 4: Normality Ranges**

Value Range	Durum
$-1 < x < 1$	Most Ideal
$-2 < x < 2$	Expected Status
$-3 < x < 3$	Critical Limit





According to the results, if the values of the analysis are out of the range in Table 4, the assumption of normality will be invalid. Skewness & Kurtosis values were examined with SPSS. In this context, one question in the individual motivation factor does not fit the normal distribution. This question was removed from the analysis and continued to be applied.

**Factor analysis**

Confirmatory factor analysis (CFA) models are an essential component of SEM, covering a wider class of latent variable models. Analysis, which is considered as a type of SEM, which describes the relationship between observed variables and latent structures with measurement models, is also used to test the accuracy of measurement models (Thompson, 2004). The CFA model is intended to investigate whether the given sample validates the initial theoretical model. The existence of a factor structure that provides this situation and the statistical significance of the structure is tested. Afterward, the validity of the hypothesized model is confirmed by additional sample data appropriate to the model (Schumacker and Lomax, 2004). In the research, when the scales were first subjected to KMO test and factor analysis, the results were not found to be at the desired level. It can be seen in Table 5.

**Table 5:** Kaiser Meyer Olkin (KMO) Values of The Scales

Factor	KMO	Bartlett’s Test of Sphericity Chi-Square
Motivation	0,91	991,207
Intention to Leave	0,76303	706,572
Performance	0,819928	474,397
Pay Satisfaction	0,832809	593,993
Executive Communication	0,855545	1244,422
Perceived job opportunities	0,797626	418,334

Questions that distorted the results were determined by re-examining them with the help of literature studies, and they were excluded from the analysis. After, KMO values of the scales found at the end of the study are greater than 0.75, and the variables are suitable for factor analysis in Table 5. Bartlett’s Test of Sphericity Chi-Square values indicates that the relationships between the variables are appropriate for the analysis. In this way, the analysis can be continued. During the factor analysis, maximum likelihood and varimax rotation techniques, which are more accurate to be used in academic studies, were used. Factor loads of factor analysis performed separately for all scales are summarized in Table 6. All factor loads were over 0.5. The total variance explanation rate is over 56% for all dimensions.

**Table 6:** Loadings of Items in Confirmatory Factor Analysis

Construct	Items	Loadings	Variance
Motivation	OM3	0,846	56,141
	OM4	0,806	
	OM1	0,773	
	BM3	0,748	
	BM6	0,715	
	OM9	0,705	
	BM10	0,633	
Perceived job opportunities	AIF3	0,833	56,299
	AIF4	0,812	
	AIF1	0,742	
	AIF2	0,587	
Pay Satisfaction	UT4	0,851	66,331
	UT1	0,842	
	UT5	0,798	
	UT2	0,763	
Executive Communication	YI3	0,872	66,164
	YI4	0,84	
	YI2	0,81	
	YI6	0,804	
	YI1	0,775	
	YI5	0,775	
Performance	P2	0,838	60,344
	P1	0,766	
	P3	0,751	
	P4	0,749	
Intention to Leave	AN3	0,945	83,329
	AN1	0,897	
	AN2	0,895	

### Reliability Analysis

The data were checked for missing, incorrect, or inconsistent data and then the normality tests were completed. Afterward, confirmatory factor analysis was conducted for each scale with the help of the SPSS program to measure the consistency of the scales on the appropriate scales according to the normality values. Results in Table 7 were examined, and Cronbach Alpha values of all scales were found to be higher than 0.83, and the scale questions and survey results are consistent and reliable.



**Table 7: Reliability Analysis Results**

Measurement model	Cronbach's Alpha	Number of question
Motivation	0,9	7
Intention to Leave	0,94	3
Performance	0,86	4
Pay Satisfaction	0,92	8
Executive Communication	0,83	4
Perceived job opportunities	0,83	4

**Structural Equation Model**

In the structural equation modeling section, the established theoretical model will be tested. IBM AMOS 24 application is selected for use in this section. In addition to these, an excel macro called Stats Tool Package was used for reliability and validity tests (Gaskin, 2012). Under the heading, first of all, the conformity test will be performed for each model that has been tested for normality and reliability. The non-conforming models will be revised and modified to make them fit, and then the motivation measurement model, which is the only two-stage model in the study, will be tested for conformity. Here, the adaptation process will be carried out, and as a result, the model will be made suitable. The whole measurement model was checked for the applied sample, the results were checked according to the values in the model evaluation table, the faulty example was found and deleted, the necessary improvements were applied, and the model was adjusted. These procedures were used for the whole model. After these procedures, confirmatory factor analysis and path analysis were performed on the model.

**Conformity Analysis of Measurement Models**

In this section, the individual suitability of each measurement model will be examined, and the result value of each model will be analyzed and interpreted according to the criteria of certain indexes. The specific compliance values and the required values when testing the measurement models are listed in Table 8.

**Table 8: Model Evaluation**

Compliance Indexes	Definitions
CMIN/DF	Chi-square / degree of freedom
CFI	Comparative fit index
RMSEA	The square root of the mean of the approximation error squares
TLI	Tucker-Lewis Index
AGFI	Adjusted good fit index
PCLOSE(p of Close Fit)	RMSEA linked p-value

These values were tested for suitability in the model, necessary improvements were made, and the result was adjusted. Confirmatory factor analysis was carried out using the high likelihood (Max. Likelihood) method with the Amos program for the model, which was subjected to factor analysis and reliability test. The eligibility criteria and values for all factors in the model are given in Table 9.

The optimum state after covariance added to the manager communication factor was also added to the table. The conformity analysis of the layoff desire model could not be calculated with the AMOS program because it consisted of 3 observed variables. The conformity check of this model shall be indicated in the upper model.

**Table 9: Conformity Testing Results**

	CMIN/DF	CFI	RMSEA	TLI	AGFI	PCLOSE
Criterion	<5	>0,8	<0,1	>0,9	>0,8	>0,05
Motivation	4,65	0,94	0,11	0,92	0,85	0
Perceived Job Opportunities	0,18	1	0	1,01	0,99	0,91
Performance	2,66	0,99	0,07	0,98	0,97	0,21
Pay Satisfaction	2,62	0,99	0,07	0,98	0,95	0,21
Executive Communication	19,1	0,87	0,26	0,86	0,6	0
Executive Communication OPT	3,36	0,98	0,09	0,99	0,93	0,03

### Confirmatory Factor Analysis (CFA) with AMOS

Confirmatory factor analysis of the model should be performed before proceeding to the path analysis method. The confirmatory factor analysis at this point allows the covariance's to be connected and measured by the



covariance’s expected to be correlated with them, and the control of the explained variability status of the connected variants independently of the remaining variables.

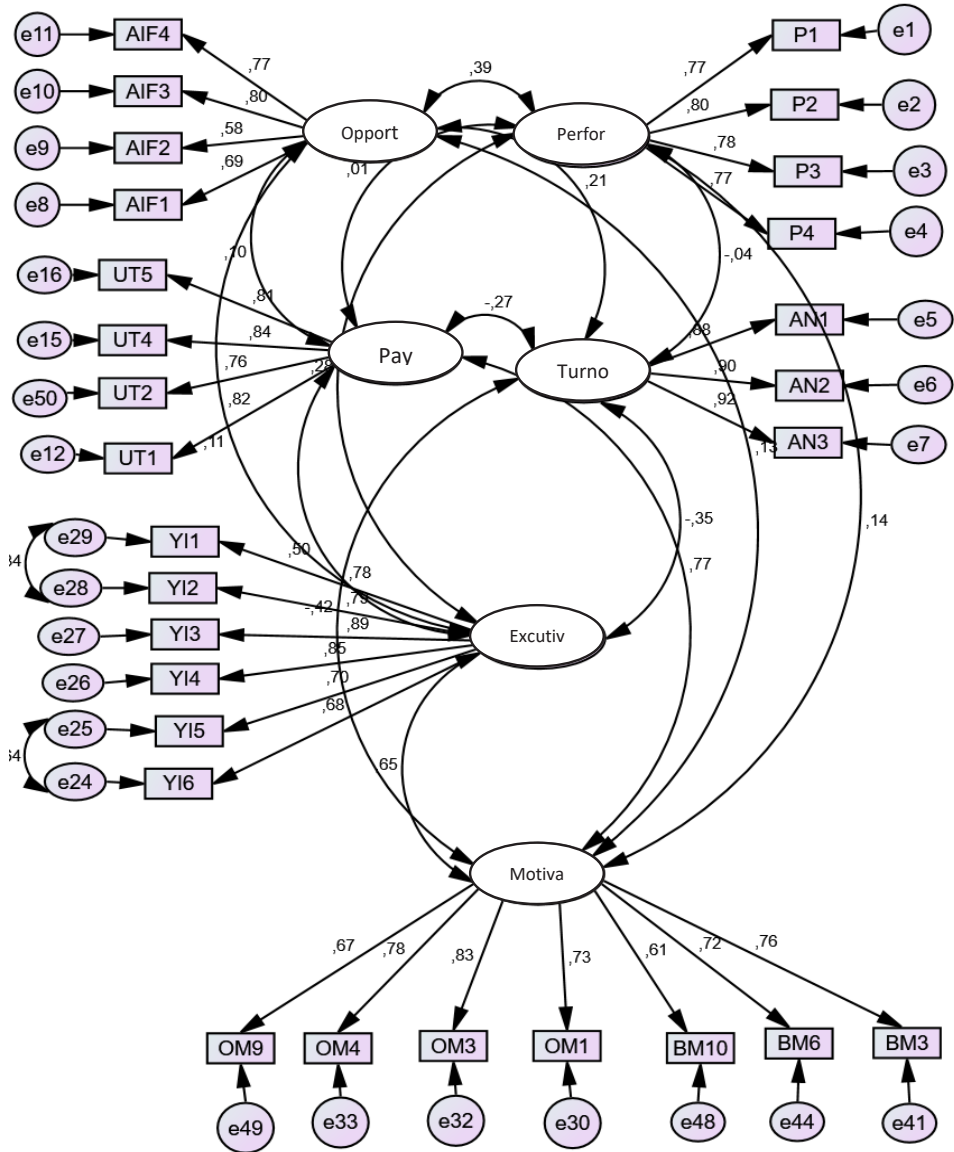
CFA provides the validation of the scales found in the literature with the sample and the data collected. In this topic, the analysis was continued with the AMOS program, as you see in Figure 2. Construct validity analysis is performed by looking at the results of confirmatory factor analysis. There are 4 criterion values stated in Table 10 for construct validity analysis (Hair et al., 2017).

**Table 10:** Validity and Reliability Criteria

Criterion	Description	Range
CR	Composite Reliability	>0,7
AVE	Average Variance Extracted	>0,5
MSV	Maximum Shared Variance	MSV<AVE

To evaluate these criteria, latent variables were connected by covariance’s in the AMOS application, and the model was run. Then, the values in the result outputs were excited, and the square root value of CR, AVE, MSV and AVE value of each factor was calculated with the Excel macro called Stats Tool Package (Gaskin, 2012). The calculated values are given in Table 11.

**Figure 2: Post-Revised Confirmatory Factor Analysis**



According to Table 11, all the values came out as desired. After the related improvements, the outlier analysis was performed. The questionnaires, whose p1 value was less than 0.05, as suggested by AMOS application, were deleted from the SPSS data file, and the analysis was performed again. These data did not conform to multiple normality values. To avoid confusion as the question numbers are deleted while deleting the questions, the deletion



process was started by sorting the big numbered item. In this way, 26 items were deleted, and the next analysis was continued with 272 questions. In order to confirm the hypotheses of the established model, first of all, normality tests, factor analysis, and reliability tests were performed by using the SPSS program. Afterward, conformity analysis, confirmatory factor analysis, and path analysis were performed with the help of the AMOS program to test the construct validity. To evaluate the suitability of the model, various suitability indices were evaluated: CMIN / df, CFI, TLI, AGFI, PCLOSE, and RMSEA. Finally, the hypotheses will be tested with path analysis and the results of the hypotheses explained.

**Table 11:** Validity, Reliability, and Factor Correlation Matrix

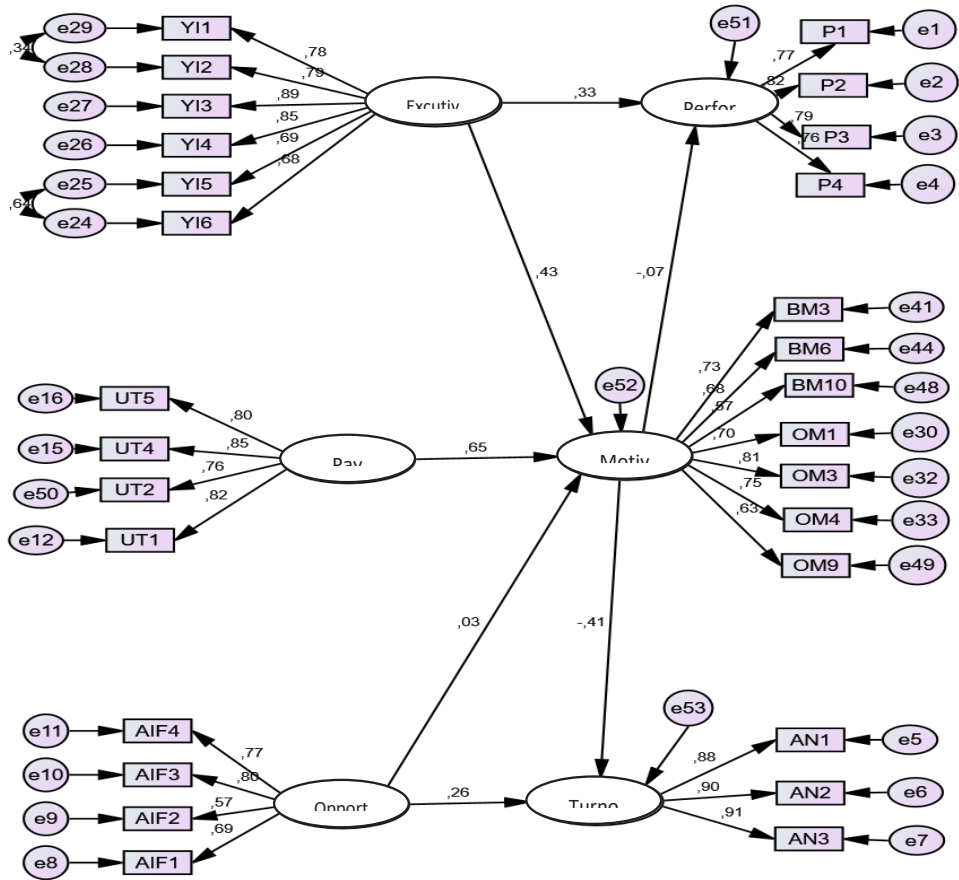
	CR	AVE	MSV	Maxr(H)	Executi	Perfor	Turnove	Jobop	Pay	Motiva
Executi	0,912	0,635	0,442	0,927	0,797					
Perfor	0,858	0,603	0,147	0,864	0,336	0,777				
Turnove	0,937	0,833	0,197	0,943	-0,337	-0,086	0,913			
Jobopp	0,836	0,564	0,147	0,857	0,112	0,384	0,183	0,751		
Pay	0,888	0,664	0,558	0,889	0,497	0,083	-0,255	0,148	0,815	
Motiva	0,899	0,562	0,558	0,907	0,665	0,195	-0,444	0,154	0,747	0,750

### Hypothesis Testing

The hypotheses established in light of the literature studies under this title will be evaluated according to the applied questionnaire. Path analysis measures the consistency of the model with survey results. In the AMOS program for analysis, each arrow represented in Figure 3 depicts a hypothesis, and factor loads are indicated on each arrow.



**Figure 3: Structural Analysis of Path Analysis and Factor Loads**



The conformity values table of the model, which is obtained as a result of the path analysis, is shown in Table 12.

**Table 12: Conformity Analysis of Structural Model of Path Analysis**

	CMIN/DF	CFI	RMSEA	TLI	AGFI	PCLOSE
Criterion	<5	>0,8	<0,1	>0,9	>0,8	>0,05
Model	1,99	0,93	0,06	0,92	0,83	0,005

When the results in Table 13 of conformity analysis were examined, all conformity values were found to meet the criteria. Therefore, the model is suitable for analysis. Then, the hypotheses established at the beginning of the study were tested. For this reason, the interaction of latent variables was analyzed.



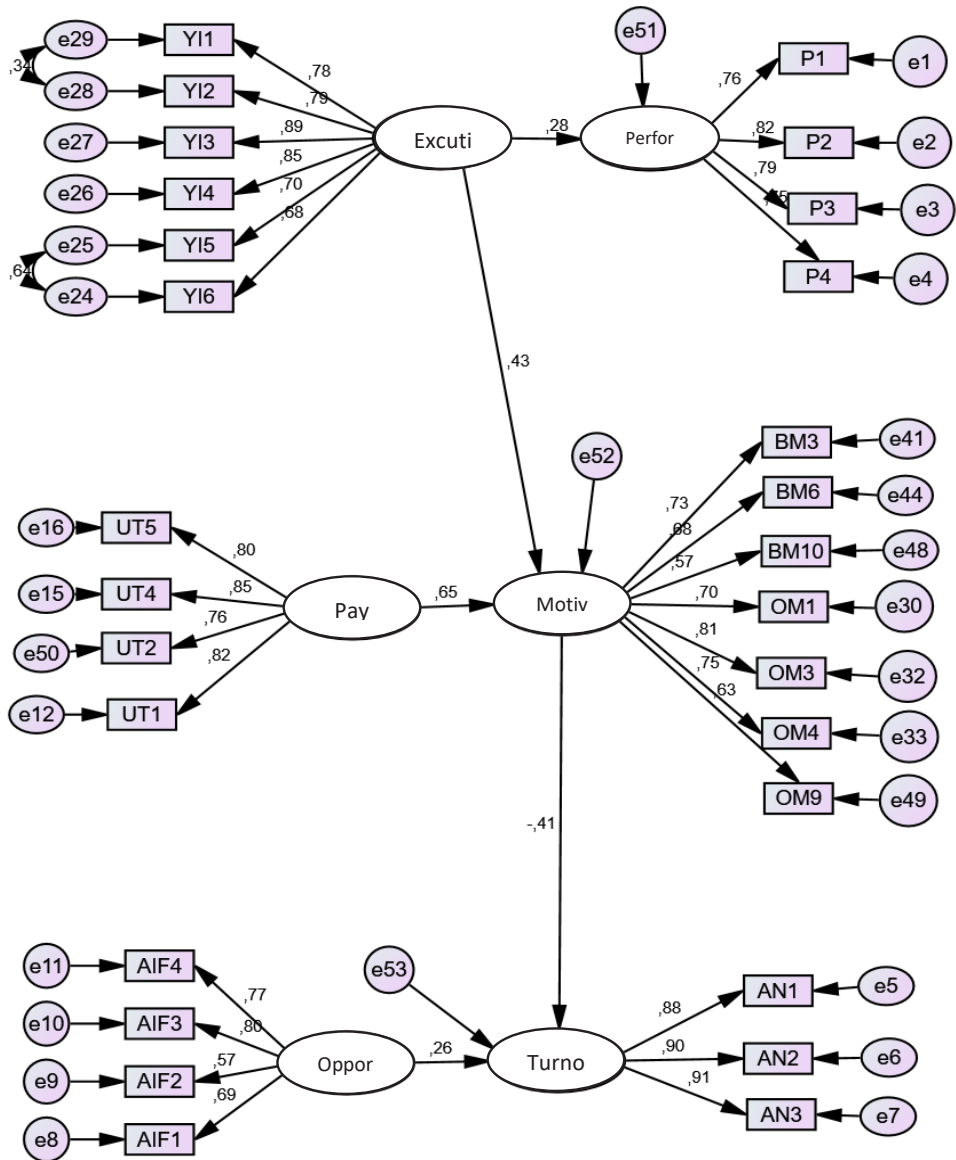
**Table 13:** Structural Model Factor Loads and Significance

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Motivation	<---	Opportunity	0,037	0,054	0,685	0,494
Motivation	<---	Executive	0,371	0,048	7,807	***
Motivation	<---	Pay	0,38	0,04	9,536	***
Performance	<---	Executive	0,225	0,05	4,551	***
Turnover	<---	Opportunity	0,45	0,11	4,102	***
Performance	<---	Motivation	-0,029	0,06	-0,482	0,63
Turnover	<---	Motivation	-0,706	0,106	-6,666	***

As a result of the analysis of the hypotheses established, the factor table and significance state. For each hypothesis in the table, p-value, meaningfulness status is examined, it is seen that 5 of 7 hypotheses are meaningful and accepted and 2 of them are rejected. The hypothesis that motivation has an impact on performance and perceived job opportunities for employee motivation was rejected. In general, when the results were examined, it was observed that employee-manager communication and employee satisfaction had a positive effect on employee motivation, as well as employee and manager communication positively affected employee performance. On the other hand, alternative job opportunities positively affect the employee’s willingness to quit and negatively affect employee motivation. According to the results of the path analysis, the hypothesis which is thought to affect employee motivation performance and perceived job opportunities on employee motivation was rejected. For this reason, these connections were removed from the model, and the path analysis was performed again with the AMOS program. The improved final version of the model and factor loads are shown in Figure 4.

After finding the path analysis model and factor loads, the suitability test was performed for the improved final version of the model. The criterion required for this purpose, the result suitability values of the model, and the suitability values of the improved model are shared below. According to the resulting table, there is no significant change in values. All values, except PCLOSE, are at the desired level. However, the PCLOSE value is then acceptable according to our sample number. Therefore, the model in Table 14 studied is considered appropriate.

**Figure 4:** Improved Path Analysis Structural Model and Factor Loads



**Table 14:** Improved Path Analysis Structural Model Conformity Analysis

	CMIN/DF	CFI	RMSEA	TLI	AGFI	PCLOSE
Criterion	<5	>0,8	<0,1	>0,9	>0,8	>0,05
Model	1,99	0,93	0,06	0,92	0,83	0,005
Model OPT	1,98	0,93	0,06	0,93	0,83	0,007



After the model was found suitable, all hypotheses were tested. As a result of the analysis of the hypotheses, the improved factor table, and significance states and p values, are in Table 15.

**Table 15:** Improved Structural Model Factor Loads and Significance

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Motivation	<---	Executive	0,372	0,048	7,822	***
Motivation	<---	Pay	0,383	0,04	9,575	***
Performance	<---	Executive	0,208	0,043	4,848	***
Turnover	<---	Opportunity	0,446	0,109	4,082	***
Turnover	<---	Motivation	-0,704	0,105	-6,686	***

p values in the table are less than 0.05 for all hypotheses. Therefore, all hypotheses in the table were supported and shared below.

H1: Executive communication has a positive effect on performance.

H2: Executive communication has a positive effect on motivation.

H3: Pay satisfaction has a positive effect on motivation.

H5: Perceived business opportunities have a positive effect on turnover intention.

H7: Motivation has a negative effect on turnover intention.

### Findings

Similar to the literature studies, a positive relationship hypothesis was established between executive communication and motivation, and this hypothesis was confirmed (Öztürk and Dünder, 2003; Dwivedula and Bredillet, 2010; Yılmaz, 2011). In the same way, it was concluded that executive communication had a positive effect on employee performance perception. Employees who have positive communication with their managers are both high performing and motivated in their jobs (Seiler, 2012), (Prentice, 2004; Üçüncü, 2016). Likewise, a positive relationship hypothesis was established between pay satisfaction and motivation, and this hypothesis was confirmed. Therefore, an employee who is satisfied with his salary is expected to work in a motivated manner in the job (Aydın, 2000; Verner et al., 2014). Afterward, the hypothesis that perceived job opportunities because of employees’ thoughts although not in the literature, had a positive effect on employee motivation was tested and rejected. In addition, the hypothesis that perceived alternative job opportunities positively affect the intention to quit was supported. A

negative relationship hypothesis was established between motivation and intention to quit, and this hypothesis was confirmed (Ünsar, 2011; Khan and Zakirullah, 2016). Therefore, it is expected that a motivated employee will have a low desire to quit. However, the hypothesis that employee motivation affects performance was rejected. The results of this study differ according to the literature (Handoko, 2000; Sonnentag and Frese, 2002; Robbins and Judge, 2012; Djunaedi et al., 2017).

## CONCLUSION

The primary purpose of this research is to investigate the factors that affect the motivation of employees in the IT projects and the effect of motivation on the performance of the employees and their desire to quit. In the study, the literature research related to the first-mentioned concepts is included. Afterward, the research model was decided according to the relationships between the concepts that emerged in the intensive literature study, and hypotheses were determined. Then, it was chosen to conduct a questionnaire as a method for this research, the scales in the literature were examined and translated, and the questions were made suitable for each reader to understand the same expression. Afterward, the surveys were shared with the IT project employees working in different companies and sectors via e-mail, hand and social media. Three hundred fifteen questionnaires were solved, the ones with specific contradictory values were removed, and the study was completed with 272 questionnaires. Models and hypotheses established with the help of SPSS and AMOS programs were tested. Of the seven hypotheses developed at the beginning, five were supported at the end of the tests, and the other two hypotheses were rejected.

As stated in the Findings section, the hypothesis that employee motivation affects performance was rejected. The reason for this may be due to the fact that performance perception does not fully reflect reality. The performance of an overworked employee is well. On the other hand perception concept is subjective. But may not be self-sufficient; therefore, an employee can respond in this way during a survey. Another reason for this may be that the IT sector is very dynamic and it is difficult to capture the differentiating and developing technology every day. Employees have to improve themselves to stay in IT constantly. For this reason, they may not consider themselves sufficient and high in performance.

What should companies do when these results are examined? It was found that pay motivation influenced motivation. Therefore, companies can award their employees according to their performance. Also, it should be ensured that

all employees understand the award received by the employee. In this way, other employees perceive the situation correctly and increase their motivation. Besides, it was revealed that the relationship between the employee and the manager increased the motivation. Therefore, managers should tell their employees their expectations and desires and provide information about what is happening in the organization. Managers can include employees in making important decisions. The leader should also be able to motivate and influence employees. The manager needs employee motivation to succeed.

There are many types of research in the literature about motivation, performance, and intention to quit. In this study, the scope of the target audience was selected only from those working in information technology projects. Thus, a survey with more IT employees was conducted. However, since the information technology sector is newer than the other sectors, the studies within this scope are less. Employees of the information technology sector, which develops in parallel with changing expectations, current conditions, and technology, are also affected. Therefore, further studies can be carried out on information technology employees. Yet another challenge here is that it is difficult to find a sample because the sector is new and young. In addition, group differences can be analyzed using demographic characteristics obtained from employees. For example; while software developers can be motivated by wage increase compared to analysts, results such as analysts' executive communication are more effective on motivation. In this way, different analyzes can be made by using seniority year, gender, role, and age. These studies may be more niche and more targeted than generalization. Also, due to the limited time, so many participants could not be reached. In future studies, more realistic results can be achieved if IT companies in a wider time support the project.

In addition, we could not reach objective results because we use the employees' perception of performance. If performance measurement is expanded and included in the scope, more realistic results can be approached in terms of performance. Besides, due to the high number of managers in the companies, they did not participate in the survey sufficiently. Therefore, group differences between managers and employees could not be evaluated. If managers contribute to the studies, group differences can be analyzed, and the studies can be examined from different perspectives. Finally, no studies have been found in the literature on the effect of perceived job opportunities on motivation, especially in information technology projects. The hypothesis established in this study is rejected, but it can be re-studied with more samples.

Motivation in the workplace is not only crucial for the happiness of the employees but also the success and profit of the company. This study was

conducted with many different IT companies in Turkey, and it describes the results of the factors affecting motivation and motivation. As a result, it is seen that the employee-manager relationships and pay satisfaction have a positive effect on employee motivation. In addition, the hypothesis that the relationship between employee and manager has an effect on performance was supported. On the other hand, perceived alternative job opportunities were found to have a positive effect on willingness to leave and a negative effect on employee motivation. We encourage future research to examine the reason and also the results of employees' motivation to rapidly evolving IT projects.



## REFERENCES

- Ashford, S. J., Lee, C., Bobko, P. (1989). Content, Causes and Consequences of Job Insecurity: A Theory Based-Measure and Substantive Test. *Academy of Management Journal*, 32(4), 803- 829.
- Aydın, M. (2000). Eğitim Yönetimi. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.
- Beckova, M. (2004). Spokojenost Zákazníka, Způsoby Využití Zpětné Vazby. Praha: VerlagDashöfer.
- Bodla, M. A., Hameed, A. (2008). Controllable vs. Uncontrollable Factors of Employee Turnover Intentions: An Empirical Evidence from Textile Sector of Pakistan. *Proceedings of International Conference on Business and Management 20th November- Bangkok:1-21*
- Cortina, J. M. (1993). What Is Coefficient Alpha? An Examination Of Theory And Applications. *Journal Of Applied Psychology*, 78(1), 98-104.
- Djunaedi, N., Yulianti, M. L. and Lasminingrat, A. (2017). Determinant of Work Motivation and It's Implication on Performance of Vocational Teachers in West Java Province. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Winaya Mukti University.
- Dursun, Y. and Kocagöz, E. (2010).Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Regresyon: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (35), 1-17.
- Dwivedula, R. and Bredillet, C. N. 2010. Profiling Work Motivation of Project Workers. *International Journal of Project Management*, (28), 158-165.
- Eymen, U. E. (2007). *SPSS 15.0 Ile Veri Analizi*. Available At: [www.istatistikmerkezi.com](http://www.istatistikmerkezi.com).
- Forrest, C. (December 10, 2019). *Software Had the Highest Job Turnover Rate Of Any Industry In 2017*. (March 15, 2018) [Online] Available At: <https://www.techrepublic.com/article/software-had-the-highest-job-turnover-rate-of-any-industry-in-2017/>
- Gaskin, J. (2012). Group Differences and Validity Master. Available at: [http://statwiki.kolobkreations.com/index.php?title=Main\\_Page](http://statwiki.kolobkreations.com/index.php?title=Main_Page)
- George, D. And Mallery, P. (2010). *SPSS For Windows Step By Step: A Simple Guide And Reference 17.0 Update*. (10th Edition), Boston: Pearson.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. And Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (5th Ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L. and Sarstedt, M. (2017). *PLS-SEM Or CB-SEM: Updated Guidelines on Which Method To Use*. *Int. J. Multivariate Data Analysis* 1, 107–123.
- Haladyna, T. M. (1999). *Developing and Validating Multiple-Choice Exam Items*. (2nd Ed). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Handoko, T. H. (2000). Human Resources and Human Resource Management. (2nd Ed). Yogyakarta: BPFE.
- Hwang, I. S. and Kuo, J. H. (2006). Effects of Job Satisfaction and Perceived Alternative Employment Opportunities On Turnover Intention-An Examination Of Public Sector Organization. *Journal of American Academy of Business Cambridge*. 8 (2), 254-259.
- Israel, G. D. (2003). Determining sample size (Tech. Rep. No. PEOD-6). Florida: University of Florida, Institute of Food and Agricultural Sciences.
- Jung, H. S. (2001). Establishment of Overall Workload Assessment Technique for Various Tasks And Workplaces. *International Journal of Industrial Ergonomics*. (28), 341-353.
- Katz, R. (1998). Motivation Leads to Innovation. *Information Week* 500, 290, 97
- Kaya, İ. And İlban M. O. (2019). Determination of The Effect Of Job Satisfaction On Organizational Commitment Of Marketing Employees: The Case Of Edremit Gulf. *Balıkesir University The Journal Of Social Sciences Institute* 22 (41).
- Khan, A., I. And Zakirullah, Z. (2016). Relationship Between Employees Motivation And Turnover Intention: Empirical Study Of Traffic Police Of District. *Sarhad Journal Of Management Sciences*. 2 (2), 113-127.
- Kıdak, L. and Aksaraylı, M. (2009). Sağlık Hizmetlerinde Motivasyon Faktörleri. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 7 (1), 75-94.
- Miller, J. (December 10, 2019). *Why Do Software Engineers Change Jobs So Frequently?* (February 6, 2018) [Online] Available At: <https://www.forbes.com/sites/quora/2018/02/06/why-do-software-engineers-change-jobs-so-frequently/>
- Örücü, E , Esenkal, F . (2005). Konaklama İşletmelerinde İş Gören Tatminini Etkileyen Faktörler Bandırma Ve Erdek Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 8 (14) , 141-166 . Retrieved from [Https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Baunsobed/Issue/50338/651835](https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Baunsobed/Issue/50338/651835)
- Öztürk, Z. and DüNDAR, H. (2003). *Örgütsel Motivasyon Ve Kamu Çalışanlarını Motive Eden Faktörler*. *Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 4 (2), 57-67.
- Prentice, W. C. H. (2004). Understanding Leadership. *Harvard Business Review*. January, 102-109.
- Robbins, P.S. (2003). Organizational Behavior. (10 Ed.). USA: Prentice-Hall.
- Robbins, S. and Judge, T. (2012). *Örgütsel Davranış (Çev. Prof. Dr. İnci Erdem)*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık (2011).
- Robbins, S. P. (1998). Organizational Behavior, Concepts, Controversies, Applications (8th Ed.) USA: Prentice-Hall. Int.

- Roznowski, C. L., M. And Hachiya, D. (1985). Alternative Opportunities and Withdrawal Decisions: Empirical And Theoretical Discrepancies And Integration. *Psychological Bulletin*, (97), 233-250.
- Sakchaicharoenkul, R. (2009). Turnover Information Technology Professionals In Thailand. Doctoral Dissertation. Available from Proquest Dissertations and Theses Database. UMI No. 3390448.
- Schumacker, R. E. And Lomax, R. G. A. (2004). *Beginners's Guide to Structural Equation Modeling*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Seiler, S., Lent B., Pinkowska, M. And Pinazza, M. (2012). An Integrated Model of Factors Influencing Project Managers' Motivation-Finding from A Swiss Survey. *International Journal of Project Management*, 30, 60-72.
- Sonnentag, S., And Frese, M. (2002). Performance Concepts and Performance Theory, In S. Sonnentag (Ed.) *Psychological Management of Individual Performance*. John Wiley & Sons, Ltd., 4-25.
- Şimşek, M. Ş. (2002). *Yönetim ve Organizasyon*. Konya: Günay Ofset.
- Thatcher, J. B., Stepnia, L. P. And Boyle, R. J. (2003). Turnover of Information Technology Workers: Examining Empirically the Influence of Attitudes, Job Characteristics And External Markets. *Journal of Management Information Systems*, 19, (3), 231-261.
- Thompson, B. (2004). *Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Understanding Concepts and Applications*. Washington: American Psychological Association.
- Üçüncü, K. (2016). *İş Tatmini ve Motivasyon*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı.
- Ünsar, A. S. (2011). Motivasyonunun İşten Ayrılma Eğilimine Etkisi: Bir Alan Araştırması. Kirgizistan. *Akademik Bakış Dergisi*, 25, 1-15, 10 12 2019 Retrieved From [www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868132.pdf](http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868132.pdf).
- Verner, J. M., Babar, M. A., Cerpa, N., Hall, T. and Beecham, S. (2014). Factors That Motivate Software Engineering Teams: A Four Country Empirical Study. *The Journal of Systems and Software*, (92), 115-127.
- Weiner, I. V., Schmitt, N. W. and Highhouse, S. (2013). *Handbook of Psychology, Industrial and Organizational Psychology*. (2nd Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Yılmaz, M. K., 2011. *Çalışanların Liderlik Tiplerine İlişkin Algulamaları İle Motivasyon İlişkisi: Özel Sektör Ve Kamu Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.



*Araştırma Makalesi / Research Article*

# ÇALIŞANLARIN RİSK ALMA DAVRANIŞLARI, YAŞAM TARZI DEĞİŞKENLERİ VE İŞYERİNİN SOSYAL PERFORMANSININ SOSYAL MÜBADELE KURAMI KAPSAMINDA İNCELENMESİ\*

The Relationship between Risk-Taking Behavior  
of Employees, Variables of Life Styles and Social  
Performance of Social Exchange Theory of Work  
Place

Gönderim Tarihi / Received: 10.03.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 16.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.701394>

**İbrahim DURMUŞ<sup>1</sup>**

**ÖZ:** Günümüz çalışma ortamında çalışanlar iş yerlerinde çeşitli riskler ile karşı karşıya kalabilmektedir. Onların risk alma davranışları, iş yerlerindeki yaşam tarzı değişkenlerini şekillendirebilirken, aynı zamanda yaşam tarzı değişkenleri de iş yerinin sosyal performansı üzerinde çeşitli etkiler yaratabilir. Bu açıdan araştırmada çalışanların risk alma davranışları, iş yerindeki endişeli, sosyallik odaklı ve yenilik odaklı yaşam tarzı değişkenleri ve iş yerlerinin sosyal performansı arasındaki ilişkiler sosyal mübadele kuramı kapsamında araştırılmıştır. Alan yazında daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde; çalışanların risk alma davranışları, yaşam tarzı değişkenleri ve iş yerinin sosyal performansı arasındaki ilişkileri ortaya koyan herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Araştırma ile bu eksikliğin tamamlanması amaçlanmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre; çalışanların iş yerlerinde risk alma davranışları endişeli yaşam tarzlarını pozitif ve anlamlı olarak; sosyallik odaklı yaşam tarzlarını pozitif ve anlamsız olarak; yenilik odaklı yaşam tarzlarını ise negatif ve anlamsız olarak etkilemiştir. Çalışanların endişeli yaşam tarzları iş yerlerinin sosyal performansını negatif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Çalışanların sosyallik odaklı yaşam tarzları ise iş yerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir. Son olarak çalışanların yenilik odaklı yaşam tarzları da iş yerlerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir. Bu sonuçlar sosyal mübadele kuramına çalışan ve organizasyon açısından önemli ve farklı katkılar sağlamıştır.

\* Araştırma verilerinin toplanma tarihi etik kurul onayı gerektirmemektedir.

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi / Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü / Bankacılık ve Sigortacılık Pr., [ibrahimdurmus@gumushane.edu.tr](mailto:ibrahimdurmus@gumushane.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0002-3872-2258>

**Anahtar Kelimeler:** Risk Alma Davranışı, Endişeli Yaşam Tarzı, Sosyallik Odaklı Yaşam Tarzı, Yenilik Odaklı Yaşam Tarzı, İş Yerinin Sosyal Performansı, Sosyal Mübadele Kuramı.

**ABSTRACT:** In today's work environment, employees can face various risks in their workplaces. Their risk-taking behavior can shape lifestyle variables in the workplace, while lifestyle variables can also have various effects on the social performance of the workplace. In this regard, the risk-taking behaviors of employees, the anxious, sociability-oriented, and innovation-oriented lifestyle variables in the workplace and the social performance of the workplaces were investigated within the scope of the social exchange theory. When the previous studies in the literature are examined; No studies have been found that reveal the relationships between the employees' risk-taking behaviors, lifestyle variables, and the social performance of the workplace. The research aims to complete this deficiency. According to the research results; risk-taking behaviors of employees at workplaces positively and significantly anxious lifestyles; positive and meaningless lifestyles focused on sociality; On the other hand, it affected innovation-oriented lifestyles negatively and meaninglessly. Anxious lifestyles of employees negatively and significantly affect the social performance of the workplaces. Socially oriented lifestyles of employees have positively and significantly affected the social performance of the workplace. Finally, employees' innovation-oriented lifestyles have also positively and significantly affected the social performance of the workplaces. These results provided important and different contributions to the social exchange theory, working, and organizational.

**Keywords:** Risk Taking Behavior, Anxious Lifestyle, Socially Oriented Lifestyle, Innovation Oriented Lifestyle, Social Performance of Workplace, Social Exchange Theory.

## GİRİŞ

Çalışanlar, iş yerlerindeki koşullara bağlı olarak çeşitli risk davranışları sergilemekte ve bu davranışları onların iş yerlerindeki yaşam tarzlarını şekillendirebilmektedir. Öte yandan söz konusu yaşam tarzı değişkenleri çalışanların iş yerinin sosyal performansını şekillendiren sosyo-kültürel bir yapının oluşmasına da olanak sağlamaktadır. Bu olanaklar kapsamında çalışanların organizasyonlarındaki faaliyetleri risk alma, yaşam tarzı ve işyerinin sosyal performansı sosyal mübadele kuramı çerçevesinde değerlendirilebilir.

Sosyal mübadele kuramı, tek başına elde edilemeyen bireysel hedeflere ulaşmak için diğer aktörler ile birlikte hareket etmeyi öngörmektedir. Kişisel çıkarlar ve karşılıklı bağımlılık sosyal mübadele kuramının merkezi özelliklerindedir (Lawler ve Thye, 1999: 217). Sosyal mübadele kuramı ile ilgili en eski araştırmalardan birini gerçekleştiren Homans kuramı mantıksal yapıya dayandırmaktadır (Emerson, 1976: 338). Homans (1958: 606) kuramı sosyal davranış açısından, maddi mal ya da sembolik olarak prestij sağlayan maddi olmayan mal alışverişi olarak ifade etmiştir. Ayrıca o başkalarına çok şey ve-

ren kişinin onlardan çok şey almaya çalıştığını ve başkalarından çok şey alan kişilerin onlara çok şey verme baskısı altında olduklarını ifade etmiştir. Lawler ve Thye (1999: 222) kuram çerçevesinde duyguların ve aktöre verilen bilgilerin önemli olduğunu; bir duygu normunu ihlal etmenin kişiyi kötü hissettirebileceğini ve özür dilemek gibi kısıtlayıcı eylemler üretmesine yol açabileceğini vurgulamışlardır. Cook ve Rice (2006: 61) gerçekleştirilen yeni araştırmalar ile sosyal mücadele süreçlerinin duygusal sonuçlarını ve belirli duygulardaki değişik ilişkileri yapılandırmada kuramın oynadığı rolü araştırmaya başladıklarını ifade etmiştir. Aydın (2017: 558) ise kuramı birçok açıdan farklı kavramlar ile araştırılması gereken bir kuram olarak ifade etmiştir. Bu açıdan araştırmada maddi mal alışverişinden çok prestij sağlayan sembolik olan maddi olmayan mal alışverişi dikkate alınmaktadır. Bunun için literatürde sosyal mücadele kuramı ile olan ilişkileri fazla ortaya koyulmayan çalışanların risk alma davranışı, yaşam tarzı değişkenleri ve işyerinin sosyal performansı arasındaki ilişkiler çalışan ve organizasyon açısından değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışanları çalışma ortamlarında nelerin beklediğini ortaya koymak oldukça önemlidir (Kim, 2010: 46). Bu açıdan geçmişte çalışma ortamında, çalışanların değerleri gibi önemli gördükleri unsurlar toplum için fazla endişe uyandıran bir husus olarak değerlendirilmemiştir. Ancak son yıllarda firmaların tek amacının artık karlarını maksimize etmek olmaması durumu, onları sosyal açıdan çalışanlarının haklarını gözetip ihtiyaçlarına cevap verebilme özelliklerine sahip birimler haline getirmiştir (Crossen, 1993: 230-231). Bu birimlerde çalışanlar, sadece sosyal açıdan değil ekonomik ve hukuki açıdan da maddi ve manevi değerlerinin toplamı dikkate alınarak iş yerlerindeki yaşam tarzları, iş yeri sahipleri veya yöneticileri tarafından iyileştirilmesi gerekebilir. Ayrıca çalışanların işlerine yönelik alacakları risklerde ve iş yerinin sosyal performansında onlara destek olabilecek mekanizmaların varlığını hissedebilmeleri çalışanlar için olumlu bir çalışma ortamının oluşmasına yol açabilir.

İşyerlerinde faaliyette bulunan çalışanlar iş tanımlarında belli olan görevleri yerine getirmekten sorumludurlar. Örneğin çalışan ürün satışı gerçekleştiren bir firmada çalışıyor ise iş tanımında; firmanın kendi ürünleri ile rakip firmaların ürünlerini bilmek, müşterileri hakkında bilgi sahibi olmak, ürün sunumunu güzel yapmak, firma çalışma saatlerine uymak, müşteri siparişlerini zamanında işleme koymak ve ödeme prosedürlerini düzenli olarak yürütmek gibi hususları dikkate alması gerekebilir (Maxham III vd., 2008: 149). Çalışan eğitimcilik görevi üstlenen bir kurumda çalışıyor ise iş tanımında; kurumun çalışma saatlerine uymak, eğitim açısından kendini geliştirmek, işi ile ilgili güncel bilgileri faaliyetlerine dahil etmek, ders yükümlülüklerini yerine getirmek gibi sorumlulukları olabilir. Çalışanlar bu görevlerini yerine getirdikleri



ortamlarda çeşitli riskler ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Çalışanların aldıkları bu riskler onların iş yerinde endişeli yaşam tarzlarını, sosyallik odaklı yaşam tarzlarını ve yenilik odaklı yaşam tarzlarını şekillendirebilir. Çalışanların bu yaşam tarzları ise çalıştıkları iş yerlerinin sosyal performansını etkileyebilir. Bu açıdan çalışmada iş yerlerinde çalışan bireylerin çalışma ortamlarındaki risk alma davranışları, yaşam tarzı değişkenleri ve iş yerlerinin sosyal performanslarına yönelik ilişkilerin ve etkilerin ne derece olduğu sosyal mübadele kuramı kapsamında araştırılmaktadır.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Çalışanların Risk Alma Davranışları

Birçok işletme çalışanlarının görüşlerini ifade etmelerini teşvik etmek için bir takım düzenlemeler gerçekleştirirken bu düzenlemelerin genel olarak tatmin edici sonuçları olduğunu gözlemleyememişlerdir (Hsiung, 2012: 359). Eğer iş yerlerinde çalışanların riskli davranış algıları ile ilgili bilgiler elde edilebiliyor ise riskler ile ilgili çalışanların davranış algılarına yönelik kabul edilebilir fikirlere sahip olunabilir. Bu algılar bütünlük içerisinde incelendiğinde risk kültürü olarak kavramsallaştırılabilir. Kültürel açıdan değerlendirildiğinde kamu veya özel sektörde çalışanların risk almaları sistematik olarak farklılıklar ortaya koyabilir (Bozeman ve Kingsley, 1998: 111).

Bireysel risk davranışlarının ölçülmesi oldukça ilginç sonuçlar oluşturabilir (Hersch ve Pickton, 1995: 211). Çalışanın psiko-sosyal ortamdaki davranış şekli, olayları algılama tarzı, üstleri ve arkadaşları ile olan diyalogu gibi etmenler işlerine yönelik risk alma davranışında farklılıkların oluşmasına yol açabilir. Örneğin birey risk alırken işyerinin amaçları doğrultusunda değil de kendi kişisel çıkarı doğrultusunda hareket ediyor ise ortaya çıkacak olan sonuç işyeri için olumsuz bir sonuç doğurabilir. Bu durum sosyal mübadele açısından değerlendirildiğinde karşılıklı çıkarılara aksi bir sonucun oluşmasına yol açabilir.

Bir bireyin risk alma eğilimi araştırılırken sürekli olarak büyük risklerle karşı karşıya kalan biri diğer kişilere göre daha fazla risk alma eğiliminde olabilir (MacCrimmon ve Wehrung, 1990: 422). Örneğin işyerlerinde oluşan örgütsel gerilim, örgütte çalışan herhangi bir bireyin örgütsel sebepler ile yaşamının sona ermesi veya örgütte oluşan başarısızlıklar gibi etmenler çalışanı ciddi bir risk alma davranışına yönlendirebilir (Pierce vd., 1991: 133). Bu durumda çalışan hem çalışma arkadaşlarına hem de çalıştığı işyerine karşı farklı risk davranışları ortaya koyabilir. Sonuç olarak çalışanın almış olduğu riskli davranışlar netice itibari ile başka sonuçların oluşmasına yol açabilir.

## Yaşam Tarzı Değişkenleri

Yaşam tarzı değişkenlerine ilişkin teorinin temeli ilk olarak Hindelang ve diğerleri (1978: 241-245, akt. Maxfield, 1987: 276) tarafından atılmıştır. Onlara göre yaşam tarzı, hem günlük mesleki faaliyetleri hem de boş zaman etkinliklerini değerlendirmektir. Onlar yaşam tarzı değişkenlerini, çeşitli sosyal görevlerde bulunan kişilerin davranışsal beklentileri; ekonomik durum, eğitim ve ailevi yükümlülüklerin getirdiği davranışlar üzerindeki kısıtlamalar ile davranışsal ve yapısal kısıtlamalara bireysel ve alt kültür uyarlamaları olarak sıralamışlardır. Onlara göre yaşam tarzının kendisi riske maruz kalmayı ve diğer kişiler ile olan ilişkiyi etkiler. Mustaine ve Tewksbury (1997: 19) bunlara ek olarak yaşam tarzı teorisini, bireysel yaşam tarzlarının yapısal kısıtlamaları (ekonomik, ailesel) ve rol beklentileri (işe gitmek gibi) ile belirlenebileceğini ifade etmişlerdir. Onlar yaşam tarzı değişkenlerini insanların çeşitli mağduriyet riskleri ile karşılaşmaları (suç işlemek gibi) neticesinde insanların başka kişiler ile olan ilişkilerini etkileyebileceğini vurgulamışlardır. Kouvonen ve diğerleri (2006: 8) çalışanların yaşam tarzı değişkenlerini risk faktörleri ile çaba-ödül denge-sizliği çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Onlar çalışanların çabaları ve alınan ödüller arasında anlamlı ilişkiler elde etmişlerdir. Düşük çabanın çalışanlarda pasif yaşam yönelimini (yaşam tarzını) temsil ettiğini ve daha fazla yerleşik yaşam tarzı benimsemelerine yol açabildiğini ifade etmişlerdir. Araştırmada yaşam tarzı değişkenleri Koshksaray ve diğerlerinin (2015: 43) çalışanların endişeli yaşam tarzı, sosyallik odaklı yaşam tarzı ve yenilik odaklı yaşam tarzı ölçekleri dikkate alınarak aşağıdaki başlıklar halinde incelenmiştir.

### Çalışanların Endişeli Yaşam Tarzları

Bireylerin yaşam zorlukları; algılarından, faaliyetlerine yönelik verimlilik eksikliklerinden, memnuniyetsizliklerinden veya umutsuzluklarından kaynaklanıyor olabilir (Chamberlain, 1994: 446). Yani bireyler belirsizlikler ve olasılıklar ile dolu bir hayatta yaşamaktadırlar. Onları tehdit edici etmenlere karşı gösterdikleri üstünlük farkındalıkları ise endişe olarak ifade edilebilir (Ritter, 1990: 53). Başka bir deyişle rahatsız edici durumların ya da olayların önlenmesi için gösterilen gayret olarak ifade edilebilir (Sidman, 1964: 479). Endişe veya kaygı, hem bilinen hem de bilinmeyen olgulardan, belirsizlikten, bilgi eksikliği ve cehaletten kaynaklanan çaresizlik olarak da değerlendirilmektedir (Cossman, 2013: 894). Yani endişe genel hatları ile hoş olmayan beklenti duygusu olarak ifade edilmektedir (Neylan, 1962: 110).

Hayatı faydalı hale getiren fırsat artıran faktörlerin yanında başkaları tarafından endişe uyandıran durumlar da söz konusudur (Cohen ve Felson, 1979: 605). Bu durumlar dikkate alındığında çalışanların yaşam tarzı ile ilgili en-

dişeleri ve sağlıkları dikkate alındığında çalışanın davranışları, iş yerindeki çalışma hayatı ve çalışanın özel hayatı devreye girmektedir (Conrad ve Walsh, 1992: 106). Bu açıdan bireylerin iş hayatında ve yaşama Őekillerine yönelik esnekliklerinde bazı eşitsizlikler oluşabilir. Bu eşitsizliklere kişisel ve mesleki baskıların yol açtığı gerginlik ve çatışma gibi etmenler sebep olabilir (Mayerhofer vd., 2010: 158). Örneğin alışanların yaptıkları işlerin firmada üretim sürecinde fazlalık olarak görülmesi, üretim sürecinin yeniden tasarlanmasına dolayısı ile çalışanların işlerine son verilebileceği endişesinin oluşmasına sebep olabilir (Gomez-Mejia vd., 2000: 501). Bunun sonucunda kendilerini hakim olamayan çalışanlar saldırgan ve şiddete yönelik tavırlar sergileyebilirler (Greenberg ve Barling, 1999: 899). Bunun için organizasyonlarda sağlıklı bir yaşam tarzını teşvik etmek işgücünün hayatı önemi açısından oldukça önemli olabilir (Scheppingen vd., 2015: 47). Dolayısı ile endişe uyandıran faktörlerin (maddi /manevi) ortadan kaldırılması çalışanların performansına önemli katkıları olabilir. Ayrıca sosyal mübadele açısından değerlendirildiğinde endişenin ortadan kaldırılması çalışan ve organizasyonun bütünlüğü ve birlikte hareket edebilme kabiliyeti açısından olumlu sonuçlar oluşturabilir.

### **Çalışanların Sosyallik Odaklı Yaşam Tarzları**

Bireylerin sosyalleştiği sosyo-psikolojik süreçler uzun zamandan beri onların dikkatini çekmektedir (Jensen ve Schrader, 1965: 201). Bu açıdan bireylerin ihtiyaçlarında aktif olan sosyal uyarıcılar onların yaşam tarzı gereksinimlerini ve iletişim davranışlarını Şekillendirebilir (Donohew vd., 1987: 268). Birçok birey günlük tercihlerinde sosyal dünya üzerindeki değişimleri düşünmektedir. Bu durumda bireyler tercihlerinde, sosyal değişime yönelik verilen çabanın bir parçası konumundadırlar. Bu açıdan bireylerin kendilerini gerçekleştirmeleri ile sosyal dönüşümleri birbirleri ile bağlantılı hale gelmektedir. Sonuç olarak bireylerin yaşam tarzları onların gündelik hayattaki hareketlerini Şekillendirmektedir (Haenfler vd., 2012: 14-15).

Kurumsal yapılar insanları sosyal rollere göre yönlendirebilirler (Nakano, 2000: 96). Bu açıdan sosyal konuları inceleyen sosyal bir örgütün örgütsel yapısının türü farklılık gösterebilir (Tanimoto, 2008: 3). Bu farklılıkların yanında sosyallik sadece örgütsel uygulamalara uyumdan ziyade kuruluşa içsel bağlılık gösteren temel tutum ve inançlardaki değişiklikler olarak da değerlendirilebilir (Anakwe ve Greenhaus, 1999: 316). Bu açıdan organizasyonlarda sosyalleşme süreci çalışanın kuruluşuna katılımından önce başlayabilir. O halde her çalışan çalıştığı organizasyonda birkaç sosyalleşme aşamasından geçmiş olabilir (Sharma, 1998: 75). Ayrıca organizasyonlardaki sosyal süreçlerin yanında organizasyon dışı faktörlerin (aile gibi) de çalışanın sosyallik odaklı yaşam tarzına etkisi olabilir. Sonuç olarak sosyal mübadele kuramı açısından değerlendirildiğinde

sosyallik odaklı yaşam tarzının; hem çalışan hem de organizasyonun geçmişi, bugünü ve yarını için bütüncül olarak sosyal katkıları olabilir.

### **Çalışanların Yenilik Odaklı Yaşam Tarzları**

Çalışma ortamında çalışanların bilgi çeşitliliğinde meydana gelen değişimler oldukça önemlidir. Çünkü onlar yaratıcılıklarına fayda sağlayabilecek olan bilgiler üretmek için organizasyon kaynaklarını en iyi şekilde kullanmaları ve birleştirmeleri gerekmektedir. Bu açıdan çalışanların değerleri ile bilgi çeşitliliklerinin uyumlu olmasına dikkat edilmelidir (Hoever vd., 2018: 2178). Ayrıca yenilik, yaratıcılık ve performans için bilgi paylaşımı oldukça önemlidir (Arsawan vd., 2020: 67). Bu açıdan çalışma alanına özgü bilgi, deneyim veya bilgi biriktirme fırsatları ise yenilik açısından mevcut bilgiler üzerindeki düşüncüyü yansıtabilir (Li vd., 2018: 2223). Ayrıca çalışanların bilgi ve becerilere sahip olmaları onların yakından kontrol edilmeleri zorunluluğunu ortadan kaldırılabılır (Demir ve Okan, 2009: 69). Bu durum çalışanların kontrolü için harcanması gereken maddi veya manevi kaynaklardan tasarruf edilmesini sağlamanın yanında çalışma ortamında bilgi ve deneyime bağlı olarak yenilik odaklı yaşam tarzı için güven ortamı oluşturabilir.

İş yerlerindeki yenilikçilik; örgütsel ve bireysel düzeyde, sosyal yenilikçilik; ise örgütsel ve toplumsal düzeyde faaliyetleri sürdürmek olarak ifade edilmektedir (Oeij vd., 2011: 40). Organizasyonlarda yenilik ve iyileştirme çabalarının temelinde süreç yaklaşımı vardır. Organizasyonlardaki dinamik durum bu yaklaşım ile şekillenmektedir (Chen, 2017: 196). Bu açıdan organizasyonda yenilikçilik hem iş amaçlarına hem de çalışanların çıkarlarına bağlı olan unsurlardan oluşmaktadır. Bu durum yenilik odaklı yaşam tarzının sosyal yenilik ile yakın bir ilişkisi olduğunu ve insanların çalışma ortamlarına ek olarak çalışma hayatlarının iyileştirilmesine de yardımcı olduğunu göstermektedir. O halde yenilikçilik insanların çalışma hayatlarını zenginleştirir ve çalışma hayatlarının kalitesini artırır (Oeij vd., 2011: 39). Bu açıdan yenilikçi davranış genel olarak yenilikçi çalışanlar arasındaki etkileşimin sonucunda oluşup çalışanların verimliliğini ve etkililiğini artırmaktadır (Nazir vd., 2018: 4). Sosyal mübadele açısından dikkate alındığında yenilik odaklı yaşam tarzı çalışan ve organizasyonun çıkarlarının karşılıklı etkileşiminde oldukça önemli olduğu ve sonuçları itibari ile her iki tarafa olumlu katkılar sağlayabileceği anlaşılmaktadır.

### **İşyerinin Sosyal Performansı**

Organizasyonlarda yeni teknolojiler mevcut toplumsal değerler ile şekillenmelidir. Yani teknoloji hem örgütü hem toplumu yeniden ifade etmeye izin vermemelidir. Bu durum çalışanların gelişmesine katkıda bulunabileceği gibi temel sosyal değerleri korumaya da yardımcı olabilir (Martin ve Freeman, 2003: 359).

Bu açıdan işyerinin gelişmiş sosyal performansı örgütün temel misyonunun faydasına olacaktır (Lavine, 2012: 68). Organizasyonlarda işe yönelik çalışanların performanslarını etkileyebilecek çeşitli kişisel faktörler söz konusudur (Chaurasia ve Shukla, 2014: 342). Bu faktörlerden biri organizasyonda oluşturulması gereken güven ortamıdır (Ozbek, 2011: 242). Çalışanın performans yönetiminin temelinde performansının değerlendirilmesi yer almaktadır. Çalışanların ekip içi katılımlarında ise güven ortamının yanında adalet algıları da önemlidir (Gruman ve Saks, 2011: 131). Bu durumlara dikkat edilmesi; çalışanın, örgütsel hedefler ile aynı doğrultuya getirerek onun daha fazla performans sergilemesine yol açabilir (Rantakari, 2012: 182).

İşyeri maneviyatında çok az çalışma; anlam, amaç, topluluk ve aşkınlık gibi terimleri açıklamaktadır. Bu terimler belli bir seviyeye kadar çalışanların kendi çıkarlarına yönelik aşkınlıklarını yansıtmaktadır (Pawar, 2009: 249). Yani manevi açıdan bireyler beklentilerine uyan bir işyerinde çalıştıklarında çalışma arkadaşlarını destekleyebilir, kaliteyi arayarak iyi işler ortaya koyabilirler (Garcia-Zamor, 2003: 360). Çalışanlar bu ortamda ahlaki davranışlar da sergileyebilirler (Battal ve Durmuş, 2017: 76). Ayrıca çalışanlar ortak görevlerde bir takım halinde kendilerini yönetebilir ise; takım halinde karar verme, yüksek katılım ve başarılı sonuçlara erişebilmek için ortak sorumluluklar ortaya koyabilirler. Sonuç olarak daha iyi performans, daha az maliyet ve daha yüksek moral elde edilebilir (Sausser, 2009: 161).

Organizasyonda iş karmaşıklığına yönelik değişimlerde takdir yetkisi ve performans arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. Daha karmaşık işlerde çalışan bireyler daha fazla takdir yetkisine sahiptir ve performansa yönelik kazançlarda daha fazla pay elde edebilirler (Ortega, 2009: 606). Bir çalışan yöneticisi ile paylaşılan hedefleri geliştirebilir ve yönetici ile rahat iletişim kurabilir ise daha iyi performans gösterebilir. Ayrıca bir yönetici çalışanları ile paylaşılan hedefleri ve bilgileri karşılıklı saygı düzeyinde zamanında ve problem çözmeye odaklı olarak gerçekleştirebilir ise kaliteli ilişkiler oluşabilir (Anderson, 2006: 507). Bu durum yöneticilerin de çalışanlarına karşı yerine getirmesi gereken sorumluluklarının olduğunu göstermektedir (Şahin vd., 2016: 598). Çalışan ve organizasyon açısından değerlendirildiğinde karşılıklı mübadelelerin kaliteli ve kabul edilebilir düzeyde olması işyerinin sosyal performansına önemli katkıları olabilir.

### **Sosyal Mübadele Kuramı Kapsamında Çalışanların Risk Alma Davranışları, Yaşam Tarzı Değişkenleri ve İşyerinin Sosyal Performansı İlişkisi**

Sosyal mübadele kuramı uygulamalarında mikro ilişkilerden makro ilişkilere doğru çözülmemiş bir konu, uygun analiz seviyelerinin belirlenmesidir (Auld

ve Case, 1997: 187). Bu analiz seviyeleri çerçevesinde sosyal mübadele kuramı, işyerinde çalışanların davranışlarını anlamak için en etkili kavramsal paradigmalarda yer almaktadır (Cropanzano ve Mitchell, 2005: 874). Bu kuram sonuç ortaya koyan bir araştırmanın organizma-çevre değişim sistemi içerisinde incelenmesi ile gerçekleşmektedir (Emerson, 1976: 338). Örneğin sosyal mübadele kuramı çerçevesinde herhangi bir eylemin olumlu bir başlangıcı, karşılıklı ilişkiyi artıracak ve artan ilişki olumlu davranışsal tepkilerin oluşmasını teşvik edebilecektir (Cropanzano vd., 2017: 11). Bu açıdan araştırmada işyerinde çalışanların çalışma ortamlarındaki risk alma davranışları, endişeli, sosyalite odaklı ve yenilik odaklı yaşam tarzları ile işyerinin sosyal performansı çalışan-organizasyon kapsamında değerlendirilip literatüre farklı bakış açıları kazandırılabilmesi amaçlanmaktadır.

Sosyal mübadele kuramı çerçevesinde risk, güven gelişimi için gereklidir ve bu durum çalışma arkadaşlarının davranışına bağlıdır. Bu mübadele biçiminde belirsizlikler ve riskler olmak ile birlikte karşılıklı mübadele durumu diğerine güvenmeyi gerektiren ve güvenilirliğin gösterilmesini sağlayan risk türünü içerir (Molm vd., 2000: 1422). Bu durumda karşılık elde etme ihtimalinin güçlü olması bireyleri mübadele açısından daha istekli hale getirebilir (Bolat vd., 2009: 219). O halde karşılıklı bağımlılık hem büyük hem de küçük yapılar için mübadele ilişkilerinin temelini oluşturur. Bu yapı mübadeleyi riskli hale getiren aktörler için sosyal bir ikilem oluşturmaktadır. Bu ikilemin nasıl çözüldüğü ve sosyal mübadele ilişkilerinin risk karşısında nasıl oluştuğu mübadele literatürünün en eski konularından olup çağdaş araştırmalar içerisinde ihmal edilmektedir (Molm, 1994: 163). Bu ihmalin giderilmesi açısından çalışanların risk alma davranışlarına yönelik literatür incelendiğinde; Forde ve Kennedy (1997: 283) istihdam edilen bireylerin tedbirsiz davranışları ile riskli yaşam tarzları arasında olumlu ilişki olduğunu; eğitim seviyeleri ile aldatici davranışları ve suç işleme oranları arasında ise ters ilişkinin olduğunu vurgulamışlardır. Açıkçası onlar eğitim seviyesi ile risk davranışı arasında ters orantının, istihdam ile risk davranışları arasında ise doğru orantının olduğunu ortaya koymuşlardır. Xiao ve diğerleri (2001: 322) aile şirketi sahiplerinin risk almaya daha fazla yatkın olduklarını, çalışan bireylerin sayısı, yaşı, ırkı ile şirketin net değeri gibi etmenlerin; çalışanların risk almasını, tutumunu ve davranışlarını etkilediğini belirtmişlerdir. Dewett (2006: 37-38) çalışanların teşvik ettirilmesi ile yaratıcılıkları arasındaki ilişkide risk alma davranışının tam aracılık rolüne sahip olduğunu gözlemlemiştir. O çalışanların risk alma eğilimlerinin risk alma isteklerini olumlu yönde etkilediğini, bu değişkenin yaratıcılık üzerinde etkisinin olmadığını ve çalışma ortamlarındaki baskı ile kısıtlamaların çalışanların risk eğilimine bağlı olarak işyerinde risklerin oluşmasına sebep olabileceğini belirtmiştir. Colquitt ve diğerleri (2007: 919) organizasyonda bütünlü-



ğün risk alma üzerinde artan etkileri olduğu ve iyiliğin üretkenlik davranışı üzerinde yine artan yönde etkilerinin olduğu; yeteneğin hem risk alma hem de vatandaşlık davranışı üzerinde artan yönde etkilerinin olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Sebora ve Theerapatvong (2010: 336) proaktif özelliklere sahip bireylerde örgüt içerisinde fikir üretme ve risk alma davranışlarının yenilikler için oldukça önemli olduğunu ortaya koymuşlardır. Neves ve Eisenberger (2014: 188) çalışanlar tarafından üstlenilen yüksek risklerin (örneğin çalışanın tecrübesinin olmadığı yeni görevleri kabul etmesi veya popüler olmayan görüşlerin kuruma fayda sağlayabileceğinin düşünülmesi gibi riskler) her zaman yaratıcılık veya yenilik oluşturmayacağını ifade etmişlerdir. Lanaj ve diğerleri (2018: 1576) lider ve çalışan ekiplerinin örgütün amaçları doğrultusunda gerçekleştirecekleri riskli tercihlerde farklı fikirlere önem verilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Organizasyonda farklı fikirlere değer verilmesinin çalışanların riskli tercihlerinde onların istekli olma davranışlarını ve takım sistemindeki performanslarını olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. To ve diğerleri (2018: 1299) örgütlerde yöneticilerin, çalışanların rekabet durumlarını dikkate alarak onların risk alma davranışlarını artırılmalarına yardımcı olmalarının çalışanların sosyalleşebilmelerini teşvik edebileceğini ifade etmişlerdir. Onlar güvenilir bir ortamın olması durumunda çalışanların risk almaktan kaçınmaları gerektiğini; yöneticiler ve çalışanları arasında risk alma durumlarının örgütteki rekabet ile şekillenebileceğini ve risk alma durumlarının doğru değerlendirilmesi ile çalışanların iş yerini daha yüksek performansa ulaştırabileceklerini ifade etmişlerdir.

Sosyal mübadele kuramı kapsamında duygusal dinamikler sosyal ilişkilerde merkezi bir role sahiptir (Lawler ve Thye, 1999: 218). Bu açıdan organizasyonlar çalışanları ile olumlu sosyal mübadele kurabilmeleri için çalışanlarına endişe yerine fayda sağlamalı ve bu durumu çalışanlara kabul ettirebilmelidir (Ko ve Hur, 2014: 183). Literatürde çalışanların endişeli yaşam tarzlarına yönelik çalışmalar incelendiğinde; Ramaswani (1996: 117) çalışanların görev bilgilerinin düşük olduğu durumlarda, hem süreç hem de kontrollere maruz kaldıkları zaman gereksiz davranış şekli sergilediklerini vurgulamıştır. Averina ve diğerleri (2005: 514) bireylerin gündelik hayatta tükettikleri gıda ürünlerinin endişeye yol açabileceğini belirtmişlerdir. Baer ve diğerleri (2018: 1781-1782) çalışanların duygu düzeylerini etkileyen önemli etmenlerden birisinin organizasyondaki adaletsiz konuşmalar olduğunu ifade etmişlerdir. Onlar adaletsiz konuşmaların çalışanların amirlerine karşı olumsuz davranışlar sergilenmesine sebep olabileceği belirtmişlerdir. Onlar ayrıca bu haksız konuşmaların etkisinin örgütteki arkadaş ortamı ile hafifleyebileceğini ifade etmişlerdir. Bermis ve Mcdonald (2018: 2202) örgüt içerisindeki görüş (ideolojik) farklılıklarının çalışanlardaki kariyer kaygılarını arttırdığını ve bu durumun organizasyon içerisinde olumsuz durumlar meydana geldiğinde çalışanların sessiz kala-



bilmelerine sebep olduğunu belirtmişlerdir. Ozcelik ve Barsade (2018: 2358) yalnızlığın acı verici ve zararlı bir duygu olduğunu; iş yerinde çalışanların yalnızlık hissiyatlarına sahip olmalarının duygusal bağılıklarının azalmasına ve dolayısı ile iş performanslarının beklenenden daha düşük olmasına sebebiyet verdiğini ortaya koymuşlardır. Yu ve diğerleri (2018: 2302) ise örgütte çalışanların hiyerarşik farklılıklarının birbirleri ile olan ilişkilerinde kıskançlığa ve kötü niyetli davranışlara sebep olabileceğini ifade etmişlerdir.

Homans sosyal mübadele kuramını sosyal davranış açısından incelemiş ve bu kuramı ödülleri ve cezalar çerçevesinde değerlendirmiştir. O genel olarak ödüllendirilen davranışların bir noktaya kadar devam ettiğini; *başarı önerisini* dikkate alarak olumlu sonuçlar doğuran davranışın tekrarlanmasının muhtemel olduğunu; *teşvik önerisini* dikkate alarak geçmişte ödüllendirilmiş davranışın benzer durumlarda gerçekleştirilebileceği ve *teklif önerisini* dikkate alarak bir eylemin sonucunun ne kadar değerli olduğu eylemin gerçekleştirilme olasılığını artırabileceğini ifade etmiştir (Cook ve Rice, 2006: 55). Young-Ybarra ve Wiersema (1999: 445) organizasyondaki yapının ve güven davranışının sosyal mübadele kuramı açısından önemli olduğunu, itibar ve paylaşılan değerlerin güven için kaynaklık teşkil ettiğini belirtmişlerdir. Bu açıdan çalışanların sosyallik odaklı yaşam tarzları ile ilgili literatürde gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde; Donaldson ve Grant-Vallone (2002: 256) sosyallik eğilimi daha fazla olan çalışanların daha az olanlara kıyasla daha olumlu davranışlar sergilediklerini ortaya koymuşlardır. Pucetaite ve Lamsa (2008: 334) sosyallik açısından örgütlerde çalışanların yönetim uygulamalarında; güvenlik, adalet, şeffaflık, hesap verebilirlik ve evrensel izlenebilirlik ilkelerine dikkat etmeleri gerektiğini, bu ortamın örgütsel güveni başlatabilecek ortam olabileceğini ifade etmişlerdir. Oeij ve diğerleri (2011: 40) ise insanların çalışma ortamındaki yaşam tarzları ile sosyal kaliteleri arasında faaliyetlerini meşrulaştıran temel bir bağlantının yer aldığını ve çalışanların iş yerlerinde yenilikçilik davranışları ile sosyal kaliteleri arasında açık bir ilişkinin var olduğunu vurgulamışlardır.

Sosyal mübadele kuramı çerçevesinde Clark (2016: 352-353) kamu çalışanlarının risk algıları ile örgütsel riskler arasında anlamlı, güçlü ve pozitif ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. O çalışanların yenilikçi davranışları ile risk algıları arasında pozitif yönde ilişkiler olduğunu; organizasyonda yeniliği ve yaratıcılığı ödüllendirmenin çalışanın risk alma olasılığını artıracaklarını belirtmiştir. Çalışanların yenilik odaklı yaşam tarzlarına ilişkin literatür incelendiğinde; Gong ve diğerleri (2009: 773) çalışanların yenilik oluşturmaları için denetlenmelerinin iş performanslarını ve işyeri satışlarını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Zhang (2010: 117) çalışanların yönlendirilmesi ile yenilik arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler olduğunu; yeni ürün geliştirilmesinde işlet-

melerin çalışanlarına karşı sosyal sorumluluk anlayışı kazandırmasının onların başarı elde edebilmelerine katkıda bulunacağını ifade etmiştir. Fernandez ve Moldogaziev (2013: 501) çalışanların yenilik yapma dürtülerini hissetmeleri için sadece çevrelerindeki bireylerin performansları değil aynı zamanda kendi performanslarının da yetersiz olduğunu hissetmelerinin önemli olabileceğini vurgulamışlardır. Jain (2015: 11) çalışanların yenilik yaklaşımlarında, çalıştıkları kurumlarda (sektör) yenilikçi iklimin geliştirilmesi için iyi planların yapılmasının iş için alınan önlemleri kolaylaştırabileceğini ve çalışanların doğuştan gelen yaratıcı ve yenilikçi potansiyellerini açığa çıkarmalarının kuruluşların işini kolaylaştırabileceğini ifade etmiştir.

Sosyal mübadele kuramı sosyolojik, psikolojik ve ekonomik tercihlerin bir bütünüdür (Nakonezny ve Denton, 2008: 406). Bu açıdan sosyal mübadele kuramı kapsamında işyerlerinde ilişkiler; işin özelliklerinin (Birtch vd., 2016: 1228) yanında genel olarak adalet, yükümlülük duyguları ve kişilerarası bağlılıklar kapsamında değerlendirilebilir (Cook ve Rice, 2006: 60). İşyerinde kişilerarası duygu ağları ve gruplar halinde etkileşimler bireylerin değil sosyal yapıların niteliklerini göstermektedir (Blau, 1960: 546). Bu açıdan sosyal yapılar çerçevesinde literatürde iş yerinin sosyal performansına yönelik yapılan araştırmalar incelendiğinde; Shore ve diğerleri (2006: 237) iş performansının bazı çalışanların doğrudan kontrolü altında olmayan çevresel faktörlerin yanında motivasyon ve yetenekler gibi çeşitli değişkenlerin bir etkileşimi olduğunu ifade etmişlerdir. Vanhala ve Tuomi (2006: 254) iş yerinin performansı ile çalışanların refahı arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu belirtmişlerdir. Kassahun (2007: 336-348) ise daha önce gerçekleştirilen çalışmalar ışığında iş yerinin sosyal performansını artırmak için çalışanların işleri üzerindeki etkileri güçlendirmelerini sağlamak, çalışanlarda özgürlük duygusu oluşturmak ve çalışanların organizasyona duygusal olarak bağlanabilmelerini sağlamak gerektiğini ifade etmiştir. Araştırmasında ise yönetim uygulamalarının ve kişisel özelliklerin tamamında çalışanların algılanan yeterliliklerinde; örgütsel desteğin, adaletin, eğitim fırsatlarının, iş özerkliğinin (örgütsel faktörlerde), çalışanın yaşının ve mesleki seviyesinin (kişisel özelliklerde) çalışanların performanslarının önemli belirleyicileri olduğunu ortaya koymuştur. O'Boyle ve diğerleri (2012: 559) sosyal mübadele kuramı açısından işyerlerindeki makyavelci tutumların çalışanın iş performansını olumsuz yönde etkileyebileceğini ifade etmişlerdir. Chaurasia ve Shukla (2014: 352) çalışanlara sosyal ve ekonomik kaynaklar sağlandığında, çalışanlar amirleri ile kaliteli bir ilişki ortaya koyarak bir değişim gerçekleştirmek zorunda olduklarını (sosyal değişim teorisine uyumlu bir sonuçtur) ve bu durumun çalışanların işlerine daha üst düzeyde katılım sağlamalarına ve daha iyi performans sergilemelerine yol açtığını vurgulamışlardır. Zhang ve diğerleri (2014: 430) yüksek performanslı iş sistemleri ile

çalışanlarının iş yerlerinin sosyal performans alguları arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sattar ve diğerleri (2015: 90) çalışanların organizasyona katılımlarını artırmak için eğitim ile çalışanın güçlendirilmesi (iş tatminini artırmıştır) ve ödüllendirilmesinin (yetki verilmesi gibi) memnuniyet düzeylerini arttırdığını belirtmişlerdir. Schilpzand ve diğerleri (2018: 2379) ise çalışanların örgütün işleyişini geliştirebilmeleri, güçlendirebilmeleri ve kendi performanslarını artırabilmeleri için gündelik hayatta iyi bir uyku uyumaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

Yukarıda konu ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalar ve açıklamalar dikkate alınarak aşağıdaki hipotezler oluşturulabilir:

**Hipotez 1:** *Çalışanların iş yerinde risk alma davranışları çalışma ortamındaki endişeli yaşam tarzlarını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.*

**Hipotez 2:** *Çalışanların iş yerinde risk alma davranışları çalışma ortamında sosyal odaklı yaşam tarzlarını negatif ve anlamlı bir şekilde etkiler.*

**Hipotez 3:** *Çalışanların iş yerinde risk alma davranışları çalışma ortamında yenilik odaklı yaşam tarzlarını negatif ve anlamlı bir şekilde etkiler.*

**Hipotez 4:** *Çalışanların iş yerinde endişeli yaşam tarzları iş yerinin sosyal performansını negatif ve anlamlı bir şekilde etkiler.*

**Hipotez 5:** *Çalışanların iş yerinde sosyal odaklı yaşam tarzları iş yerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.*

**Hipotez 6:** *Çalışanların iş yerinde yenilik odaklı yaşam tarzları iş yerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.*

## YÖNTEM

Günümüz çalışan ve organizasyon bütünlüğü içerisinde çalışma ortamları çalışanları farklı risk alma davranışlarına yönlendirebilmektedir. Bu risk alma davranışları çalışanların endişeli yaşam tarzlarına, sosyallik odaklı yaşam tarzlarına ve yenilik odaklı yaşam tarzlarına farklı etkileri olabilmektedir. Çalışanların risk alma davranışlarından etkilendikleri bu yaşam tarzları ise iş yerinin sosyal performansını şekillendirebilmektedir. Bu açıdan çalışmada bu etkilerin ne düzeyde olduğu sosyal mücadele kuramı kapsamında daha evvel gerçekleştirilen araştırmalar dikkate alınarak ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Araştırmanın analizleri ve bulguları ile ilgili veriler 2019 yılı içerisinde Türkiye’de Karadeniz Bölgesi içerisinde yer alan Rize, Gümüşhane ve Bayburt illerinde ikamet eden özel sektörde ve kamuda farklı alanlarda çalışan toplam 318 çalışandan oluşmaktadır. Çalışmada çalışanların çalışma ortamlarındaki durumları (yaşam tarzı), davranışları (risk alma) ve iş yeri ortamı (iş yeri performansı) araştırıldığı için farklı sektörlerde çalışan bireylere elektronik an-

ket yöntemi ile kolayda örneklem metodu tercih edilerek erişim sağlanmıştır. Araştırmanın anket verilerinde gönüllülük esasını dikkate alınarak geri dönüş sağlanmıştır.

Makalelerde tanımlanan standart faktörler, örneklem büyüklüğü belirlenirken kullanılabilir (Bartlett vd., 2001: 49). Bu açıdan örneklem büyüklüğü belirlenirken ortalama 1700 çalışan dikkate alınmış ve bunların 318'inden geri dönüş sağlanmıştır. Bu durumda 313 çalışana erişim sağlanması yeterli olduğu dolayısıyla ile 318 çalışandan geri dönüş sağlanması araştırmanın uygulanabilir olduğunu ortaya koymaktadır (Krejcie ve Morgan 1970: 608). Araştırmanın analizleri gerçekleştirilirken SPSS ve AMOS paket programlarından yararlanılmıştır. Araştırmanın demografik verileri ve faktör analizleri SPSS 21 paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın doğrulayıcı faktör analizleri ve ölçeklerin birbirleri ile olan ilişkileri ise AMOS 24 paket programı yardımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bulguları ve analizleri ile ilgili elde edilen sonuçlar aşağıda detaylı bir şekilde incelenmiştir.

**Tablo 1:** Araştırmanın Ölçeği

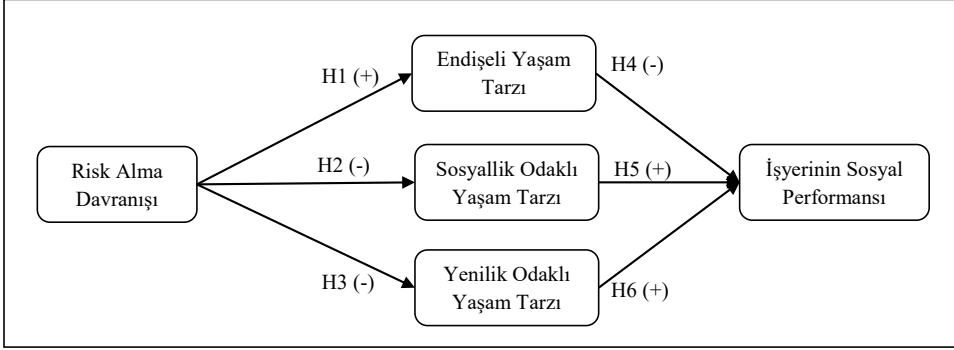
Ölçek	Maddeler	Kaynak
Çalışanların Risk Alma Davranışı (R)	4	Taaitila ve Down, 2012: 748
Çalışanların Endişeli Yaşam Tarzı (E)	4	Koshksaray vd., 2015: 43
Çalışanların Sosyallik Odaklı Yaşam Tarzı (S)	5	Koshksaray vd., 2015: 43
Çalışanların Yenilik Odaklı Yaşam Tarzı (Y)	4	Koshksaray vd., 2015: 43
İşyerinin Sosyal Performansı (SP)	5	Zhang vd., 2014: 432

Gerçekleştirilen araştırmanın ölçekleri oluşturulurken Taaitila ve Down (2012: 748)'un çalışmalarından risk alma davranışları ile ilgili 5 soru araştırma ölçeğine uyarlanmıştır. Çalışmanın uygulamasında çalışanların risk alma davranışları ile ilgili 1 soru (R2) araştırma ölçeğinden çıkarılmıştır. Koshksaray ve diğerlerinin (2015: 43) çalışmalarından 14 soru çalışma ölçeğine uyarlanmıştır. Alınan ölçek sorularından endişeli yaşam tarzı ölçeğinden bir soru (E3) çalışmanın uygulamasından çıkarılmıştır. Araştırmada iş yerinin sosyal performansı ölçeği ise Zhang ve diğerlerinin (2014) çalışmalarından alınmıştır. Alınan ölçekte 1 soru (SP2) araştırmanın uygulamasından çıkartılmıştır. Bu 3 sorunun araştırma ölçeğinden çıkartılmasında kalan ölçeklerin daha geçerli ve güvenilir sonuçlar oluşturması etkili olmuştur.

Literatürde daha önce yapılan çalışmalar dikkate alındığında çalışanların işyerlerindeki davranış şekillerini ortaya koyan birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmalarda ele alınan boyutlar farklı değişkenler ile ilişkilendirilmiş ve birçok farklı sonuç elde edilmiştir. Araştırmada daha evvel gerçekleştirilen araştırmalardan farklı olarak sosyal mübadele kuramı kapsamında organizasyon içerisinde farklı pozisyonlarda çalışan bireylerin işlerine yönelik aldıkları

rı risklerin yaşam tarzları (endişeli, sosyallik odaklı ve yenilik odaklı yaşam tarzları) üzerindeki etkileri ve çalışanların bu yaşam tarzı değişkenlerinin de işyerinin sosyal performansı üzerinde etkileri bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Araştırma modeli oluşturulurken Taatila ve Down (2012), Koshksaray ve diğerleri (2015) ve Zhang ve diğerlerinin (2014) daha önce yaptıkları çalışmalardan faydalanılarak uygulama modeli gerçekleştirilmiştir.

**Şekil 1:** Araştırma Modeli



## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma ile ilgili demografik veriler Tablo 2’de ifade edilmiş ve analizler gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 2:** Araştırmanın Demografik Verileri

Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)	Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
<b>Cinsiyet</b>			<b>Yaş</b>		
Kadın	162	50,9	25 veya altı	33	10,4
Erkek	156	49,1	26-29 yaş	63	19,8
<b>Aylık Gelir</b>			30-33 yaş	87	27,4
2000 TL ve altı	45	14,2	34-37 yaş	69	21,7
2001-3500 TL	53	16,7	38-41 yaş	42	13,2
3501-5000 TL	78	24,5	42 ve üzeri	24	7,5
5001-6500 TL	84	26,4			
6501 TL ve üzeri	58	18,2			
<b>Kurum Türü</b>			<b>İdari Görev</b>		
Özel Sektör	69	21,7	Evet	105	33,0
Kamu	249	78,3	Hayır	213	67,0
<b>Eğitim Durumu</b>			<b>Tecrübe</b>		
Ortaokul veya Lise	12	3,8	1-5 yıl	114	35,8
Önlisans	30	9,4	6-10 yıl	111	34,9
Lisans	90	28,3	11-15 yıl	51	16,0
Lisansüstü	186	58,5	16-20 yıl	24	7,5
			21 yıl ve üzeri	18	5,7

Tablo 2’de ifade edilen veriler genel olarak incelendiğinde; çalışmaya katılan kadın (162 kişi %50,9) ve erkek (156 kişi - %49,1) çalışan sayılarının birbirlerine yakın olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların birçoğu 30-33 yaş (87 kişi - %27,4) aralığında olup aylık geliri en fazla 5001-6500TL (84 kişi %26,4) ve 3501-5000TL (78 kişi - %24,5) arasında değişen çalışanlardan oluştuğu gözlemlenmiştir. Araştırmada çalışanların birçoğu kamuda (249 kişi - %78,3) çalışan ve idari görevi olmayan (213 kişi %67) bireylerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumu ve tecrübe açısından değerlendirildiğinde en fazla lisansüstü (186 kişi - %58,5) eğitim seviyesinde olan 1-5 yıl (114 kişi - %35,8) ve 6-10 yıl (111 kişi - %34,9) iş tecrübesi olan çalışanların çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir.

### Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırma ölçeğinin güvenilirliğini ortaya koyan Cronbach Alpha = ,846 ve geçerliliğini ifade eden KMO = ,794 olarak hesaplanmıştır. Araştırma ölçeğinin toplam varyansa katkısı ise 65,753 olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar araştırma ölçeğinin kabul edilebilir verilere sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Cronbach, 1951: 311). Araştırma ölçeğinin faktörlerine ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik değerleri Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3:** Faktör Güvenirlik ve Geçerlilikler

Faktörler	Maddeler	Cronbach’s Alpha	KMO
Risk Alma Davranışı (R)	4	,771	,753
Endişeli Yaşam Tarzı (E)	4	,746	,716
Sosyallik Odaklı Yaşam Tarzı (S)	5	,826	,760
Yenilik Odaklı Yaşam Tarzı (Y)	4	,841	,783
İşyerinin Sosyal Performansı (SP)	5	,870	,841

Tablo 3’te çalışanların risk alma davranışları, endişeli yaşam tarzları, sosyallik odaklı yaşam tarzları, yenilik odaklı yaşam tarzları ve iş yerinin sosyal performansı ölçeklerine ait geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları verilmiştir. Bu sonuçlar çalışma ölçeğinin geçerli ve güvenilir sonuçlar oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmada kullanılan faktörler, güvenilirlikler, açıklanan varyans, faktör yükleri ve R<sup>2</sup>ler Tablo 4’te ifade edilmiştir.

**Tablo 4:** Faktörler, Faktör Yükleri, R<sup>2</sup>, Güvenirlik, Açıklanan Varyans Değerleri ve Özdeğerler

Faktörler	Faktör Yükleri	R <sup>2</sup>	Alpha (Yüzde)	Açıklanan Varyans (%)	Özdeğer
R1 İşyerimde genellikle yüksek riskli çalışmalar gerçekleştiririm.	0.65	0.42			
R3 İşyerimde belirsizlik durumlarında karar alırken temkinli davranmam.	0.81	0.66			
R4 İşyerimde belirsizlik durumlarında karar alırken agresif bir duruş benimserim.	0.82	0.67	,771 (%77,1)	16,074	3,536
R5 İşyerimde çevresel etmenlere bağlı olarak oluşacak problemler için araştırma yapmam.	0.80	0.64			
E1 Çalışma ortamım geliştikçe yaşamumdaki baskılar artar.	0.71	0.50			
E2 Çalışma ortamım geliştikçe eğitimim bundan olumsuz etkilenir.	0.86	0.74			
E4 Çalışma ortamımın sürekli gelişmesi toplum için olumsuzdur.	0.79	0.62	,746 (%74,6)	13,723	3,019
E5 Çalışma ortamım insanlar ile olan duygusal etkileşimimi azaltır.	0.66	0.44			
S1 İşyerimde çalışma arkadaşlarım ile sıklıkla sohbet ederim.	0.80	0.64			
S2 Çalışma ortamım insanlar ile etkileşimimi büyük ölçüde artırır.	0.85	0.72			
S3 İşyerimdeki sosyal etkinliklere sıklıkla katılırım.	0.76	0.58	,826 (%82,6)	13,576	2,987
S4 Çalışma ortamım arkadaş çevremi büyük ölçüde genişletir.	0.74	0.55			
S5 Çalışma ortamımda düşüncelerimi sık sık paylaşıyorum.	0.70	0.49			
Y1 İşyerimde çalışmalarım ile ilgili yeni bilgileri insanlar ile paylaşıyorum.	0.77	0.59			
Y2 İşyerimdeki yenilikleri kullanabilmem beni mutlu eder.	0.88	0.77			
Y3 İşyerimde yenilik oluşturmak için verilen mücadeleyi severim.	0.90	0.81	,841 (%84,1)	11,474	2,524
Y4 İşyerimde yeniliklerin yapılması önemlidir.	0.74	0.55			



**Tablo 4 (Devamı):** Faktörler, Faktör Yükleri, R<sup>2</sup>, Güvenirlik, Açıklanan Varyans Değerleri ve Özdeğerler

Faktörler	Faktör Yükleri	R <sup>2</sup>	Alpha (Yüzde)	Açıklanan Varyans (%)	Özdeğer
SP1 İşyerimde çalışanların tümüne saygı duyulur ve adil davranılır.	0.86	0.74			
SP3 İşyerimde ahlaki olmayan iş davranışlarına tolerans gösterilmez.	0.71	0.50			
SP4 İşyerim iş kanunlarına uyar.	0.86	0.74			
SP5 İşyerimde çalışanlara koruyucu ekipmanlar sağlanmıştır.	0.81	0.66	,870 (%87,0)	10,905	2,399
SP6 İşyerimde sosyal topluluk faaliyetlerine katılım sağlanmaktadır.	0.81	0.66			

KMO = ,794 / Bartlett's Test of = 3600,131 / Cronbach Alpha = ,846 / Kümülatif Varyans = 65,753 / Sig. = ,000

Tablo 4'te elde edilen veriler genel olarak değerlendirildiğinde faktör yükleri, güvenilirlik, açıklanan varyans değerleri ve özdeğerler araştırmanın uygulanabilir olduğunu ortaya koymaktadır (Akyüz ve Ayyıldız, 2012: 57-59). Analiz sonuçları dikkate alındığında araştırma ölçeğindeki bütün faktörler pozitif değerler oluşturmaktadır. Araştırma modelinde her bir ölçeğin açıklanan varyansa katkıları dikkate alındığında en fazla katkı sırası ile çalışanların iş yerinde yenilik odaklı yaşam tarzları (Y – 68,388), iş yerinin sosyal performansı (SP – 66,168), çalışanların iş yerinde risk alma davranışları (R – 60,021), çalışanların sosyallik odaklı yaşam tarzları (S – 59,390) ve çalışanların endişeli yaşam tarzları ölçeği (E – 57,334) olarak sıralanmıştır. Araştırma faktör yükleri açısından incelendiğinde; çalışanların risk alma davranışları ölçeğine en fazla katkıyı R4 (0.82) değişkeni sağlamıştır. Bu değişken ile çalışanlar iş yerinde belirsiz durumlar karşısında karar alırlarken agresif bir duruş benimsediklerini ifade etmişlerdir. Çalışanların endişeli yaşam tarzları ölçeğinden en fazla katkıyı E2 (0.86) değişkeni sağlamıştır. Burada ise çalışanlar çalışma ortamlarının gelişmesi ile eğitimlerinin bundan olumsuz etkilendiğini belirtmişlerdir. Bu seçenek ile çalışanlar iş yüklerinin artması ile eğitimlerinin bundan olumsuz etkilenebileceğine vurgu yapmış olabilirler. Ayrıca burada eğitimlerine yeterli zaman ayıramadıkları da çalışanları bu seçeneğe yönlendirmiş olabilir. Çalışanların iş yerinde sosyallik odaklı yaşam tarzları ölçeğine en çok katkıyı S2 (0.85) seçeneği sağlamıştır. Bu değişken ile çalışanlar çalışma ortamlarının insanlar ile etkileşimlerini büyük ölçüde artırdığını ifade etmişlerdir. Çalışanların yenilik odaklı yaşam tarzları dikkate alındığında ölçeğe en fazla katkıyı Y3 (0.90) seçeneği sağlamıştır. Bu seçenekte ise çalışanlar işyerlerinde yenilik oluşturmak için verilen mücadeleyi

sevdiklerini vurgulamışlardır. İşyerinin sosyal performansı ölçeği incelendiğinde seçenekler içerisinde en fazla katkı SP1 ve SP4 ile sağlanmıştır. Bu seçeneklerde ise çalışanlar iş yerinde çalışanların tamamına saygı duyulduğunu, adil davranıldığını ve işyerlerinin iş kanunlarına uyduklarını ifade etmişlerdir.

### Araştırma Modelinin Yapısal Eşitlik Modellemesine Uygunluğu

Araştırmanın ölçüm modeli sonuçlarını ortaya koyabilmek için AMOS 24 paket programı kullanılmıştır. Elde edilen yapısal eşitlik modellemesi sonuçları Tablo 5'te belirtilmiş ve ilgili sonuçlar yorumlanmıştır.

**Tablo 5:** Araştırma İndeksleri, Referans Değerleri ve Ölçüm Modeli

İndeksler	Anlamı	Referans Değeri	Ölçüm Modeli
CMIN/DF	Ki kare/ serbestlik derecesi	$0 < \chi^2/sd \leq 5$	2,458
TLI	Tucker-Lewis İndeksi	$>,90$	,903
IFI	Artımlı Uyum İndeksi	$>,90$	,926
CFI	Karşılaştırmalı Uyum İyiliği İndeksi	$>,90$	,925
RMSEA	Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	,068
RMR	Artık Temelli Uyum İndeksi	$<,1$	0,90

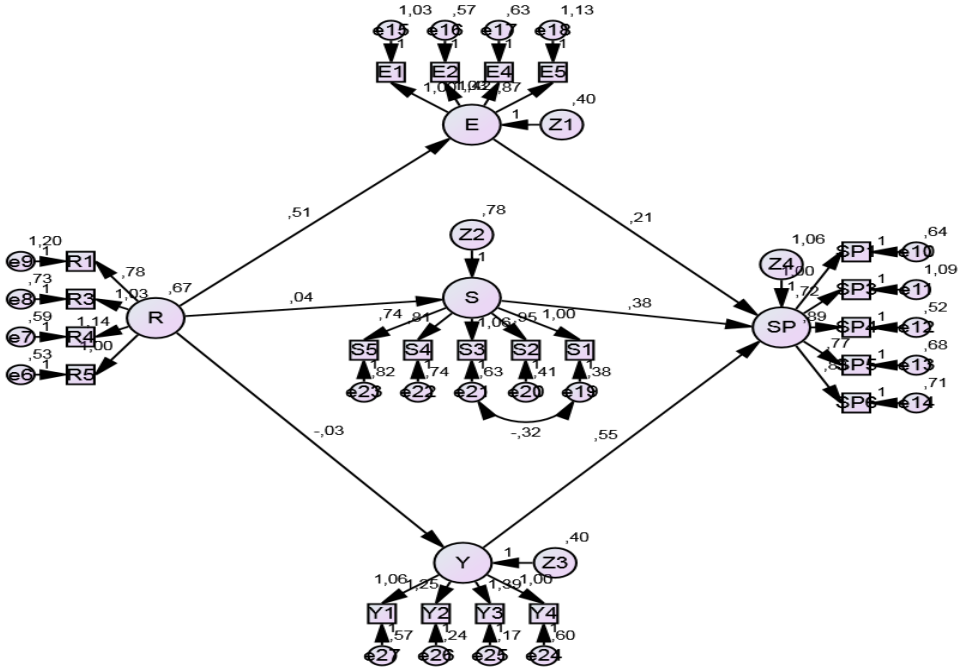
Araştırmada Yapısal Eşitlik Modeli sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde; çalışmada CMIN/DF = 2,458, RMR = 0,90, IFI = ,926, TLI = ,903, CFI = ,925 ve RMSEA = ,068 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar genel itibari ile çalışmanın kabul edilebilir olduğunu ve araştırma ile uyumlu bir model oluşturulduğunu ortaya koymaktadır (Fernandez ve Moldogaziev, 2013: 498; Chen vd., 2013: 1632; Mcclaren vd., 2010: 106; He vd., 2014: 689). Araştırmanın Regression ölçüm modeli sonuçları Tablo 6'da ifade edilmiştir.

**Tablo 6:** Araştırmanın Regression Sonuçları

İlişkilendirmeler	Estimate	S.E.	P	Hipotez	Açıklama
R ® E	,512	,077	,000	H1	Kabul
R ® S	,042	,070	,545	H2	Red
R ® Y	-,028	,051	,573	H3	Red
E ® SP	,211	,095	,026	H4	Red
S ® SP	,377	,078	,000	H5	Kabul
Y ® SP	,554	,115	,000	H6	Kabul

Araştırma Tablo 6'da elde edilen sonuçlar dikkate alındığında; H1, H5 ve H6 hipotezlerinin kabul H2, H3 ve H4 hipotezlerinin red edildiği gözlemlenmektedir. Araştırmada ayrıca H2 ve H3 hipotezlerinin anlamsız olduğu ve diğer hipotezlerin anlamlı ilişkilere sahip olduğu gözlemlenmiştir. Tablo 6'ya ait yapısal eşitlik modellemesi sonuçları Şekil 2'de gösterilmiştir ve ilgili sonuçlar detaylı bir şekilde yorumlanmıştır.

Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modeli AMOS Diyagramı



Araştırma Şekil 2’de ortaya koyulan sonuçları genel olarak incelendiğinde; H1 hipotezi kabul edilmiştir. Yani iş yerinde çalışanların risk alma davranışları endişeli yaşam tarzlarını pozitif (.51) ve anlamlı ( $p = ,000$ ) bir şekilde etkilemiştir. H2 hipotezi red edilmiştir. Bu hipotezde ise çalışanların risk alma davranışları ile sosyallik odaklı yaşam tarzları arasında negatif (.04) ve anlamlı bir ilişkiye ( $p = ,545$ ) ulaşılamamıştır. H3 hipotezi de red edilmiştir. Bu hipotezde de çalışanların iş yerinde risk alma davranışları ile yenilik odaklı yaşam tarzları arasında negatif (-03) ve anlamlı ( $p = ,573$ ) bir ilişkiye ulaşılamamıştır. Araştırmada H4 hipotezi de red edilmiştir. Bu hipotezde ise çalışanların endişeli yaşam tarzları ile iş yerinin sosyal performansı arasında pozitif (.21) ve anlamlı ( $p = 026$ ) bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmada H5 hipotezi kabul edilmiştir. Bu hipotezde çalışanların iş yerinde sosyallik odaklı yaşam tarzları ile iş yerinin sosyal performansı arasında pozitif (.38) ve anlamlı ( $p = ,000$ ) ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada H6 hipotezi de kabul edilmiştir. Bu hipotezde ise çalışanların iş yerlerinde yenilik odaklı yaşam tarzları ile iş yerinin sosyal performansı arasında pozitif (.55) ve anlamlı ( $p = ,000$ ) ilişkiler olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz çalışma ortamı işyerlerinde çalışan bireyleri risk alma davranışlarına yönlendirebilmektedir. Çalışanların faaliyet alanları dikkate alındığında iş yerlerinde ast-üst ilişkileri, iş yükü, çalışma ortamının fiziki koşulları ve çalışanların gelirleri gibi birçok etken çalışanların iş yerlerinde risk alma davranışlarını, yaşam tarzı değişkenlerini ve iş yerinin sosyal performansını şekillendirebilmektedir. Bu açıdan çalışma farklı sektörlerde, farklı faaliyet alanlarında ve farklı fiziki şartlarda çalışan bireylere uygulanmıştır. Sosyal mücadele kuramı açısından çalışan ve organizasyon ikileminde elde edilen sonuçlar literatüre yeni ve farklı katkılar sağlamaktadır. Bu açıdan araştırma sonuçları sosyal mücadele kuramı kapsamında genel olarak değerlendirildiğinde çalışanların iş yerlerinde risk alma davranışları endişeli yaşam tarzlarını pozitif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Bu durum işyerinde çalışanın risk almasının işe yönelik endişeli yaşam tarzını tetiklediğini ortaya koymaktadır. Sosyal mücadele kapsamında risk ve endişe arasında doğru orantı söz konusudur. Çalışanların iş yerlerinde risk alma davranışları sosyallik odaklı yaşam tarzlarını pozitif ve anlamsız olarak etkilemiştir. Çalışanların iş yerlerinde risk alma davranışları yenilik odaklı yaşam tarzlarını negatif ve anlamsız olarak etkilemiştir. Araştırmada çalışanların endişeli yaşam tarzları iş yerlerinin sosyal performansını negatif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Sosyal mücadele açısından endişe organizasyonun sosyal performansına olumsuz etkiler oluşturmuştur. Çalışanların sosyallik odaklı yaşam tarzları iş yerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir. Bu durum sosyal mücadele kuramında sosyal açıdan karşılıklı etkileşimin olumlu sonuçlar oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışanların yenilik odaklı yaşam tarzları da iş yerlerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir. Sosyal mücadele açısından fazla araştırılmayan işyerinde yenilik odaklı yaşam tarzı işyerinin sosyal performansına önemli katkılar oluşturmaktadır. Bu sonuçlar literatür eşliğinde aşağıda genel olarak tartışılmıştır.

Sosyal mücadele kuramı kapsamında Ko ve Hur (2014) organizasyonların çalışanları ile olumlu sosyal mücadele kurmalarının çalışanlarına fayda sağlamaları ile mümkün olabileceğini belirtmişlerdir. Dewett (2006) çalışmasında iş yerindeki baskıların ve kısıtlamaların çalışanların risk eğilimlerine bağlı olarak iş yerinde risk davranışlarının oluşabileceğini ifade etmiştir. Çalışmada çalışanların risk davranışlarının iş yerinde endişeli yaşam tarzlarını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç çalışanların iş yerlerinde baskı veya kısıtlamalara maruz kalma ihtimallerinin iş yerlerinde endişeli yaşam tarzı değişkenlerini tetikleyebileceğini ortaya koyabilmektedir. Ramaswani (1996) çalışmasında çalışanların işi ile ilgili bilgilerinin düşük ol-

duğu ve kontrole maruz kaldıkları zamanda işlevsiz bir davranış şekli gösterebileceklerini ifade etmişlerdir. İşlevsiz bir davranış şekli endişeye sebep olabilir. Araştırmada çalışanların risk alma davranışlarının endişelerini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği görülmektedir. Burada çalışanların işleri ile ilgili bilgi seviyeleri düşük olabilir veya çalışanlar kontrole maruz kalmış olabilirler. Averina ve diğerleri (2005) araştırmalarında endişenin bireylerin gündelik hayatta tükettikleri gıda ürünleri ile de ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. O halde çalışmada çalışanların endişeli yaşam tarzına sahip olmaları tükettikleri gıdalar ile ilgili olabilir. Ozelik ve Barsade (2018) ise çalışmalarında iş yerinde çalışanların yalnızlık hissiyatlarının duygusal bağlılığın azalmasına ve iş performanslarının daha düşük olmasına sebebiyet verdiğini ifade etmişlerdir. Yalnızlık hissiyatı endişeye sebep olabilir. Dolayısı ile çalışmada çalışanların iş yerindeki endişeli yaşam tarzlarının iş yeri performansını düşürmesine çalışanların yalnızlık hissiyatı da sebep olmuş olabilir.

Bermiss ve Mcdonald (2018) araştırmalarında örgüt içerisindeki görüş (ideolojik) farklılıklarının çalışanlarda kariyer kaygılarına sebep olduğunu ifade etmişlerdir. Kariyer kaygısı aynı zamanda endişeye sebep olabilir. Bu açıdan çalışmada çalışanların endişeli yaşam tarzlarının iş yerinin sosyal performansı üzerindeki negatif etkisinde çalışanların ideolojik farklılıkları veya kariyer kaygıları da sebep olmuş olabilir. Donaldson ve Grant-Vallone (2002) çalışmalarında sosyallik eğilimi fazla olan çalışanların az olanlara kıyasla daha olumlu davranışlar sergilediklerini ifade etmişlerdir. Uygulamada çalışanların iş yerlerindeki sosyallik odaklı yaşam tarzları iş yerlerinin sosyal performansını olumlu yönde etkilemiştir. Bu sonuç çalışanların sosyallik eğilimlerinin olumlu davranışlar sergilemelerini neden olabileceğini ve dolayısı ile iş yerinin sosyal performansına olumlu etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Sebra ve Theerapatvong (2010) proaktif özelliklere sahip olan bireylerin örgütte risk alma davranışlarının yenilikler için önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmada çalışanların risk alma davranışlarının yenilik odaklı yaşam tarzları üzerinde anlamlı bir etki uyandırmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç uygulamaya katılan çalışanların proaktif özelliklere sahip olamayabilecekleri yorumunu yaptırabilir. To ve diğerleri (2018) araştırmalarında çalışanların risk alma durumlarının doğru değerlendirildiğinde çalışanları daha yüksek performansa ulaştırabileceğini ifade etmişlerdir. Araştırma sonuçlarında çalışanların risk alma davranışları endişeli yaşam tarzını pozitif ve anlamlı olarak ve endişeli yaşam tarzı ise iş yerinin sosyal performansını negatif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Dolayısı ile çalışmada çalışanların risk alma durumları doğru değerlendirilmediği taktirde bu durumun çalışanların iş yerindeki endişelerini artırdığı ve dolayısı ile iş yerlerinin sosyal performansını düşürebildiği sonucuna ulaşılmasını sağlayabilir. Neves ve Eisenberger (2014) ise çalışanlar

tarafından kabul edilen yüksek risklerin her zaman yenilik oluşturmayacağını ifade etmişlerdir. Bu sonuç çalışmada risk alma davranışı ile iş yerinde yenilik odaklı yaşam tarzı arasında bir ilişkiye ulaşılamamasını kısmen destekleyebilir. Ayrıca sosyal mücadele kuramı kapsamında Clark (2016) işyerinde yeniliğin teşvik edilmesinin çalışanın risk alma olasılığını artıracığını ifade etmiştir. Araştırmada çalışanın risk alma davranışının yenilik odaklı yaşam tarzı üzerindeki etkisi incelenmiş ve anlamlı bir ilişkiye ulaşılamamıştır.

Lanaj ve diğerleri (2018) araştırmalarında çalışanların riskli tercihlerinde iş yerlerinin performanslarında artış sağlayabilmeleri için farklı fikirlere değer verilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Araştırmada çalışanların risk alma davranışları ile yenilik odaklı yaşam tarzları arasında her ne kadar anlamlı bir ilişki elde edilmemiş olsa da yenilik odaklı yaşam tarzının iş yerinin sosyal performansı üzerinde önemli ve pozitif bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum farklı fikirlerin bir yenilik oluşturabileceğini dolayısı ile iş yerinin sosyal performansında etkili olan faktörlerden biri olabileceği yorumunu yaptırabilir. Jain (2015) araştırmasında çalışanların yenilikçi potansiyellerini açığa çıkmasının kuruluşların işini kolaylaştırabileceğini vurgulamışlardır. Çalışmada çalışanların iş yerinde yenilik odaklı yaşam tarzları iş yerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Bu durumda çalışanların yenilikçi yaşam tarzları iş yerlerinin işini kolaylaştırmış olabilir. Zhang (2010) çalışmasında çalışanların yönlendirilmesi ile yenilik yapmaları arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler olduğunu belirtmiştir. Gong ve diğerleri (2009) ise çalışmalarında çalışanların yenilik oluşturması için denetlenmelerinin iş performanslarını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmada elde edilen sonuçlar dikkate alındığında çalışanların amirleri tarafından yönlendirilebildikleri, denetlenebildikleri ve dolayısı ile iş yerinin sosyal performansını olumlu yönde etkileyebildikleri yorumunu yaptırabilir.

Chaurasia ve Shukla (2014) çalışanlara sosyal ve ekonomik kaynaklar sağlandığında çalışanların amirleri ile kaliteli bir ilişki ortaya koyabileceklerini, işlerine daha üst düzeyde katılım gösterebileceklerini ve daha iyi performans sergileyebileceklerini ifade etmiştir. Araştırmada çalışanların iş yerlerinde yenilik odaklı yaşam tarzlarının, sosyallik odaklı yaşam tarzlarının iş yerlerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemesi çalışanlara sosyal ve ekonomik kaynakların sağlanabildiğini ortaya koyabilmektedir. Kassahun (2007) daha önce gerçekleştirilen çalışmalarda iş yerinin sosyal performansını artırmak için çalışanların işleri üzerindeki etkileri güçlendirmelerini sağlamak, çalışanlarda özgürlük duygusu oluşturmak ve çalışanların organizasyona duygusal olarak bağlanabilmelerini sağlamak gerektiğini vurgulamıştır. Araştırmada çalışanların iş yerinde sosyallik odaklı yaşam tarzları ile yenilik



odaklı yaşam tarzlarının iş yerinin sosyal performansı üzerinde pozitif ve anlamlı etkilerinin olduğu, çalışanların iş yerlerinde endişeli yaşam tarzlarının ise iş yerinin sosyal performansı üzerinde olumsuz ve anlamlı etkilerinin olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu sonuçlar çalışanların işleri üzerinde etkin olabildikleri, özgürlük duygusuna sahip olabileceklerini ve organizasyona duygusal olarak bağlı olabileceklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışmada çalışanların risk alma davranışları iş yerlerinde endişeli yaşam tarzları üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi varken iş yerlerinde sosyallik odaklı ve yenilik odaklı yaşam tarzları üzerinde anlamlı bir etki oluşturmamıştır. Bu sonuç çalışanların işleri ile ilgili riskli bir davranış göstermelerinin iş yerlerinde endişeli yaşam tarzlarını artırdığını ortaya koymaktadır. Burada çalışanların iş yerlerinde daha az risk alarak daha az endişe yaşamaları dolayısı ile belirlilik ortamı oluşturarak daha rasyonel yaklaşımlar sergilemelerinin de mümkün olabileceğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak sosyal mübadele kuramı kapsamında iş yerlerinde çalışan bireylerin risk alma ihtimalleri arttıkça çalışanların kaygı seviyeleri de artmaktadır. Örneğin belirsiz bir durumda çalışanın karar verememesi, çalışan üzerinde baskının artmasına sebep olabilir. Dolayısı ile bu baskılar ile oluşacak olan kaygı iş yerinin sosyal performansını olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Çalışanların iş yerlerindeki sosyallik odaklı yaşam tarzları dikkate alındığında (çalışma arkadaşları ile iyi ilişkiler kurabilmeleri, sosyal açıdan kendilerini iş yerlerine ait hissedebilmeleri gibi) iş yerinin sosyal performansını olumlu bir şekilde etkileyebilmektedir. Çalışanların iş yerlerindeki yenilik odaklı yaşam tarzları da (yeni bilgilerin paylaşılması, yeniliklere önem verilmesi gibi) iş yerinin sosyal performansına yine olumlu etkilerinin olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar değişen ve gelişen organizasyonlarda çalışanların risk alma davranışlarında endişelerinin, sosyallik ve yenilik anlayışlarının iş yerlerinin sosyal performansında oldukça önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

### **Araştırmanın Teorik Katkıları**

Araştırma ile çalışanların iş yerlerinde risk alma davranışları, iş yerlerinde endişeli yaşam tarzları, sosyallik odaklı yaşam tarzları, yenilik odaklı yaşam tarzları ve iş yerlerinin sosyal performansına yönelik daha önce gerçekleştirilen çalışmalar ile ilgili bilgiler sunmaktadır. Bu bilgiler aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

- Çalışan ve organizasyon açısından sosyal mübadele kuramında karşılıklı etkileşim oldukça önemlidir.
- Çalışanların risk alma davranışlar fikir üretme ve yenilikler için oldukça önemlidir. Ancak yüksek riskler her zaman yenilik oluşturmaz.



- Çalışma ortamındaki baskılar ve kısıtlamalar risklerin oluşmasına sebep olabilir.
- Eğitim seviyesi ile risk alma davranışı arasında ters ilişki, istihdam ile risk alma davranışı arasında doğru ilişkiler söz konusudur.
- Yetenekler risk alma davranışları üzerinde etkilidir.
- Çalışanların riskli tercihlerde farklı fikirlere değer verilmesi çalışanların istekli olma davranışlarını ve iş yerinin performansını olumlu yönde etkilemektedir.
- Organizasyon içerisinde hiyerarşik farklılıklar kıskançlığa ve kötü niyetli davranışlara sebep olabilir. Bu durum çalışanlarda bir endişe oluşturabilir.
- İş yerinde yalnızlık hissiyatı iş performansını düşürebilir.
- Çalışanların çalışma ortamındaki ideolojik farklılıkları kariyer endişelerine sebep olabilir.
- Sosyallik eğilimi daha fazla olan çalışanlar daha olumlu davranışlar sergileyebilirler.
- Yenilikçi yaşam tarzı için iyi bir plana ihtiyaç olabilir.
- Çalışanların yönlendirilmesi yenilikçi yaklaşımlar için önemlidir.
- Çalışanlara sosyal ve ekonomik kaynakların sağlanması iş yerinin sosyal performansını artırmak için önemlidir.
- İş yerinin sosyal performansını artırmak için çalışanların işleri üzerinde etkin olmasını sağlamak, çalışanlarda özgürlük duygusu oluşturmak, çalışanların organizasyona duygusal olarak bağlanmasını sağlamak gerekir.

### **Araştırmanın Pratik Katkıları**

Araştırma ile farklı iş kollarında faaliyette bulunan çalışanların iş yerlerinde risk alma davranışlarının çalışma ortamındaki endişeli yaşam tarzları, sosyallik odaklı yaşam tarzları ve yenilik odaklı yaşam tarzları üzerindeki etkileri sosyal mübadele kuramı dikkate alınarak ölçülmüştür. Ayrıca çalışmada iş yerinde çalışanların endişeli, sosyallik odaklı ve yenilikçi yaşam tarzlarının iş yerinin sosyal performansı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma bir bütün olarak düşünüldüğünde literatüre farklı bakış açıları kazandırabilir. Bu açıdan çalışmanın literatüre olası katkıları aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

- Sosyal mübadele kuramı kapsamında çalışanların işlerine yönelik risk alma davranışları, işlerine yönelik yaşam tarzı değişkenleri ve işyerlerinin sosyal performansları arasında anlamlı ilişkiler elde edilmiştir.

- Çalışanların iş yerlerindeki risk alma davranışları endişeli yaşam tarzlarını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir. Sosyal mübadele açısından değerlendirildiğinde risk endişeyi artırmıştır. Bu durum sosyal mübadeledeki karşılıklı çıkar ilişkisine farklı bir açıdan bakıldığında risk için ortaya koyulan karşılığın endişeyi tetiklemesi sosyo-psikolojik ve duygusal etkilerin önemini ortaya koymaktadır.
- Çalışanların çalışma ortamlarında risk alma davranışları ile iş yerinde sosyallik odaklı yaşam tarzları ve yenilik odaklı yaşam tarzları arasında herhangi bir ilişkiye ulaşılamamıştır. Bu durum literatüre farklı bir bakış açısı sunabilir. Araştırmada çalışanların örgüt içerisindeki yaşam tarzlarında endişeli yaşam tarzlarının daha baskın olması buna sebep olmuş olabilir.
- Çalışanların iş yerlerinde endişeli yaşam tarzları iş yerlerinin sosyal performansını negatif ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir. Sosyal mübadele açısından değerlendirildiğinde endişe işyerinin sosyal performansı olumsuz etkilemiştir. Bu durum karşılıklı bağımlılıkta endişenin sosyal performansa sosyo-kültürel, duygusal ve psikolojik açıdan olumsuz etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır.
- Çalışanların çalışma ortamındaki sosyallik odaklı yaşam tarzları iş yerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Sosyal mübadele kuramında prestij sağlamada sosyalliğin işyerinin sosyal performansına olumlu etkisini ortaya koymaktadır. Ayrıca kuramdaki karşılıklı bağımlılık ve çıkar ilişkilerine de önemli katkılar sağlamaktadır.
- Çalışanların iş yerlerindeki yenilik odaklı yaşam tarzları iş yerlerinin sosyal performansını pozitif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Sosyal mübadele açısından yeniliğe iş yerinin sosyal performansı açısından olumlu ve özgün bir bakış açısı kazandırılmıştır. Zira sosyal mübadele kuramı açısından literatürde yenilik odaklı yaşam tarzı ile bağdaştırılabilecek fazla bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

Günümüzde iş yerlerinin sosyal performansı çalışanların etkinliği ve verimliliği için oldukça önemlidir. Bu açıdan çalışanların farklı durumlar karşısında almış oldukları risklerin derecesi onların iş yerlerinde faaliyetlerinin, yaşam tarzlarının yönünü ve etkisini ortaya koyabilmektedir. Ayrıca sosyal mübadele kuramında vurgulanan karşılıklı etkileşim çalışan ve organizasyon açısından risk, yaşam tarzı ve sosyal performans etkileşiminde yeni katkılar oluşturmaktadır.

Araştırma 2019 yılı içerisinde Rize, Gümüşhane ve Bayburt illerinde özel sek-

törde ve kamuda çalışan bireyler olmak üzere farklı sektörlerde faaliyette bulunan çalışanlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bireylerin iş yerinde risk alma davranışlarına, yaşam tarzlarına ve iş yerinin sosyal performansına etki edebilecek; bireyin kişilik özellikleri, aile yapısı, kültürel etmenler, maddi yeterlilik, yönetici özellikleri ve sosyal sınıf gibi değişkenlerin etkisi ölçülmüştür. Çalışmada sadece iş yerindeki ortam dikkate alınarak çalışmanın sınırları belirlenmiştir.

Gelecek araştırmalar ile çalışanların iş yerindeki ortamlarına etki edebilecek dışsal faktörlerin ne derece etkili olduğu sosyal mübadele kuramı kapsamında araştırılabilir. Çalışanların risk alma davranışları; önemli bir durumda, belirli bir ortamda veya belirsiz bir ortamda iş yerinin sosyal performansına ne derece etkisinin olduğu ölçülebilir. Ayrıca çalışanların kendi kişisel özelliklerinin yanında iş yerindeki yöneticilerinin, çalışma arkadaşlarının ve iş yerinin fiziksel yapısının kendi çalışma ortamları üzerinde nasıl etkiler oluşturduğu sosyal mübadele kuramı kapsamında değerlendirilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akyüz, A.M. ve Ayyıldız, H. (2012). A Structural Equation Model Test of Patient Satisfaction in the Health Service Organizations in Trabzon City. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 4 (8), 47-65.
- Anakwe, U. ve Greenhaus, J.H. (1999). Effective Socialization of Employees: Socialization Content Perspective. *Journal of Managerial Issues*, 11 (3), 315-329.
- Anderson, J. (2006). Managing Employees in the Service Sector: A Literature Review and Conceptual Development. *Journal of Business and Psychology*, 20 (4), 501-523.
- Arsawan, I.W.E., Rajiani, I., Wirga, I.W. ve Suryantini, N.P.S. (2020). Harnessing Knowledge Sharing Practice to Enhance Innovative Work Behavior: The Paradox of Social Exchange Theory. *Polish Journal of Management Studies*, 21 (2), 60-73.
- Auld, C.J. ve Case, A.J. (1997). Social Exchange Processes in Leisure and Non-leisure Settings: A Review and Exploratory Investigation. *Journal of Leisure Research*, 29 (2), 183-200.
- Averina, M., Nilssen, O., Brenn, T., Brox, J., Arkhipovsky, V.L. ve Kalinin, A.G. (2005). Social and Lifestyle Determinants of Depression, Anxiety, Sleeping Disorders and Self-Evaluated Quality of Life in Russia A Population-Based Study in Arkhangelsk. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol*, 40, 511-518.
- Aydın, Esra (2017). Kültür Bağlamında Sosyal Mübadele: Kuramsal Bir Çalışma. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 16. ÜİK Özel Sayısı, 547-562.
- Baer, M.D., Rodell, J.B., Dhensa-Kahlon, R.K., Colquitt, J.A., Zipay, K.P., Burgess, R. ve Outlaw, R. (2018). Pasification or Aggravation? The Effects of Talking About Supervisor Unfairness. *Academy of Management Journal*, 61 (5), 1764-1788.
- Bartlett, J.E., Kotrlik, J.W. ve Higgins, C.C. (2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19 (1), 43-50.
- Battal, F. ve Durmuş, I. (2017). Modern Ahilik Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Akademik Bakış Dergisi*, (63), 71-84.
- Bermiss, Y.S. ve Mcdonald, R. (2018). Ideological Misfit? Political Affiliation and Employee Departure in the Private-Equity Industry. *Academy of Management Journal*, 61 (6), 2182-2209.

- Birtch, T.A., Chiang, F.F.T. ve Esch, E.V. (2016). A Social Exchange Theory Framework for Understanding the Job Characteristics-Job Outcomes Relationship: The Mediating Role of Psychological Contract Fulfillment. *The International Journal of Human Resource Management*, 27 (11), 1217-1236.
- Blau, P.M. (1960). A Theory of Social Integration. *American Journal of Sociology*, 65 (6), 545-556.
- Bolat, O.I., Bolat, T. ve Seymen, O.A. (2009). Güçlendirici Lider Davranışları ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Sosyal Mübadele Kuramından Hareketle İncelenmesi. *Balıkesir Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (21), 215-239.
- Bozeman, B. ve Kingsley, G. (1998). Risk Culture in Public and Private Organizations. *Public Administration Review*, 58 (2), 109-118.
- Chamberlain, M.R. (1994). An Od Comprehensive Wellness Strategy to Identify, Assess, and Attenuate the Causes and Costs of Employee Stress. *Journal of Health and Human Resources Administration*, 16 (4), 445-471.
- Chaurasia, S. ve Shukla, A. (2014). Psychological Capital, LMX, Employee Engagement & Work Role Performance. *Indian Journal of Industrial Relations*, 50 (2), 342-356.
- Chen, Y. (2017). On the Essential Characteristics of the Innovation Oriented Management Mode: Holacracy. *3rd International Conference on Social, Education and Management Engineering*, (194-198).
- Chen, Z., Takeuchi, R. ve Shum C. (2013). A Social Information Processing Perspective of Coworker Influence on a Focal Employee. *Organization Science*, 24 (6), 1618-1639.
- Clark, A.F. (2016). Toward an Entrepreneurial Public Sector: Using Social Exchange Theory to Predict Public Employee Risk Perceptions. *Public Personnel Management*, 45 (4), 335-359.
- Cohen, L.E. ve Felson M. (1979). Social Change and Crime Rate Trends: A Routine Activity Approach. *American Sociological Review*, 44, 588-608.
- Colquitt, J.A., Scott, B.A. ve LePine, J.A. (2007). Trust, Trustworthiness, and Trust Propensity: A Meta-Analytic Test of Their Unique Relationships with Risk Taking and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, 92 (4), 909-927.
- Conrad, P. ve Walsh, D.C. (1992). The New Corporate Health Ethic: Lifestyle and The Social Control of Work. *International Journal of Health Services*, 22 (1), 89-111.
- Cook, K.S. ve Rice E. (2006). Social Exchange Theory. J. Delamater (Ed.), *Handbook of Social Psychology* içinde (53-76), New York, NY: Springer.

- Cossman, B. (2013). Anxiety Governance. *Law & Social Inquiry*, 38 (4), 892-919.
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient Alpha and The Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16 (3), 297-334.
- Cropanzano, R., Anthony, E.L., Daniels, S.R. ve Hall, A.V. (2017). Social Exchange Theory: A Critical Review with Theoretical Remedies. *Academy of Management Annals*, 11 (1), 1-38.
- Cropanzano, R. ve Mitchell, M.S. (2005). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31 (6), 874-900.
- Crossen, B.R. (1993). Managing Employee Unethical Behavior without Invading Individual Privacy. *Journal of Business and Psychology*, 8 (2), 227-243.
- Demir, H. ve Okan, T. (2009). Teknoloji, Örgüt Yapısı ve Performans Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (1), 57-72.
- Dewett, T. (2006). Exploring the Role of Risk in Employee Creativity. *First Quarter*, 40 (1), 27-45
- Donaldson, S.I. ve Grant-Vallone, E.J. (2002). Understanding Self-Report Bias in Organizational Behavior Research. *Journal of Business and Psychology*, 17 (2), 245-260.
- Donohew, L., Palmgreen, P. ve Rayburn II, J.D. (1987). Social and Psychological Origins of Media Use: A Lifestyle Analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31 (3), 255-278.
- Emerson, R.M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.
- Fernandez, S. ve Moldogaziev, T. (2013). Employee Empowerment, Employee Attitudes, and Performance: Testing a Causal Model. *Public Administration Review*, 73 (3), 490-506.
- Forde, D.R. ve Kennedy, L.W. (1997). Risky Lifestyles, Routine Activities, and the General Theory of Crime. *Justice Quarterly*, 14 (2), 265-294.
- Garcia-Zamor, J. (2003). Workplace Spirituality and Organizational Performance. *Public Administration Review*, 63 (3), 355-363.
- Gomez-Mejia, L.R., Welbourne, T.M. ve Wiseman, R.M. (2000). The Role of Risk Sharing and Risk Taking under Gainsharing. *The Academy of Management Review*, 25 (3), 492-507.
- Gong, Y., Huang, J. ve Farh, J. (2009). Employee Learning Orientation, Transformational Leadership, and Employee Creativity: The Mediating Role of Employee Creative Self-Efficacy. *The Academy of Management Journal*, 52 (4), 765-778.

- Greenberg, L. ve Barling J. (1999). Predicting Employee Aggression Against Coworkers, Subordinates and Supervisors: The Roles of Person Behaviors and Perceived Workplace Factors. *Journal of Organizational Behavior*, 20 (6), 897-913.
- Gruman, J.A. ve Saks, A.M. (2011). Performance Management and Employee Engagement. *Human Resource Management Review*, 21, 123-136.
- Haenfler, R., Johnson, B. ve Jones, E. (2012). Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements. *Social Movement Studies*, 11 (1), 1-20.
- He, H., Zhu, W. ve Zheng, X. (2014). Procedural Justice and Employee Engagement: Roles of Organizational Identification and Moral Identity Centrality. *Journal of Business Ethics*, 122 (4), 681-695.
- Hersch, J. ve Pickton, T.S. (1995). Risk-Taking Activities and Heterogeneity of Job-Risk Tradeoffs. *Journal of Risk and Uncertainty*, 11 (3), 205-217.
- Hoever, I.J., Zhou, J. ve Knippenberg, D.V. (2018). Different Strokes for Different Teams: The Contingent Effects of Positive and Negative Feedback on the Creativity of Informationally Homogeneous and Diverse Teams. *Academy of Management Journal*, 61 (6), 2159-2181.
- Homans, G.C. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63 (6), 597-606.
- Hsiung, H. (2012). Authentic Leadership and Employee Voice Behavior: A Multi-Level Psychological Process. *Journal of Business Ethics*, 107 (3), 349-361.
- Jain, R. (2015). Employee Innovative Behavior: A Conceptual Framework. *Indian Journal of Industrial Relations*, 51 (1), 1-16.
- Jensen, G. ve Schrader, A. (1965). Socialization. *Review of Educational Research*, 35 (3), 201-208.
- Kassahun, T. (2007). Management Practices as Leverages of Employee Performance. *Indian Journal of Industrial Relations*, 42 (3), 332-354.
- Kim, J. (2010). Strategic Human Resource Practices: Introducing Alternatives for Organizational Performance Improvement in the Public Sector. *Public Administration Review*, 70 (1), 38-49.
- Ko, J. ve Hur, S. (2014). The Impacts of Employee Benefits, Procedural Justice, and Managerial Trustworthiness on Work Attitudes: Integrated Understanding Based on Social Exchange Theory. *Public Administration Review*, 74 (2), 176-187.
- Koshksaray, A.A., Franklin, D. ve Hanzaee, K.H. (2015). The Relationship Between E-Lifestyle and Internet Advertising Avoidance. *Australasian Marketing Journal*, 23, 38-48.



- Kouvonen, A., Kivimaki, M., Virtanen, M., Heponiemi, T., Elovainio M., Pentti, J., Linna, A. ve Vahtera, J. (2006). Effort-reward Imbalance at Work and the Co-occurrence of Lifestyle Risk Factors: Cross-Sectional Survey in a Sample of 36,127 Public Sector Employees. *BMC Public Health*, 6 (24), 1-11.
- Krejcie, R.V. ve Morgan D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Lanaj, K., Foulk, T.A. ve Hollenbeck, J.R. (2018). The Benefits of not Seeing Eye to Eye with Leadership: Divergence in Risk Preferences Impacts Multiteam System Behavior and Performance. *Academy of Management Journal*, 61 (4), 1554-1582.
- Lavine, M. (2012). Exploring the Relationship between Corporate Social Performance and Work Meaningfulness. *The Journal of Corporate Citizenship*, 46, 53-70.
- Lawler, E.J. ve Thye, S.R. (1999). Bringing Emotions into Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 25, 217-244.
- Li, Y., Li, N., Guo, J., Li J. ve Harris, T.B. (2018). A Network view of Advice-Giving and Individual Creativity in Teams: A Broker Age-Driven, Socially Perpetuated Phenomenon. *Academy of Management Journal*, 61 (6), 2210-2229.
- MacCrimmon, K.R. ve Wehrung, D.A. (1990). Characteristics of Risk Taking Executives. *Management Science*, 36 (4), 422-435.
- Martin, K. ve Freeman, R.E. (2003). Some Problems with Employee Monitoring. *Journal of Business Ethics*, 43 (4), 353-361.
- Maxfield, M.G. (1987). Lifestyle and Routine Activity Theories of Crime: Empirical Studies of Victimization, Delinquency, and Offender Decision-Making. *Journal of Quantitative Criminology*, 3 (4), 275-282.
- Maxham III, J.G., Netemeyer, R.G. ve Lichtenstein, D.R. (2008). The Retail Value Chain: Linking Employee Perceptions to Employee Performance, Customer Evaluations, and Store Performance. *Marketing Science*, 27 (2), 147-167.
- Mayerhofer, H., Müller, B. ve Schmidt, A. (2010). Implications of Flexpatriates Lifestyles on HRM Practices. *Management Review*, 21 (2), 155-173.
- McClaren, N., Adam, S. ve Vocino, A. (2010). Investigating Socialization, Work-Related Norms, and the Ethical Perceptions of Marketing Practitioners. *Journal of Business Ethics*, 96 (1), 95-115.
- Molm, L.D. (1994). Dependence and Risk: Transforming the Structure of Social Exchange. *Social Psychology Quarterly*, 57 (3), 163-176.

- Molm, L.D., Takahashi, N., ve Peterson, G. (2000). Risk and Trust in Social Exchange: An Experimental Test of a Classical Proposition. *American Journal of Sociology*, 105 (5), 1396-1427.
- Mustaine, E.E. ve Tewksbury R. (1997). The Risk of Victimization in the Workplace for Men and Women: An Analysis using Routine Activities/Lifestyle Theory. *Humanity and Society*, 21 (1), 17-38.
- Nakonezny, P.A. ve Denton, W.H. (2008). Marital Relationships: A Social Exchange Theory Perspective. *The American Journal of Family Therapy*, 36 (5), 402-412.
- Nakano, L.Y. (2000). Volunteering as a Lifestyle Choice: Negotiating Self-Identities in Japan. *Ethnology*, 39 (2), 93-107.
- Nazir, S., Quan W., Hui, L. ve Shafi A. (2018). Influence of Social Exchange Relationships on Affective Commitment and Innovative Behavior: Role of Perceived Organizational Support. *Sustainability*, 10, 1-20.
- Neves, P. ve Eisenberger, R. (2014). Perceived Organizational Support and Risk Taking. *Journal of Managerial Psychology*, 29 (2), 187-205.
- Neylan, M.P. (1962). Anxiety. *The American Journal of Nursing*, 62 (5), 110-111.
- O'Boyle, E., Forsyth, D.R., Banks, G.C. ve McDaniel, M.A. (2012). A Meta-Analysis of the Dark Triad and Work Behavior: A Social Exchange Perspective. *Journal of Applied Psychology*, 97 (3), 557-579.
- Oeij, P.R.A., Dhondt, S. ve Korver, T. (2011). Workplace Innovation, Social Innovation, Social Quality. *The International Journal of Social Quality*, 1 (2), 31-49.
- Ortega, J. (2009). Employee Discretion and Performance Pay. *The Accounting Review*, 84 (2), 589-612.
- Ozbek, M.F. (2011). Örgüt İçerisindeki Güven ve İşe Yabancılaşma İlişkisinde Örgüte Uyum Sağlamanın Aracı Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 231-248.
- Ozcelik, H. ve Barsade, S.G. (2018). No Employee an Island: Workplace Loneliness and Job Performance. *Academy of Management Journal*, 61 (6), 2343-2366.
- Pawar, B.S. (2009). Some of the Recent Organizational Behavior Concepts as Precursors to Workplace Spirituality. *Journal of Business Ethics*, 88 (2), 245-261.
- Pierce, J.L., Rubenfeld, S.A. ve Morgan, S. (1991). Employee Ownership: A Conceptual Model of Process and Effects. *The Academy of Management Review*, 16 (1), 121-144.

- Pucetaite, R. ve Lamsa, A. (2008). Developing Organizational Trust Through Advancement of Employees Work Ethic in a Post-Socialist Context. *Journal of Business Ethics*, 82 (2), 325-337.
- Ramaswami, S.N. (1996). Marketing Controls and Dysfunctional Employee Behaviors: A Test of Traditional and Contingency Theory Postulates. *Journal of Marketing*, 60 (2), 105-120.
- Rantakari, H. (2012). Employee Initiative and Managerial Control. *American Economic Journal: Microeconomics*, 4 (3), 171-211.
- Ritter, H. (1990). Anxiety. *Journal of Religion and Health*, 29 (1), 49-53.
- Sattar, T., Ahmad, K. ve Hassan, S.M. (2015). Role of Human Resource Practices in Employee Performance and Job Satisfaction with Mediating Effect of Employee Engagement. *Pakistan Economic and Social Review*, 33 (1), 81-96.
- Sauser, W.I. (2009). Sustaining Employee Owned Companies: Seven Recommendations. *Journal of Business Ethics*, 84 (2), 151-164.
- Scheppingen, A.R., Vroome, E.M.M., Have, K.C.J.M., Zwetsloot, G.I.J.M., Wiezer, N. ve Mechelen, W. (2015). Vitality at Work and its Associations with Lifestyle, Self-Determination, Organizational Culture, and with Employees' Performance and Sustainable Employability. *Work*, 52, 45-55.
- Schilpzand, P., Houston, L. ve Cho, J. (2018). Not too Tired to be Proactive: Daily Empowering Leadership Spurs Next-Morning Employee Proactivity as Moderated by Nightly Sleep Quality. *Academy of Management Journal*, 61 (6), 2367-2387.
- Sebora, T.C. ve Theerapatvong, T. (2010). Corporate Entrepreneurship: A Test of External and Internal Influences on Managers Idea Generation, Risk Taking, and Proactiveness. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (3), 331-350.
- Sharma, B. (1998). Organizational Socialization: Beyond Fitting New Employees into the Existing Culture. *Indian Journal of Industrial Relations*, 34 (1), 73-79.
- Shore, T., Sy, T. ve Strauss, J. (2006). Leader Responsiveness, Equity Sensitivity, and Employee Attitudes and Behavior. *Journal of Business and Psychology*, 21 (2), 227-241.
- Sidman, M. (1964). Anxiety. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 108 (6), 478-481.
- Şahin, B., Sönmez, B. ve Eraslan, H. (2016). The Ethical Attitudes of the Managers at Hotel Businesses towards the Employees. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 19 (36-1), 583-603.

- Taatila, V., Down, S. (2012). Measuring Entrepreneurial Orientation of University Students. *Education + Training*, 54 (8), 744-760.
- Tanimoto, K. (2008). A Conceptual Framework of Social Entrepreneurship and Social Innovation Cluster: A Preliminary Study. *Hitotsubashi Journal of Commerce and Management*, 42 (1), 1-16.
- To, C., Ordonez, L. ve Schweitzer, M.E. (2018). Going for it on Fourth Down: Rivalry Increases Risk Taking, Physiological Arousal, and Promotion Focus. *Academy of Management Journal*, 61 (4), 1281-1306.
- Xiao, J.J., Ahabeeb, M.J., Hong, G. ve Haynes, G.W. (2001). Attitude toward Risk and Risk-Taking Behavior of Business-Ownng Families. *The Journal of Consumer*, 35 (2), 307-325.
- Vanhala, S. ve Tuomi, K. (2006). HRM, Company Performance and Employee Well-Being. *Management Revue*, 17 (3), 241-255.
- Young-Ybarra, C. ve Wiersema, M. (1999). Strategic Flexibility in Information Technology Alliances: The Influence of Transaction Cost Economics and Social Exchange Theory. *Organization Science*, 10 (4), 439-459.
- Yu, L., Duffy, M.K. ve Tepper, B.J. (2018). Consequences of Downward Envy: A Model of Self-Esteem Threat, Abusive Supervision, and Supervisory Leader Self-Improvement. *Academy of Management Journal*, 61 (6), 2296-2318.
- Zhang, J. (2010). Employee Orientation and Performance: An Exploration of the Mediating Role of Customer Orientation. *Journal of Business Ethics*, 91 (1), 111-121.
- Zhang, M., Fan, D.D. ve Zhu, C.J. (2014). High-Performance Work Systems, Corporate Social Performance and Employee Outcomes: Exploring the Missing Links. *Journal of Business Ethics*, 120 (3), 423-435.



# İŞYERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇE'YE UYARLANMASI\*

## Adaptation of Social Media Usage Scale in The Workplace to Turkish

Gönderim Tarihi / Received: 05.06.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 20.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.748656>

Kemal ER\*\*1

Umut SOLMAZ<sup>2</sup>

Engincan YILDIZ<sup>3</sup>

**ÖZ:** Bu çalışma, işyerinde sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz etkilerini, ilgili alt faktörleriyle (boyutlarıyla) değerlendirmek üzere oluşturulmuş olan, "İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı: İkili Etkilerin İncelenmesi" ölçeğinin Türkçe literatüre kazandırılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatürde sosyal medya kullanımına ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. Fakat Türkiye'de bulunan literatürde, "işyeri" özelinde sosyal medya kullanımını ölçen bir ölçek çalışması geliştirilmemiştir. Bu kapsamda, ölçekte bulunan 5 alt boyuta ait 22 soru Türkçe'ye uyarlanmıştır. Burada yapılan araştırmada ise, KFA ve DFA'nın sonucu olarak, 6 alt boyutta 21 sorulu bir yapı ortaya çıkmıştır. Türkçeye uyarlaması yapılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları için 335 bireyden elde edilen verilerle çalışılmıştır. "İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği"nin örneklem hacminin yeterliliği açısından değerlendirildiği, KMO testi değeri 0.82 bulunmuştur. "İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği"nin iç tutarlılık güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alpha değerine bakılmış ve 0.83 bulunmuştur. Geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarına ilişkin bulgular "İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği"nin geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, İşyerinde Sosyal Medya, Uygunsuz Sosyal Medya Kullanımı, Ölçek.

\* Bu çalışmanın etik kurulu, İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı tarafından 06.11.2019 sayılı toplantıda 2019-19-09 sayılı karar numarası ile alınmıştır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi/Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Sosyal Hizmet Bölümü/Sosyal Hizmet Anabilim Dalı, kemaler1@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6906-7129>

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Seben Meslek Yüksekokulu/Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü/Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, umut.solmaz@ibu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1112-3041>

<sup>3</sup> Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi/Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Halkla İlişkiler ve Reklamcılık/Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, enyildiz@gelisim.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2549-3473>

**ABSTRACT:** This study was carried out in order to bring the “Social Media Use in the Workplace: A Study of Dual Effects” scale into the Turkish literature, which was developed to evaluate the positive and negative effects of social media use in the workplace with its relevant sub-factors (dimensions). There are studies on the use of social media in the literature. But in the literature in Turkey, work has not been developed on a scale that measures the use of social media in the “workplace”. In this context, 22 questions of 5 sub-dimensions included in the scale were adapted to Turkish. In the research conducted here, as a result of EFA and CFA, a structure with 21 questions in 6 sub-dimensions emerged. For the validity and reliability studies of the scale adapted to Turkish, the data obtained from 335 participants were studied. The KMO test value was found 0.82 which the “Social Media Use The scale at the Workplace” evaluated in terms of the adequacy of the sample volume. To measure the internal consistency reliability of the “Social Media Use in the Workplace Scale”, the Cronbach Alpha value was examined and found 0.83. Findings regarding validity and reliability studies show that the “Social Media Use in The Workplace Scale” is a valid and reliable means.

**Keywords:** Social Media, Social Media at Work, Improper Use of Social Media, Scale.

## GİRİŞ

İşyerinde sosyal medya kullanımıyla ilgili olarak, çalışanların motivasyonları, verimliliğe etki, iş ile ilgili ya da iş dışı amaçlar için sosyal medyayı kullanma, saplantılı kullanma, bağımlılık, motivasyon gibi birçok konuda araştırma yapılmıştır. Burada Türkçeye uyarlaması yapılan İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği de (İSMKÖ), çok boyutlu ve birçok sosyal bilim branşı açısından araştırmalarda kullanılmaya elverişlidir. Örnek olarak, işyerinde sosyal medya kullanımının işyerlerinde verimliliği artırması ya da azaltması durumu incelenebilir. Bu örnekten gidildiğinde, işletmeler açısından sosyal medya kullanımının olumlu ya da olumsuz olma durumu değerlendirilebilir. Yine işyerinde sosyal medya kullanımı, çalışma kültürü, bireylerin cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, ülkeden ülkeye değişen kültür, mavi yakalı ya da beyaz yakalı çalışma durumu gibi sosyolojik bağlantıları kurularak araştırmacılar tarafından kullanılabilir.

Sosyal medya ile ilgili olarak, bu çalışmada örnekleri gösterilen çok sayıda bağlantılı konuda ölçek geliştirilmiştir. Ancak, buradaki araştırmanın sürdürüldüğü tarih sürecinde, Türkçe’de geliştirilmiş işyerinde sosyal medya kullanımıyla ilgili bir ölçeğe rastlanmamıştır. İngilizce literatürde ise, literatürde bulunan bu açığı kapatmak amacıyla, Carlson, Carlson, Zivnuska, Harris ve Harris’in (2016), geliştirmiş olduğu “Social Media Use in the Workplace: A Study of Dual Effects” (İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı: Çift Etki Çalışması) adlı ölçeğin Türkçe’ye uyarlanması yapılarak literatüre kazandırılması uygun görülmüştür. Yine bu ölçeğin Türkçe literatüre kazandırılması, önceki



paragrafta açıklanan tüm araştırma alanları açısından kaynak gereksinimini sağlayacağından önemlidir.

Dünya çapında bilgi teknolojileri ve internet kullanımı hızla artış göstermektedir ve dünya nüfusunun %58,8'ine denk gelen yaklaşık 4,5 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır (Internet World Stats, 2019). 2019 hesaplamalarına göre, dünya nüfusu 7.6 milyar civarındadır. Bu nüfusun, % 67'si mobil telefon kullanıcısı; % 45'i aktif sosyal medya kullanıcısı; % 42'isi ise mobil telefonlarıyla sosyal medya kullanıcısıdır (Global Digital Report, 2019). Ortaya çıktığından bu yana internet, kullanıcıya eğlenceli ve bilgilendirici bir ortam yaratmaktadır. Günümüzde insanlar gerek boş vakitlerinde gerekse çalışma hayatında, sosyal medyayı yoğun olarak kullanılmaktadırlar. Bu kullanım amaçları oldukça çeşitlidir. Sosyal medya kullanımı, işyerinin reklam ve pazarlama faaliyetlerinden, yeni arkadaşlar elde etmeye; bilgi ve fikirlerini paylaşmaya; siyasal eğilim oluşturmaya; kendini ifade etme ihtiyacına ya da sadece güzel vakit geçirmeye odaklı olarak geniş bir çerçeveye hitap etmektedir. Geçmişte insanlar kişilerarası ilişkiler aracılığıyla sosyalleşirken, günümüzde sosyal medya ağlarının etkisinin artmasıyla sanal ortamlarda iletişim kurılmaktadırlar.

Web 2.0 ile birlikte, sosyal medyayı da içine alacak şekilde, internet kullanımında ikinci nesle girilmiş, önceki dönemde içerik tek kaynaktan üretilirken, web siteleri ve uygulamalar tek yönlü iletişime açıkken web 2.0, web sitesindeki içeriğe erişenlerin de, içerik üretilmesine ve oluşturulmasına katkısını olanaklı hale getirmiştir. Bu sayede kullanıcılar kendi paylaşımlarını yapabilmekte ve paylaşımlarının görüntülenmesine izin verebilmektedirler (Bennet ve Glasgow, 2009: 282). Söz konusu durum, işyerinde sosyal medya kullanımının da kapsamını geliştirip, işyerinin çalışma alanına göre, verimliliği artırıcı ya da azaltıcı etkisini belirlemektedir. O nedenle burada yapılan ölçeğin Türkçeye uyarlanması da, işyerinde sosyal medya kullanımının işyerinin verimliliği açısından olumlu ya da olumsuz kullanım durumunu tespit etmek için elverişli bir araç olması açısından önemli olacaktır.

Çalışmalar, sosyal ağların bir amaca hizmet etmesi gerektiğini göstermektedir. Bu durum ise kullanıcıları birbirine bağlayan bir nesnenin varlığına işaret etmektedir. Paylaşılan hobiler, işverenlerin çalışanlarla tanışması veya arkadaşlık ilişkilerinin kurulması kişileri sosyal medya ağlarında bağlayan bir durumdur (Breslin ve Decker, 2007). Seidman'ın da altını çizdiği gibi, internetin çok boyutlu, çok amaçlı kullanılması söz konusudur ve bu doğrultuda internet ortamları sosyal yaşam üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Seidman, 2013: 402).

İşyerlerinde çalışanların motive olmasını sağlamak amacıyla sosyal medya ortamlarının kullanılmasına izin verilebilir. İşveren açısından bu durumun olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Hangi faktö-

rün önemli olduğuna karar vermek zordur ve şirketlerin iş saatleri içerisinde sosyal medya kullanımını sınırlamak veya sosyal medyayı önemli bir araç olarak benimsemek üzerine bir karar vermesi gerekmektedir. Karar aşamasında sosyal medya kullanımının sonuçlarını düşünmenin yanında, etkenlerinin de göz ardı edilmemesi önemlidir. Bu kapsamda işyerinde sosyal medya kullanımının etkilerinin saptanması çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Pazarlama departmanları gibi birçok iş kolunda, sosyal medya işyerinin amaçları doğrultusunda kullanılabilirken, özellikle beden gücüyle çalışma gereken işlerde verimlilik düşüşü gibi sorunlara yol açabildiği değerlendirilmektedir. Ayrıca işletme yönetimleri için diğer bir sorun da, çalışanlarının sosyal medyayı hangi amaçla kullandıklarının takip edilememesi noktasında olmaktadır.

Yukarıdaki paragraflarda da açıklanmaya çalışıldığı gibi, işyerinde sosyal medya kullanımının, koşulların durumuna göre olumsuz etkileri olduğu gibi, olumlu etkileri de olabilir. Yine anlaşılacağı gibi, burada uyarlanması gerçekleştirilen ölçek çalışması, sosyal medyanın işyerlerinin verimliliğine etkisinden, sosyolojik araştırmalara kadar geniş bir yelpazede bir araç olarak kullanılabilir olacaktır. Ölçek çalışmasıyla ilgili olarak literatür bilgileri ve ölçeğin geçerlilik güvenilirlik analizleri için gerçekleştirilmiş olan, Keşfedici Faktör Analizi (KFA) ya da literatürdeki diğer adıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile ilgili bilgiler aşağıdaki bölümlerde verilmektedir.

## TÜRKÇE LİTERATÜRDE BULUNAN SOSYAL MEDYA ÖLÇEKLERİNDEN ÖRNEKLER

Sosyal medya kullanımına ilişkin farklı konularda ölçekler bulunmaktadır. Buradaki çalışmaya başlarken, Türkçeye uyarlanmış, işyerinde sosyal medya kullanımı ile ilgili başka ölçek olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan araştırmayla, aynı konuda başka ölçek olmadığı sonucuna varılmıştır. Aşağıda Türkiye’de geliştirilmiş bulunan sosyal medya kullanımıyla ilgili farklı ölçeklerin genel bilgilerine, diğer sosyal medya ölçekleriyle burada yapılan çalışmanın farklılığını belirginleştirmek için yer verilmiştir.

Demirci’nin 2019 yılındaki, Andreassen ve Pallesen’in (2014) ölçeğinden uyarladıkları Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği’nin Türkçeye uyarlamasının yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada Türkçeye uyarlama yapılmış ölçekle, sosyal medya, depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki ölçülmüştür. Çalışmada 658 katılımcı ile çalışılmış ve yaş aralığı 14-57 arasında tutulmuştur. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasında KFA ve DFA yapılmış ve tek faktörlü bir yapı saptanmıştır (Demirci, 2019).

Sosyal medya bağımlılığı konusunda yapılan bir diğer çalışma, Özgenel ve arkadaşlarının 2019 yılında geliştirmiş olduğu “Ergen için Sosyal Medya Bağımlı-

lılığı Ölçeği” adlı çalışmadır. Bu çalışmada, ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın örnekleminde devlet okullarında öğrenim gören KFA için 439 ortaokul ve lise öğrencisi, DFA için 195 ortaokul ve lise öğrencisi çalışmada yer almıştır. Ölçekte KFA ve DFA yapılmış, tek faktörlü bir yapısı olduğu saptanmıştır (Özgenel vd., 2019).

Taş’ın 2017 yılında yapmış olduğu “Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması” adlı makalesinde Van den Eijnden, Lemmens ve Valkenburg’un (Van den Eijnden vd., 2016) 2016 yılında geliştirdiği sosyal medya bozukluğu ölçeği kısa formunun Türkçeye uyarlanması yapılmıştır. Araştırmanın örnekleminde 376 lise öğrencisi yer almıştır. Yapılan KFA ve DFA faktör analizleri sonucunda bu ölçeğin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu bilgisi aktarılmıştır (Taş, 2017).

Sosyal medya bağımlılığı konusunda geliştirilen bir diğer ölçek Ünal ve Deniz’in 2015 yılında geliştirdiği “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” dir. Bu ölçekte üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın örnekleminde 775 öğrenci ile çalışılmış ve gerekli faktör analizleri yapılmıştır. Yapılan KFA ve DFA analizleri sonucunda bu ölçekte toplamda dört alt boyut bulunmuştur (Ünal ve Deniz, 2015).

Sosyal medya bağımlılığına yönelik bir diğer çalışma Fırat ve Barut tarafından 2018 yılında geliştirilmiştir. Fırat ve Barut bu çalışmada ergenlerdeki sosyal medya bağımlılığını ölçmeye çalışmıştır. Ölçeğin geliştirilmesinde 830 ortaokul ve lise öğrencisi ile çalışılmıştır. Ölçekle ilgili olarak yapılan, KFA ve DFA sonucunda ölçeğin 2 faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir (Fırat ve Barut, 2018).

Yine “sosyal medya bozukluğunu/ bağımlılığını” ergenler üzerinden ölçen bir ölçek de, 2018 yılında Savcı, Ercengiz ve Aysan tarafından, Van den Eijnden, Lemmens ve Valkenburg’un (Van den Eijnden vd., 2016) sosyal medya bozukluğu ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasıyla geliştirilmiştir. Bu çalışmada 553 ergen ile çalışılmıştır. Araştırmada gerekli KFA ve DFA analizleri yapılmış, maddelerin tek faktörde toplandığı sonucuna ulaşılmıştır (Savcı, Ercengiz ve Aysan, 2018).

Şahin ve Yağcı’nın 2017 yılında geliştirdiği “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması” adlı makalede, sosyal medya bağımlılığının yetişkinler açısından değerlendirmesi yapılmıştır. Bu çalışmada 18-60 yaş arasındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma 1047 bireyle yapılmıştır. Yapılan KFA ve DFA analizleri sonucunda ölçeğin iki alt boyutunun olduğu görülmüştür (Şahin ve Yağcı, 2017).

Sosyal medya bağımlılığına ilişkin çalışmaların yanında sosyal medya kullanımının amaçlarını içeren ölçek geliştirme çalışmaları da bulunmaktadır. Eren'in 2014 yılında geliştirmiş olduğu "Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi" adlı makalede bireylerin sosyal medya kullanımının amaçları saptanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada ortaokul ve lise öğrencilerinin kullanım amaçlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda 388 öğrenci ile çalışılmış ve çalışma sonunda çeşitli değişkenlere göre ölçeğin değerlendirilmesi yapılmıştır. Yapılan KFA (DFA yapılmamıştır) analizleri sonucunda ölçeğin iki alt boyutu olduğu saptanmıştır (Eren, 2014).

Sarıçam ve Karduz'un "Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması" adlı makalelerinde, Van den Eijnden, Lemmens ve Valkenburg'un (Van den Eijnden vd., 2016), 2016 yılında geliştirdiği sosyal medya bozukluğu ölçeğinin Türkçeye uyarlamasından faydalanılarak, ergenlerde sosyal medya kullanım bozukluğunun saptanması amaçlanmıştır. Bu ölçekte 13-18 yaş arası 586 ergenlik döneminde olan ortaokul ve lise öğrencisinden faydalanılmıştır. Yapılan KFA ve DFA analizleri sonucunda ölçeğin iki alt boyutunun olduğu saptanmıştır (Sarıçam ve Karduz, 2018).

Sosyal medya kullanımının aile iletişimi üzerinde etkisi de bulunmaktadır. Demir'in 2016 yılında yapmış olduğu bir çalışmada sosyal medya kullanımının aile iletişimi üzerindeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Burada lise öğrencileri üzerinde örneklem oluşturulmuş ve toplamda 714 öğrenci ile güvenilirlik geçerlilik çalışmaları yapılmıştır. Demir'in geliştirmiş olduğu bu ölçekte, 4 alt boyut tespit edilmiştir (Demir, 2016).

Sosyal medya kullanımına ilişkin yapılan bir diğer çalışmada da, Guarnieri, Wright ve Johnson'ın 2013 yılında geliştirdiği "Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği"nin Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Türkçeye uyarlama, Akın, Özbay ve Baykut'un uygulamasını gerçekleştirdikleri ölçek çalışmasıyla yapılmıştır. Bu çalışmada 247 üniversite öğrencisi üzerinde bir örneklem belirlenmiş, gerekli KFA ve DFA analizi yapılarak 2 alt boyut bulunmuştur (Akın, Özbay ve Baykut, 2015).

Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelendiği bir diğer ölçek ise, Otrar ve Argın tarafından 2015 yılında geliştirilmiştir. Bu çalışmada öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmanın örnekleminde 302 ortaokul ve lise öğrencisi yer almıştır. Yapılan KFA ve DFA analizleri sonucunda 4 alt boyut tespit edilmiştir (Otrar ve Argın, 2015).

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı alışkanlıklarının ölçüldüğü bir diğer araştırma İçirgin'in 2018 yılında gerçekleştirdiği yüksek lisans tezinde geliştirilmiştir. Bu araştırmanın örnekleminde 339 üniversite öğrencisiyle

çalışılmıştır. Yapılan KFA ve DFA analizleri sonucunda 6 alt boyut bulunmuştur (İçirgin, 2018: 75).

Sosyal medya kullanımı, bozukluğu ve aile iletişimi gibi ölçeklerin yanında eğitim açısından değerlendiren ölçekler de bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi Korucu ve Usta tarafından 2017 yılında geliştirilen “Sosyal Medya Öğretmen-Öğrenci Etkileşimi Ölçeği” adlı çalışmadır. Bu çalışmada sosyal medyada öğrenci-öğretmen etkileşimi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın örnekleminde farklı branşlardan 400 öğretmen ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu ölçeğin geliştirilmesinde de KFA ve DFA faktör analizleri yapılmış ve 6 alt boyut tespit edilmiştir (Korucu ve Usta, 2017).

Yukarıdaki paragraflarda verilen örneklerin değerlendirilmesinde de görüldüğü gibi, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanım durumları, aileye etkisi, öğretmen-öğrenci ilişkilerine etkisi gibi birçok konuda sosyal medya ile ilgili ölçek çalışması bulunmaktadır. Ancak, Türkiye’de bulunan literatürde işyerinde sosyal medya kullanımının etkilerini Çift etki açısından (olumlu ve olumsuz açılardan) ölçmeyi amaçlayan bir çalışma bulunmamaktadır. İngilizce literatürde yer alan ölçekler ise, buradaki ölçek çalışmasıyla karşılaştırılabilmesi açısından aşağıdaki bölümde yer almaktadır.

## İNGİLİZCE LİTERATÜRDE BULUNAN SOSYAL MEDYA ÖLÇEKLERİN-DEN ÖRNEKLER

Araştırmanın bu bölümünde İngilizce literatürde yer alan, sosyal medya ile ilgili ölçeklerden bazılarına yer vermek uygun olacaktır. Böylece daha önce Türkçe literatürde verilen örnekler yanında, İngilizce literatürdeki örneklerin de verilmesiyle literatürde yer alan kaynaklardan bazıları verilmiş olacak, böylece buradaki çalışma ile diğer ölçekleri karşılaştırma olanağı sağlanmış olacaktır. Başka araştırmacılara da katkı sağlaması açısından, konuları açısından genel olarak değerlendirilen ilgili örnekler aşağıdaki satırlarda bulunmaktadır.

Burada yer verilen sosyal medya ölçeklerinden ilki “sorunlu sosyal medya kullanımı” üzerine yapılmıştır. Ölçeğin örnekleme ergenlerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen araştırmada Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği’nden faydalanılmıştır. 16 yaşındaki ergenlerin hedef kitle olarak seçildiği bu çalışmada sosyal medya kullanımının ortaya çıkardığı sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır (Banyai vd., 2017).

Jenkins-Guarnieri ve birlikte çalıştığı araştırmacılar tarafından geliştirilen ölçekte, sosyal medya kullanımı üzerine yoğunlaşarak ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları yapılmıştır. 616 kişinin katılım gösterdiği bu araştırma-

da, kullanıcıların sosyal davranışlarının ve günlük rutinlerinin sosyal medya kullanımı durumu ölçülmüştür (Jenkins-Guarnieri vd., 2013).

Bir başka ölçek çalışması ise, psikolojik açıdan sosyal medya bozukluğunu ölçmeye çalışan “Sosyal Medya Bozukluğu Ölçeği”dir (The Social Media Disorder Scale). Burada geliştirilen ölçekte, sosyal medyanın ortaya çıkardığı problemler araştırma konusu haline getirilmiştir. Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan bu ölçeğin örnekleminde 10-17 yaş arası toplam 2198 Hollandalı ergen bulunmaktadır (Van den Eijnden vd., 2016).

Gupta ve Bashır’ın sosyal ağların kullanımını ölçmek amacıyla uyguladıkları ölçek, Hindistan’da üniversite öğrencileri örnekleminde uygulanmıştır. Sosyal ağların kullanım durumunun geçerlilik ve güvenilirlik analizleriyle ölçüldüğü bu çalışmada, 6 üniversiteden 420 üniversite öğrencisi rastgele örneklem yöntemiyle seçilerek çalışmanın örneklemi belirlenmiştir (Gupta ve Bashır, 2018).

İngilizce literatürde bulunan, işyerinde sosyal medya kullanımıyla ilgili erişim sağlanabilen ölçekler ise aşağıdaki paragraflarda bulunmaktadır. İncelenen ölçekler, işyerinde sosyal medya kullanımı konusunda olmakla beraber, burada Türkçeye uyarlaması yapılan ölçekle, aşağıdaki paragraflarda görüldüğü gibi, ilişki kurdukları bağlamlarda farklılıklar görülmektedir.

“Employees’ Company Reputation-related Social Media Competence: Scale Development and Validation” isimli çalışmada, özellikle pazarlama ile ilgili şirketlerde, çalışanların sosyal medyayı etkili kullanımlarının önemine dikkat çekilmekte, ayrıca çalışanların sosyal medyayı hatalı kullanımlarının şirket itibarına zarar verebileceğinin altı çizilmektedir. Bu durumlarda, çalışanların şirket itibarıyla ilgili sosyal medya kullanımı yeterliliğini değerlendirmek için önlem alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Ölçek çalışanların sosyal medya kullanımı yeterliliğini şirket itibarı ile ilişkili olarak ölçmek amacıyla, 360 katılımcının anketlerinin değerlendirilmesiyle gerçekleştirilmiştir. KFA ve DFA kullanılarak geçerlilik güvenilirlik analizleri yapılmış çalışmada, teknik yeterlilik, görünürlük farkındalığı yeterliliği, bilgi yeterliliği, etki değerlendirme yeterliliği ve sosyal medya iletişim yeterliliği olmak üzere 5 temel faktör bulunmaktadır. Belirlenen bu 5 temel faktörün altında ise toplamda 23 soru bulunmaktadır (Walsh vd., 2016).

Çalışanların gün geçtikçe sosyal medyayı daha çok kullandığının vurgulandığı “Validation of the Beneficial and Harmful Work-Related Social Media Behavioral Taxonomies: Development of the Work-Related Social Media Questionnaire” isimli çalışmada, 3 aşamalı bir çalışma yapılmıştır. Birinci çalışmada, çalışma performansı açısından faydalı olan sosyal medya davranışlarının taksonomisi (sınıflandırması) ve zararlı davranışların sınıflandırılmasını geliştir-



mek için bir nitel kritik olay araştırması yürütülmüştür. İkinci çalışmada, bu davranışları ölçmek için İşle İlgili Sosyal Medya Anketi geliştirilmiştir. Üçüncü çalışmada İşle İlgili Sosyal Medya Anketi çapraz validasyonu (geçerliliği) ve ölçütlerle ilişkili geçerlilik kanıtı toplanmıştır. İşyerlerinde sosyal medyanın faydalı ve zararlı kullanımıyla ilgili sınıflama çalışması yapılmış olup, ölçek olarak KFA ve DFA analizleriyle geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılan "İşle ilgili Sosyal Medya Anketi" geliştirilmiştir. 186 katılımcının olduğu bu çalışmada itibar yönetimi, ofis dışı iletişim, görev bağlantılı, görevle ilgili ofis içi iletişim, olmak üzere toplamda 4 faktör bulunmaktadır (Landers ve Callan, 2014).

"Positive Impacts of Social Media at Work: Job Satisfaction, Job Calling, and Facebook Use Among Co-Workers" isimli çalışmada çevrimiçi anket yönteminden faydalanılmıştır. Bu araştırma kapsamında Facebook'u birbirleriyle bağlantı kurmak için kullanan meslektaşlar arasında olumlu bir bağlantı olup olmadığını incelemek amaçlanmıştır. Araştırma Kuzey Kaliforniya, ABD'de bulunan iki yüksek teknoloji şirketinde 70 çalışanın katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma bağlamında iş arkadaşlarıyla Facebook kullanma durumunun psikososyal bağlılığının ölçülmesi için Facebook kullanım yoğunluğu ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada ölçek testi gerçekleştirilmemiş olup, ölçeğin direk kullanımıyla, hipotez testi gerçekleştirilmek istenmiş ve sonuç olarak işyerinde sosyal medyanın olumlu olarak kullanılabilmesi yöntemleri olduğu vurgulanmıştır (Hanna vd., 2017).

Using Social Media for Work: Losing Your Time or Improving Your Work? isimli çalışmada çalışanların sosyal medyayı iş amaçlı kullanıp kullanmadıkları, sosyal medya kullanımının hangi değerleri artırdığını ve bu kullanımın performanslarıyla ilişkili olup olmadığı araştırılmaktadır. Sosyal medyanın iş üzerindeki etkisini incelemek için Yunanistan'da bulunan, sigorta sektöründe yer alan 1799 çalışanın yanıtları analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında, faydacı değer, hedonik değer, iş için sosyal medya kullanımı ve iş performansı olmak üzere KFA değerlendirmesiyle 4 faktör üzerinde çalışma yapılmıştır. Ayrıca çalışmada, sosyal medya kullanımıyla iş performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (Leftheriotis ve Giannakos, 2014).

Yukarıdaki paragraflarda daha önce Türkçe literatürde verilen sosyal medya ile ilgili ölçeklerle birlikte değerlendirilebilmesi için İngilizce literatürde yer alan sosyal medya ölçekleriyle ilgili bilgiler verilmiştir. Doğallıkla İngilizce literatürde çok daha fazla sosyal medya ile ilgili çalışma bulmak olanaklıdır. Ancak buradaki araştırmanın konusu bağlamında, amaç sosyal medya ile ilgili çalışma yapmak isteyen başka araştırmacılara fikir vermek ve buradaki çalışmanın odağındaki farklılığı açıklayabilmek olduğundan yeterli olacaktır.



## TÜRKÇEYE UYARLANAN ÖLÇEK İLE İLGİLİ BİLGİLER

Burada kullanılan Türkçeye uyarlaması yapılan ölçeğin yazarları, sosyal medyanın işyerinde kullanımının görev odaklı, işyerinde verimliliği, olumlu iletişimi artıran davranışlar ve işyeri kurallarına uymayan verimsiz davranışlar (sapma) üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Bu etkiyi araştırırken bir kuramsal temele oturarak çalışmaya başlamışlardır. Kullandıkları kuramsal temelde, Beklenti – Onaylanmama Teorisi (Oliver, 1977), Kanal Genişletme Teorisi (Carlson ve Zmud, 1999), Sosyal Bilişsel Teori (Bandura, 1986) kullanılmıştır.

Sosyal Bilişsel Teori, Bandura tarafından 1986 yılında geliştirilmiştir. Teorinin temelinde gözlem yoluyla öğrenme yer almaktadır. Bu yaklaşıma göre bireyler deneyip yanılmadan başkalarının davranışlarını gözlemleyerek öğrenmektedir. Burada gözlemci ve model olmak üzere iki kişi bulunmaktadır. Model, davranışın öğrenilmesinde kilit rodedir. Modelin davranış sonunda kazanmış olduğu ödül veya ceza gözlemleyen davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmemesini etkilemektedir (Yıldız, 2014:151, 152). Ayrıca modelin özellikleri de davranışın öğrenilmesinde kilit rol oynamaktadır. Modelin gözlemciyle yaş aralığının fazla olmaması, cinsiyetlerin benzer olması, toplum tarafından sevilmesi, gözlemciyle benzer özelliklerinin olması, modelin davranışlarının ödül ile pekiştirilmesi gibi faktörler gözlemcinin davranışı öğrenmesini etkilemektedir (Koç, 2003: 222-223). Sosyal Bilişsel Teorinin dayandığı ilkeler ise, karşılıklı belirleyicilik, sembolleştirme, öngörü kapasitesi, dolaylı öğrenme kapasitesi, öz düzenleme kapasitesi, özyeterlilik kapasitesi olarak sıralanmaktadır (Yıldız, 2014: 153-154). Sosyal Bilişsel Teori, sosyal medya kullanımına uygulandığında, çeşitli sosyal medya teknolojileri hakkında öğrenmenin yeni düşünceye veya değiştirilmiş bir benlik duygusuna yol açabileceğini düşündürmektedir. Bu yeni düşünceye veya benlik kavramına dayanarak, çalışanlar sosyal medyayı farklı şekillerde kullanmaya başlayabilir (Carlson vd., 2016). Buradaki bilgilerden anlaşılacağı gibi, bu ilkeler bireylerin modelden davranışı gözlemleyip benimsemesinde kilit rol oynamaktadır. Davranışların öğrenilmesi sosyal medya kullanımı üzerinde de gerçekleşmektedir.

Ölçeği oluşturan temellendirmelerden bir diğeri beklenti - onaylanmama kuramıdır. Richard Oliver tarafından geliştirilen bu kuram, bireylerin sosyal medya teknolojisini kullanmadan önceki beklentilerini içermektedir. Beklentiler, bireylerin kullanacağı ürünün performansına yönelik tahmin ve inançlarıdır. Oliver, beklenti ve onaylanmamanın iki farklı şey olduğunu dile getirmektedir. Ona göre onaylanmamanın tatmin üzerinde bağımsız ve toplam bir etkisinin olduğu görülmektedir (Özer, 1999: 163-165). Sosyal medya kullanımı üzerinden değerlendirildiğinde bireylerin kullanmış oldukları teknolojinin beklentiyi karşılamaması sosyal medya kullanımının yetersizliğini de düşürecektir.

Carlson'un araştırma grubundaki yazarlarla yaptıkları açıklamaya göre ise, Beklenti – Onaylanmama Teorisi açısından, sosyal medya kullanıcısı, kullanma deneyiminden sonra, önceki inançları ile gerçek deneyimini karşılaştırarak olumlu ya da olumsuz onaylama elde eder. Bir çalışanın teknoloji (sosyal medya teknolojisi anlamında) kullanma konusundaki beklentileri doğrulanmadığında (olumsuz onaylama), teknolojiden memnuniyet düşük olmuştur. Öte yandan, teknoloji beklenenden daha iyi olduğunda (olumlu onaylama), memnuniyet yüksektir. Bu sonuç, kullanıcının teknolojiden memnuniyetini belirleyeceğinden yeniden kullanma kararını etkileyecektir (Carlson vd., 2016).

Kanal Genişletme Teorisi ise, sosyal medya kullanımıyla ilgili olarak, kısmen yoğun bir şekilde, belirli bir iletişim ortamının etkili kullanımın öğrenmeyi artırabilmesiyle ilgilidir. Buradaki odak, kullanıcının ortamla olan deneyimidir. Belirli bir ortamın kullanılması ile ilgili daha fazla deneyim kullanıcıya daha fazla esneklik, daha fazla iletişim zenginliği sağlar. Böylece sosyal medya araçlarını kullanan birey iletişim kanallarını ve iletişiminin gücünü genişletmiş olur (Carlson ve Zmud, 1999). Diğer taraftan çalışanlar sosyal medyayı daha fazla kullanmayı öğrendiklerinde, işyerinde sosyal medyayı daha fazla kullanmaya başlayabilirler. Bu durum da kuruluş için faydalı ya da zararlı olabilir. Sosyal medyadaki deneyim, çalışanların profesyonel ve sosyal ağlarını genişletmelerine, yeni fikirlere ulaşmalarının da katkısıyla yaratıcılıklarını arttırmalarına, bilgiyi paylaşarak çoğaltmalarına, işletmenin kazancını arttırmalarına yardımcı olabilir. Aynı zamanda, sosyal medyayı kullanmanın potansiyel olarak yanlış, sapkın kullanım yolları da ortaya çıkabilir ve çalışanlar sosyal medyaya bağımlı hale gelebilirler (Carlson vd., 2016).

Yukarıdaki paragraflarda burada Türkçeye uyarlaması yapılan ölçeğin kuramsal temelleri hakkında bilgi verilmiştir. Ölçeğin faktörleri ise şöyledir: 1. Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu, 2. Göreve Yönelik Sosyal Medya Davranışı, 3. İlişki Kurucu Sosyal Medya Davranışı, 4. Uygunsuz Sosyal Medya Davranışı 5. Sosyal Medya ile Meşgul olma (Carlson vd., 2016). Aşağıdaki satırlarda, söz konusu uyarlaması yapılan ölçeğin faktörlerinin içeriğiyle ilgili bilgiler verilmektedir.

**“Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu” Faktörü:** Bu faktör incelendiğinde toplamda 3 maddenin yer aldığı ve Cronbach Alpha değerinin .85 olduğu görülmektedir. Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu faktörü kapsamında, insanların işyerlerinde çalışmalarına yoğunlaşmalarını engelleme durumu dikkate alınarak, sosyal medyayı kullanma derecelerinin ölçülmesi istenmiştir.

**“Göreve Yönelik Sosyal Medya Davranışları” faktörü:** Bu faktör incelendiğinde toplamda 4 maddenin yer aldığı ve Cronbach Alpha değerinin .89 olduğu görülmektedir. Göreve Yönelik Sosyal Medya Davranışları faktörü kapsa-

mında, çalışanların işleriyle ilgili kendi becerilerini geliştirmek için ne kadar sosyal medya kullandıklarının ölçülmesi amaçlanmıştır.

**“İlişki Kurucu Sosyal Medya Davranışları” faktörü:** Bu faktör incelendiğinde toplamda 4 maddenin yer aldığı ve Cronbach Alpha değerinin .87 olduğu görülmektedir. İlişki kurucu sosyal medya davranışları faktörü kapsamında, çalışanların işyerindeki diğer çalışanlarla ilişki kurmada sosyal medyayı kullanma durumunun ölçülmesi amaçlanmıştır.

**“Uygunsuz Sosyal Medya Davranışları” faktörü:** Bu faktör incelendiğinde toplamda 8 maddenin yer aldığı ve Cronbach Alpha değerinin .82 olduğu görülmektedir. Uygunsuz sosyal medya faktörü kapsamında, çalışanların örgütsel normları ihlal eden faaliyetler kapsamında ne ölçüde sosyal medyayı kullanıldığının ortaya koyulması amaçlanmıştır.

**“Sosyal Medya ile Meşgul Olma” faktörü:** Bu faktör incelendiğinde toplamda 3 maddenin yer aldığı ve Cronbach Alpha değerinin .74 olduğu görülmektedir. Sosyal Medya ile Meşgul Olma faktörü kapsamında, kullanıcıların, sosyal medya ile çok fazla meşgul olmalarının, çevrimiçi ilişkiler dışındaki kişiler arası etkileşimi azalttığı ve yüz yüze ilişkilerden kopmayı teşvik ettiği düşüncesine odaklanılmıştır.

Yukarıdaki paragraflarda Türkçeye uyarlaması yapılan İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı ölçeğinin, orijinal halinin kuramsal alt yapısı ve ölçeğin boyutlarıyla ilgili bilgiler verilmiştir. Böylece buradaki yapılan çalışmadaki güvenilirlik geçerlilik çalışmaları ile uyarlanan ölçek arasında bağlantı ve karşılaştırma yapılabilecektir.

## ÖLÇEĞİN TÜRKÇE'YE UYARLANMA SÜRECİ

İşyerinde sosyal medya kullanımını etkileyen faktörlerin araştırılmaya karar verilmesinin ardından öncelikle literatürde olan çalışmalar incelenmiştir. Ancak, araştırmanın giriş kısmında açıklandığı gibi, Türkiye’de bulunan literatürde bu konuya ilişkin bir ölçme aracı bulunamamıştır. Bu kapsamda, İngilizce literatür incelendiğinde ise, 2016’da Carlson vd.’nin geliştirmiş olduğu “Social Media Use in the Workplace: A Study of Dual Effects” ölçeğine ulaşılmıştır. Bu doğrultuda ölçeğin Türkçe uyarlamasının yapılmasına karar verilmiştir. Türkçeye çevrilirken önce İngilizceden Türkçeye ve sonrasında test amaçlı olmak üzere tekrar Türkçeden İngilizce’ye olmak üzere, iki aşamalı çeviri yapılmıştır. Çeviri işlemleriyle ilgili İstanbul’da bulunan bir vakıf üniversitesinde görev yapan ileri düzey İngilizce seviyesine sahip bir Doç. Dr., bir Dr. Öğr. Üyesi ve üç araştırma görevlisinden çevirinin kontrolü amacıyla destek alınmıştır. Çeviride ölçeğin İngilizce metnindeki anlamın değiştirilmemesine özen gös-

terilmiştir. Türkçe çevirinin ardından anket formu oluşturulmuştur. Yapılan çalışmayla birlikte toplamda 22 soru Türkçe'ye çevrilmiştir. Ayrıca ölçek sorularını değerlendiren bireylerin demografik durumlarını da belirleyebilmek açısından 22 soruya ek olarak 7 soru eklenmiştir. Ölçeğin doldurulması için dağıtılan halinde 22 ölçek sorusu ve 7 demografik soruyla birlikte toplamda 29 soru bulunmaktadır. Güvenirlik geçerlilik testinden sonra ise, aşağıda ilgili bölümde açıklanan sebeplerden 21 ölçek sorusu yer almaktadır.

## **EVRENDEN ÖRNEKLEM SEÇİM YÖNTEMİ**

Buradaki çalışmada evrenden örneklem seçim yerine, evrenin tamamına ulaşmak daha nitelikli sonuçlar almak açısından elverişli olduğundan evrenden örneklem seçim yöntemi kullanılmamıştır. Araştırma İstanbul'da bulunan bir vakıf üniversitesinde gerçekleştirilmiştir. Tam zamanlı çalışan, akademisyenlere ve idari personele ulaşmak hedeflenmiştir. Ön çalışmada, mavi yakalı çalışanlarda, güvenlikle ilgili çalışanlarda sosyal medya kullanımıyla ilgili ve anket doldurmayla ilgili sıkıntılar tespit edildiğinden kapsam dışı bırakılmıştır. Bu şartlar dahilinde tam zamanlı çalışan akademisyen sayısı 810, idari personel sayısı 255 olmak üzere evrendeki toplam çalışan sayısı 1065'dir. Ancak, anketlerin dağıtılması 2019 – 2020 eğitim öğretim dönemi şubat ayında, yarıyıl tatili döneminde yapıldığından, etik kurul raporu alınmış araştırmada, gönüllü olarak anket doldurmayı kabul eden 374 bireyden anket toplanabilmiştir. Anketlerden sorunlu olanlar tespit edilip ayrıldıktan sonra ise, 335 anket IBM SPSS 25 programına girilmiştir. (Tatil dönemi seçilmesinin sebebi ise, genelde vakıf üniversitelerinde ders döneminde akademisyenlerin yoğun ders saati olması dolayısıyla, daha çok akademisyene ulaşmanın daha zor olmasındandır.)

## **KAPSAM VE SINIRLILIKLAR**

Bu çalışmanın konusu, işyerinde sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz etkenlerini ölçmeyi kapsamaktadır. Yöntemsel açıdan ölçek geliştirmeye uygun düzeyde bir çalışmayı kapsamaktadır. Kullanılan ölçek açısından, Carlson, Carlson, Zivnuska, Harris ve Harris'in 2016 yılında geliştirmiş olduğu "Social Media Use in the Workplace: A Study of Dual Effects" (İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı: Çift Etki Çalışması) adlı ölçeğin Türkçede yapılan geçerlilik, güvenirlilik analizleriyle sınırlıdır. Araştırma yapılan kurumda, istekli ve mesaide bulunan personelden faydalanılabildiği olması evren ve örneklem açısından en önemli sınırdır. Bir diğer sınırlılığı ise çalışan bireylerle yapılmasından kaynaklı olarak belirli yaşlarda olan insanlardan faydalanılabildiği olmasıdır. Son olarak sosyal bilimlere özgü diğer sınırlılıklar bu araştırma için de geçerli olmaktadır.

## ÖLÇEĞİN UYGULANMASI

Ölçeğin uygulanabilmesi için öncelikle araştırmanın yapıldığı üniversitede etik kurul raporu için başvuruda bulunulmuş ve sürecin sonlanması beklenmiştir. İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı'nın 06.11.2019 tarihli toplantısında 2019-19-09 karar numarası ile etik kurul onayı alınmıştır. Etik kurul raporunun olumlu olarak gelmesinin ardından, ölçeğin ön deneme testi, Aralık 2019'da araştırmanın yapıldığı kurumda çalışan 44 bireyle yapılmıştır. Bu grupla soruların anlaşılıp anlaşılmadığı, amaca hizmet edip etmediği, yanlış anlaşılabilir soru bulunup bulunmadığı konusu, çeviri anket formlarına düşülen notlar üzerinden ve sözel geri bildirim yoluyla değerlendirilmiştir. Ön deneme testine katılan katılımcılardan 4 soruyla ilgili öneride bulunulmuştur. Ancak, söz konusu öneriler, soruyu tamamen değiştirme gerektirdiğinden, yine aynı grupla görüşme sonucunda olduğu gibi kalmasının daha doğru olacağına karar verilmiştir. Ölçek sorularının (anketler) dağıtılarak uygulanması 2019 – 2020 eğitim öğretim dönemi şubat ayında, yarıyıl tatili döneminde tamamlanmıştır. Anket dağıtımı araştırmanın yapıldığı üniversitedeki görevli personel bulunan tüm ofislerin ziyaret edilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Bu ofislerde mesaiye olan personel sayısı kadar anket bırakılmış, gönüllülük esasına göre doldurulmuş olan anketler teslim alınmıştır. Daha sonra teslim alınan anketlerin veri girişi IBM SPSS 25 programına yapılmış, söz konusu program yoluyla KFA ve DFA gerçekleştirilmiştir.

## ÖLÇEK İLE İLGİLİ DEMOGRAFİK VERİLER

Bilindiği gibi, alan araştırması yapılan tüm bilimsel çalışmalarda evrenden seçilen örneğe göre, araştırılan konuyla ilgili analizler önem taşımakta, araştırma sonuçları evrene ve örnekleme bağlı olarak değişebilmektedir. Burada yapılan ölçek uyarlamasıyla ilgili demografik verilerden bazıları aşağıdaki tabloda verilmiştir. Araştırma ölçeğin doğrulanmasının test edilmesi amacıyla sınırlı olduğundan tüm demografik verilere yer verilmemiştir.

**Tablo 1:** Cinsiyet Durumu

Değişkenler	Sıklık	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>		
<b>Erkek</b>	133	39,7
<b>Kadın</b>	202	60,3
<b>Toplam</b>	335	100,0

Tabloda da görüldüğü gibi, %39,7 oranıyla 133 erkek birey ölçek çalışmasına katılmış, % 60,3 oranıyla kadın katılımcıların sayısı ise 202 olmuştur. Kadın katılımcıların oranı erkeklere göre oldukça yüksektir. Bu durum seçilen evrendeki kadınların oranının yüksek olması sebebiyledir.

**Tablo 2: Yaş Durumu**

Değişkenler	Sıklık	Yüzde
<b>Yaş</b>		
18-25 yaş	51	15,2
26-31 yaş	147	43,9
32-40 yaş	84	25,1
41-55 yaş	38	11,3
56 yaş ve üzeri	15	4,5
Toplam	335	100,0

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi, katılımcıların büyük çoğunluğu 26 – 40 yaş arası olan grupta % 69 oranla 231 bireyden oluşmaktadır. 41 yaş ve üstündeki oran % 15,8 oranıyla 53 bireyden oluşmakta; 18 – 25 yaş arası katılımcıların oranı % 15,2 ile 51 bireyden oluşmaktadır.

**Tablo 3: Eğitim Durumu**

Değişkenler	Sıklık	Yüzde
<b>Eğitim Durumu</b>		
Lise ve dengi okullar mezunu	8	2,4
Üniversite mezunu	107	31,9
Lisansüstü Eğitim Mezunu	220	65,7
Toplam	335	100,0

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi, üniversite ve lisansüstü mezunların oranına bakıldığında, % 97,6' dır ve 327 katılımcıya denk gelmektedir. Yine burada da çıkan oranlar, çalışmanın bir vakıf üniversitesinde yapılmasından ve çoğunluk katılımcının akademisyen ya da büro çalışanı gibi kadrolarda çalışıyor olmasından kaynaklanmaktadır.

**Tablo 4: Çalıştığı Kadro**

Değişkenler	Sıklık	Yüzde
<b>Çalıştığı Kadro</b>		
Büro Çalışanı	103	30,7
Araştırma Gör/Öğr. Gör	126	37,6
Öğretim Üyesi	106	31,6
Toplam	335	100,0

Yine yukarıda görüldüğü gibi, araştırmanın bir vakıf üniversitesinde yapılmış olmasından dolayı, çalışmanın evreninde araştırma görevlisi ve öğretim üyesi grubunda % 69,2 oranında 232 birey bulunmaktadır. Büro çalışanları ise, % 30,7 oranıyla 103 bireyden oluşmaktadır.



## GEÇERLİLİK GÜVENİRLİK ANALİZLERİ BULGULARI

Ölçeğin yapı geçerliliğiyle ilgili kanıtlar, gözlenen değişkenlerin toplanmış olduğu faktörler, değişkenlerin faktörlerle ilgili yük katsayıları değerleri, Keşfedici Faktör Analiziyle (KFA) toplanır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 310, 311). Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ise, genellikle ölçek geliştirme çalışmalarında KFA ile faktör yapısı ortaya çıkarılan ölçeğin, öngörülen kuramsal yapısının doğrulanması amacıyla yapılır. Araştırmacının bir ölçeği DFA analizi ile doğrulaması, o ölçeğin geçerliliğini açıklamış olur (Gürbüz ve Şahin, 2016: 334). Buradaki ölçek uyarlama çalışmasında da KFA ve DFA aynı amaç için kullanılmıştır.

KFA ve DFA'nın gerçekleştirilebilmesi için, öncelikle ölçeğin güvenirlik ve geçerliliğiyle ilgili ölçeğin Türkçeye uyarlanması başlığında açıklandığı gibi Türkçeye uyarlanması tamamlandıktan sonra ve ölçeğin uygulanması başlığında açıklandığı gibi, ön test aşamasında yapılanlar gerçekleştirildikten sonra, KFA ve DFA yapılmıştır. Bu analizin yapılabilmesi için faktörlerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 311). Literatüre göre, normal dağılım gösterip göstermediğinin tespiti için başka kanıtların yanında, yaygın şekilde kullanılan bir kanıt da basıklık ve çarpıklık değerinin -1 ile +1 arasında olmasıdır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 219). Çalışmadaki faktörler normal dağılım açısından bu değerler arasında çıkmış, diğer grafikler ve testlerle de bu durum doğrulanmıştır. KFA analizi yapılırken, ölçeğin yapısal geçerliliğiyle ilgili test için temel bileşenler ve dik döndürme tekniklerinden varimax kullanılmıştır.

Faktör yüklerinin dağılımı Türkçeye uyarlanan ölçekle karşılaştırıldığında ise, genel olarak benzerlik bulunmaktadır. Ancak, kullanılan ölçekte "5" faktör bulunmasına karşın uyarlanan ölçekte "6" faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bir diğer farklılıkta kullanılan ölçekte 22 madde olduğu halde, uyarlanan ölçekte 6. boyutla ilgili olan Cronbach Alpha değerinin 0.60 üstü çıkması için Cronbach's alpha if item deleted sonucuna göre silinmesi gerektiğinden, ayrıca DFA analizleri yol katsayılarında da 22. (Anketteki 2. Soru) maddede problem görüldüğünden çıkarılmıştır. Dolayısıyla tüm analizler 21 maddelik ölçeğe uygun olarak tekrarlanmıştır. Sorunun sebebi maddenin bağlı olduğu faktör olan sosyal medya kullanım yoğunluğuyla ilgili faktöre de, diğer faktörlere de 22. Maddede geçen "sosyal medyanın düşüncelerimi tükettiğini hissediyorum" ifadesinin ağırlıklı bir değerle yüklenememesinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bilindiği gibi ölçek çalışmalarından alınan sonuçlar örnekleme göre de değişebildiğinden, buradaki çalışmadaki ölçeği kullanmak isteyen araştırmacılar, anketteki 2. soruyu da ölçeğe ekleyerek test edebilirler, ancak yine sorunla karşılaştıkları takdirde bu maddeyi ölçekten çıkarmaları gerekecektir. Diğer bir seçenek de belki riski azaltma açısından ölçeği buradaki 21 maddeli



boyutuyla kullanılmaktadır.

Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için, KFA gerçekleştirilmiştir. KFA'yı gerçekleştirmek için ise öncelikle, örneklem hacminin yeterliliğiyle ilgili olan, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi sayısal değerinin 0.60'dan yüksek olması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 311). Buradaki çalışmada aşağıdaki tablo 5' de de görüldüğü gibi, KMO değeri "0.82" çıkmıştır. Bu değer örneklem büyüklüğünün oldukça yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett's küresellik testiyle ilgili anlamlılık değeri (sig. = 0.000) çıkmıştır. Buna göre değişkenlerin arasındaki ilişkilerin meydana getirdiği matrisin ( $p < 0.05$ ) olduğundan faktör analizi açısından anlamlı olduğu ortaya çıkmakta ve faktör analizi yapılabileceği anlaşılmaktadır.

**Tablo 5:** KMO ve Bartlett Testi Değerleri

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği	0,828	
Bartlett's küresellik testi	Ki kare değeri	2389,445
	Sapma Derecesi	210
	Sig.	0,000

Aynı şekilde faktör analizinde dikkate alınması gereken faktör yük değerlerinin en az 0.32 olması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 312). Bu ölçek çalışmasında faktör yük değerleri, bu bölümde açıklanan sebeplerle anketteki 2. sorunun çıkarıldığı durumuyla, ölçek maddelerinde 0.45'in üzerinde çıkmıştır.

KFA'da, boyutlar (faktörler) değerlendirilirken özdeğerleri birden büyük olan sayısal veriler dikkate alınmak durumundadır. Tüm faktörlerin açıkladıkları varyans % 50'nin üzerinde olmalıdır. Ölçek maddelerinin ilgili faktörde mümkün olduğunca yüksek, ilgisiz maddelerde ise düşük yüklenmesi faktör döndürme işlemi ile yapılmaktadır. Böylece araştırmacıya yorumlama ve karar verme kolaylığı sağlanmış olmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 313). Aşağıda görülen Tablo 6'da da görüldüğü gibi, özdeğeri "1" olan "6" boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Tüm faktörlerin açıkladıkları varyans ise % 63 olarak oluşmuştur. Buradaki çalışmada faktör döndürme işleminde ise, dik döndürme işlemlerinde varimax kullanılmıştır. Tablo paragraftaki bilgilere göre de incelendiğinde de anlaşıldığı gibi, "6" faktörlü yapı belirlenmiş olmaktadır.

**Tablo 6: Toplam Açıklanan Varyans**

İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği									
Bileşenler	Başlangıç Öz değerleri			Karesi Alınan Yüklerin Toplam Çıkarımı			Karesi Alınan Yüklerin Döndürme Toplamı		
	Toplam	Varyans%	Birikimli%	Top.	Varyans%	Birikimli%	Top.	Varyans%	Birikimli%
1	5,151	24,527	24,527	5,151	24,527	24,527	2,878	13,704	13,704
2	3,028	14,417	38,944	3,028	14,417	38,944	2,488	11,847	25,551
3	1,520	7,239	46,183	1,520	7,239	46,183	2,379	11,328	36,880
4	1,413	6,730	52,913	1,413	6,730	52,913	2,004	9,541	46,421
5	1,096	5,218	58,913	1,096	4,914	58,131	1,845	8,786	55,207
6	1,032	4,914	63,045	1,032	4,914	63,045	1,646	7,838	63,045
7	0,819	3,902	66,947						
8	0,775	3,689	70,636						
9	0,730	3,477	74,113						
10	0,713	3,398	77,511						
11	0,683	3,252	80,763						
12	0,626	2,981	83,744						
13	0,499	2,376	86,119						
14	0,470	2,240	88,360						
15	0,446	2,124	90,484						
16	0,423	2,014	92,498						
17	0,398	1,896	94,394						
18	0,366	1,743	96,137						
19	0,329	1,568	97,705						
20	0,256	1,221	98,926						
21	0,225	1,074	100,00						

Döndürme Methodu: Principal Component Analizi.

KFA analizi sonuçlarına göre "6" faktör bulunmuştur. Rotated Component Matrix'e göre, (Döndürülmüş Bileşen Matrisi) bu faktörler maddelere faktör yüklenme sırasına göre ölçekteki soru numaraları şöyledir: 1. İlişki/bağ kurucu sosyal medya davranışı (9, 8, 10, 11 ve 7. sorular). Uygunsuz sosyal medya kullanım davranışı (22, 20, 18, 21 ve 19. sorular). 3. Yapılan işe yönelik sosyal medya kullanımı davranışı (5, 4 ve 6. sorular). 4. Sosyal medyayı farklı izlenim vermek için kullanma davranışı (16, 14 ve 12. sorular). 5. Sosyal medyayı kendi iş dışı amaçları için kullanma davranışı (13, 17 ve 15. sorular). 6. Sosyal medya kullanım yoğunluğu davranışı (1 ve 3. sorular).

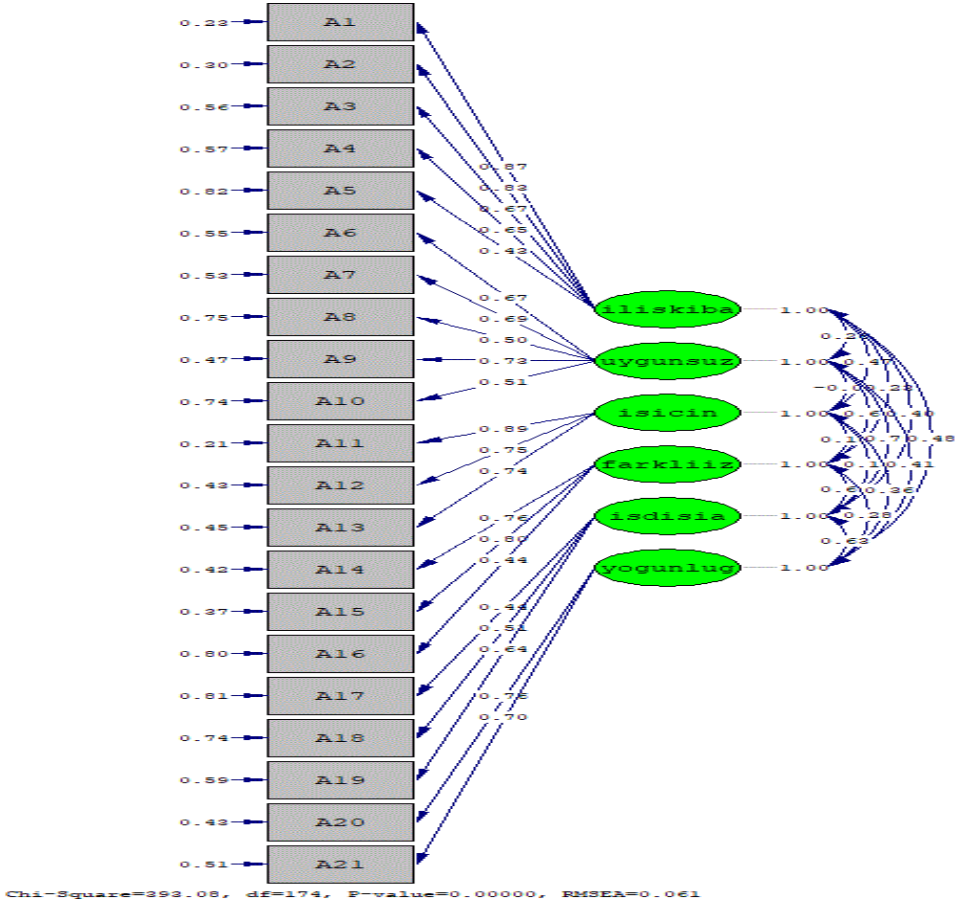
Yine ölçeklerin güvenilirliklerinin ölçülmesinde çok kullanılan yöntemlerden biri olan iç tutarlılık güvenilirliği Cronbach Alpha değeri, IBM SPSS 25 progra-

mı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. “İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği”nin (İSMKÖ), güvenilirliğini ölçmek için, iç tutarlılık güvenilirliğiyle ilgili başvuru Cronbach Alpha değeri 0,60 ve üzeri olmalıdır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 325). Buradaki çalışmada ise, ölçek sorularının tamamı dikkate alınarak gerekli analiz yapılmış ve Cronbach Alpha değeri 0,83 olarak bulunmuştur.

Demografik sorular nominal ölçme düzeyindedir ve böyle soruların güvenilirlik, geçerliliği istatistiki olarak doğrulanmamaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 311). Bu sebepten dolayı, demografik soruların geçerlilik, güvenilirliği ile ilgili durum anlaşılabilirlik açısından değerlendirilerek, “ölçeğin uygulanması” başlığında anlatılan ön test çalışmalarıyla gerçekleştirilmiştir.

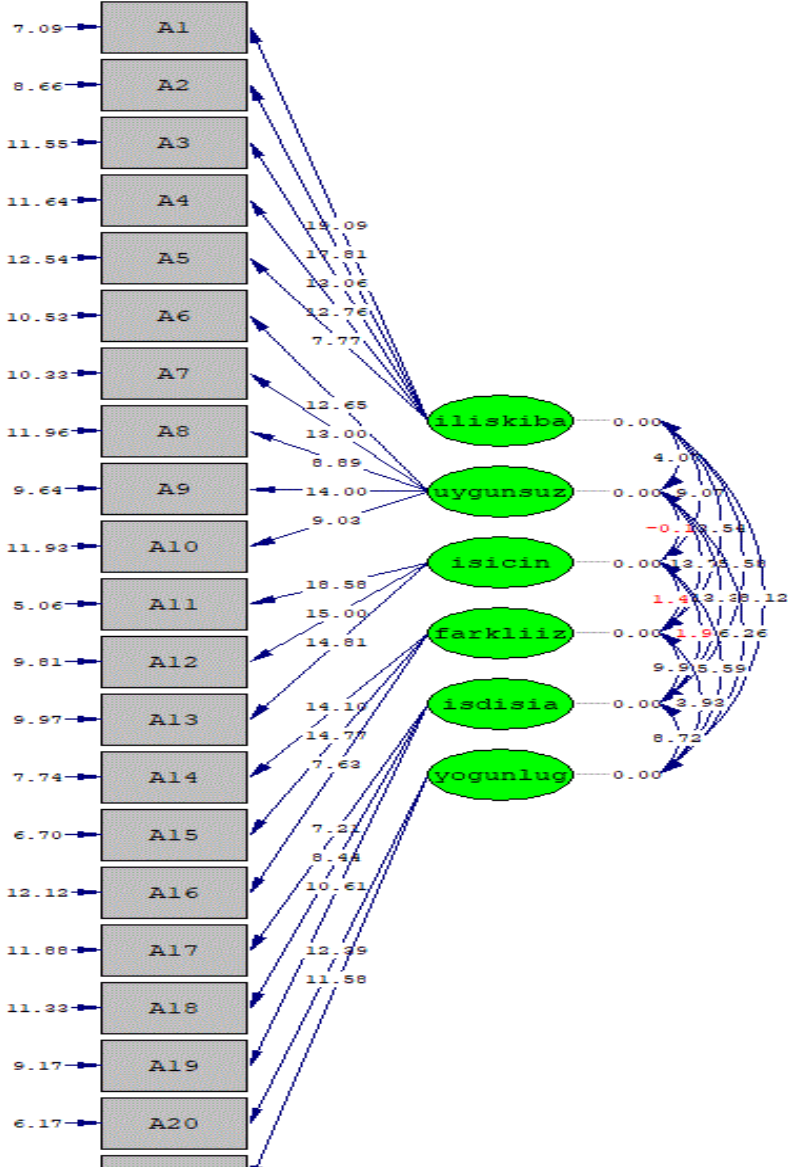
Literatürden bilgi verilerek daha önceki satırlarda açıklandığı gibi, Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ise, ölçek geliştirme çalışmaları için kullanıldığında, KFA ile faktör yapısı ortaya çıkarılan ölçeğin, öngörülen kuramsal yapısının doğrulanması gereğiyle uygulanmaktadır. Buradan yola çıkılarak, DFA ile faktörlerin uyum durumu, ölçekte yer alan değişkenlerden meydana gelen yapı altındaki ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır. DFA LISREL 8.72 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

DFA ile KFA sonucu ortaya çıkarılmış olan “6” faktörlü (boyutlu) 21 maddeden oluşan modelin verilere göre uyum durumu, değişkenlerin oluşturduğu yapı altındaki ilişkiler açıklanmak istenmiştir. Ölçeğin birinci düzey DFA sonuçlarına ilişkin olan standardize edilmiş parametre uyum değerleri aşağıda şekil 1’de sunulmuştur. Buradaki görülen path diyagramına göre, örtük değişkenlerden gözlenen değişkene giden çizgiler izlendiğinde gözlenen değişkenlerin örtük değişkenleri ne derecede açıklamak için temsil ettiği görülmektedir. Path diyagramının en solunda bulunan tek yönlü oklar ise, hata değişkenlerini/varyanslarını göstermektedir. Buradaki “path” diyagramına bakıldığında hata varyanslarının değeri 1’den küçük olmalıdır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 343). Şekil 1’de görülen path diyagramında bu durumun oldukça sağlanmış olduğu görülmektedir.

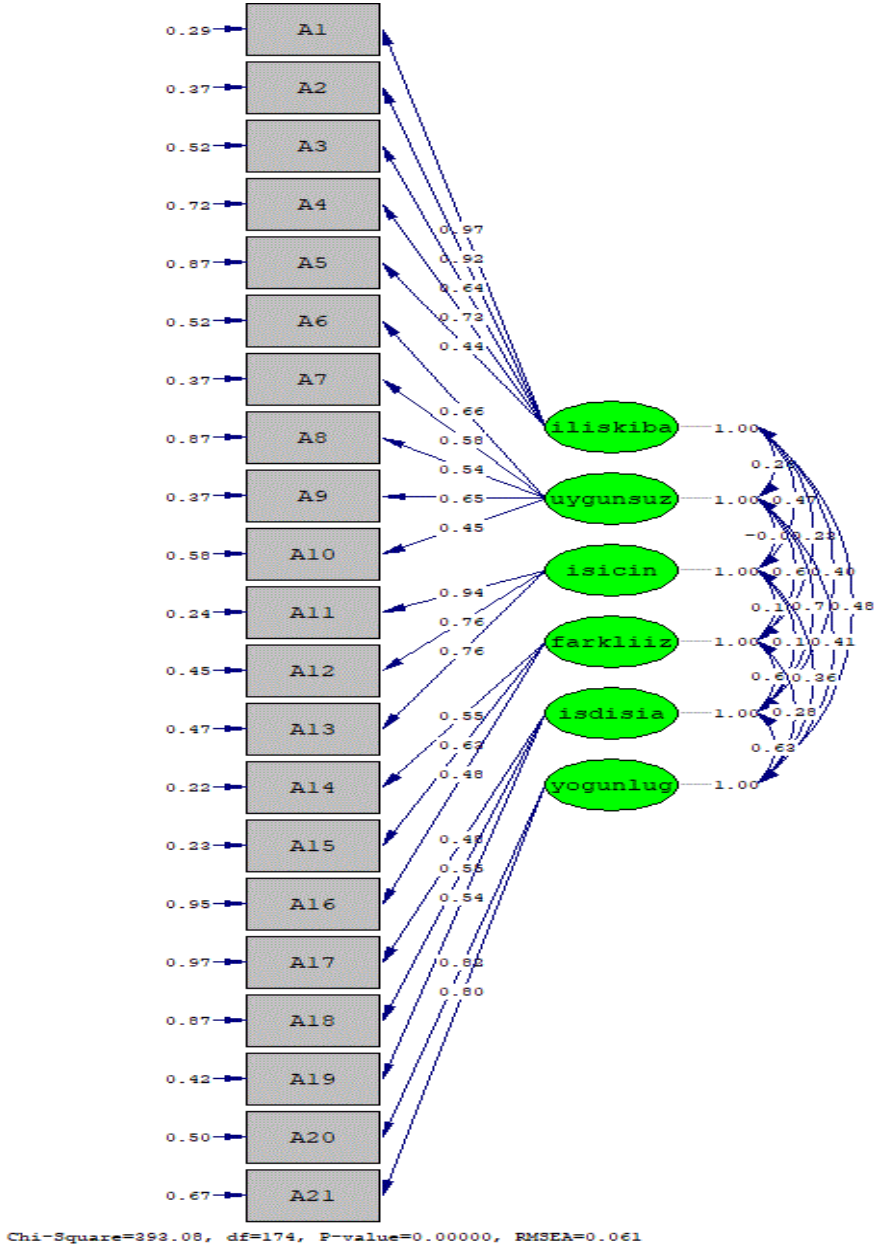
**Şekil 1:** Standardize Edilmiş Yol Katsayıları Path Diyagramı

Yine LISREL programında “T” testi değerleri görüntülenir. Burada görülen parametre değerlerinden 1.96’nın altında değer bulunması, anlamsız olması ( $p>0.05$ ) olacağından işaret eder ve bu değişkenin ölçekten çıkarılması gerekir. Bu durumda örtük değişkenden gözlenen değişkene giden parametre değerleri yazılı oklar kırmızı renkle görünür (Gürbüz ve Şahin, 2016: 343). Buradaki araştırmada, şekil 2’ de görüldüğü gibi, “t” değerleri 1.96’nın oldukça üstünde olduğundan, dolayısıyla kırmızı renkte “ok” da görünmediğinden “t” değerleriyle ilgili parametreler anlamlı demektir.

Şekil 2: Gözlenen Değişkenlerin Parametreleri "T" Değerleri



Standardize edilmemiş parametre değerlerinde ise,  $\chi^2$ , serbestlik derecesi (df), "p" değeri ve RMSEA uyum değerleri verilir. Buradaki değerlere göre,  $\chi^2/df$ 'nin 5'in altında, "p" değerinin 0.05 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması, RMSEA değerinin 0.08'in altında olması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016, s. 343). Aşağıda şekil 3' de standardize edilmemiş parametre değerleri görüntülenmektedir. Burada görüldüğü gibi,  $\chi^2/df$  (393/174)= 2,2', "p" değeri 0.00, RMSEA 0.06 olduğu için uygundur.

**Şekil 3:** Standardize Edilmemiş Parametre Değerleri

Literatüre göre LISREL programında görülen uyum iyiliği değerlerinden CFI, GFI, IFI, değerlerinin 0.90'nun üstünde olması beklenir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 343). Burada 0.90'nun üzerinde olması beklenen CFI, GFI, IFI, değerlerinden CFI 0.95; GFI 0.90; IFI 0.95; olmuştur. Bu göstergelerin de açıkladığı gibi, toplanan veriler yoluyla örtük değişken doğrulanmış bulunmaktadır. İSMKÖ'nün

öngörülen kuramsal yapısıyla değerlendirilen 6 faktörlü modelin verileri uyumlu olarak gerçekleşmiştir. Buradaki verilerle ilgili elde edilen kanıtlardan da anlaşıldığı gibi, geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarına ilişkin bulgular İSMKÖ'nün geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

## SONUÇ

Sosyal bilimlerde kullanılabilir ölçeklerin artması, araştırmacıların önemli konularda daha fazla araştırma yapabilmelerine olanak tanımaktadır. Burada yapılan çalışmada da, uyarlanan ölçek yoluyla, işyerinde sosyal medya kullanımını olumlu ve olumsuz açıdan ölçebilecek bir ölçek Türkçe literatüre kazandırılmak istenmiştir. Her ölçek çalışmasında olduğu gibi, burada uyarlanması yapılan ölçek de araştırmacılar tarafından kullanıldıkça, farklı örneklemeler üzerinden yeniden test edilebilecektir.

Araştırma içinde ilgili bölümlerde de açıklandığı gibi, uyarlanan ölçekte 5 boyut ve 22 soru bulunmaktadır. Ancak analiz sonuçlarına göre ankette yer alan soru numarasına göre, 2 numaralı soru çıkarılmak zorunda kaldığından KFA ve DFA analizleri 21 anket maddesi üzerinden gerçekleştirilmiştir. Yapılan KFA analizi sonucuna göre, Türkçeye uyarlanan ölçek 6 faktör üzerinden bir dağılım göstermiştir. Geçersiz anketler çıkarıldıktan sonra, çalışma 335 bireyin katılımıyla yapılmıştır. Ölçekle ilgili elde edilen geçerlilik ve güvenilirlik verileri araştırmanın seçileceği evrenden seçilecek örnekleme göre değişiklik gösterebilecektir. Buradaki çalışmada evren bir vakıf üniversitesinde görev yapan akademik ve idari personelden oluşmaktadır. Evrenden örneklem seçimi ve öne çıkan demografik veriler araştırma içinde verilmiştir.

Uyarlanan ölçekte, örneklem hacminin yeterliliğinin değerlendirildiği, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.82 bulunmuştur. Ölçeğin iç tutarlılık güvenilirliğini gösteren Cronbach Alpha değeri 0.83 olarak gerçekleşmiştir. KFA sonucuna göre, gerçekleşen 6 boyut şunlardır: 1. İlişki/bağ kurucu sosyal medya davranışı; 2. Uygunsuz sosyal medya kullanım davranışı; 3. Yapılan işe yönelik sosyal medya kullanımı davranışı; 4. Sosyal medyayı farklı izlenim vermek için kullanma davranışı; 5. Sosyal medyayı kendi iş dışı amaçları için kullanma davranışı; 6. Sosyal medya kullanım yoğunluğu davranışı. DFA sonuçlarına göre, uyum iyiliği değerleriyle ilgili, "t" değerleri 1.96'nın oldukça üstünde olduğundan anlamlı çıkmıştır.  $\chi^2/df$  (393/174)= 2,2', "p" değeri 0.00, RMSEA 0.06 olduğu için uyum iyiliği değerleri uygun çıkmıştır. Dolayısıyla detayları araştırma içinde açıklanan "İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği" (İSMKÖ), geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarına ilişkin bulgulara göre, araştırmacıların sosyal bilimlerde birçok branşta bağlantı kurup kullanılabilceği geçerli ve güvenilir bir araçtır.



## KAYNAKÇA

- Andreassen, C., ve Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction—An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>, 22.03.2020 tarihinde <http://www.eurekaselect.com/openurl/content.php?genre=article&iissn=1381-6128&volume=20&issue=25&spage=4053>, adresinden erişildi.
- Akın, A., Özbay, A. ve Baykut, İ. (2015). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe Formunun Geçerliliği ve Güvenirliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8, 38, 647-650.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Banyai F, Zsila A., Kiraly O., Maraz A., Elekes Z. ve Griffiths M.D. (2017). Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample.
- Bennett, G. G. ve Glasgow, R. E. (2009). The Delivery of Public Health Interventions Via The Internet: Actualizing Their Potential. *Annual Review of Public Health*, 30, 273-292.
- Breslin, J. ve Decker, S. (2007). The Future of Social Networks on The Internet. *IEEE Internet Computing*, 11, 86-90.
- Carlson, J. R., Zivnuska, S., Harris, R. B., Harris, K. J., ve Carlson, D. S. (2016). Social Media Use in the Workplace: A Study of Dual Effects. *Journal of Organizational and User Computing*, 28(1), 15-31. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.2016010102>, 12 Ekim 2019 tarihinde <http://services.igi-global.com/resolvedoi/resolve.aspx?doi=10.4018/JOEUC.2016010102>, adresinden erişildi.
- Carlson, J. R., ve Zmud, R. W. (1999). Channel Expansion Theory and The Experiential Nature of Media Richness Perceptions. *Academy of Management Journal*, 42(2), 153-170. <https://doi.org/10.2307/257090>, 25 Ekim 2019 tarihinde <http://services.igi-global.com/resolvedoi/resolve.aspx?doi=10.4018/JOEUC.2016010102>, adresinden erişildi.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9, 2, 27-50.
- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması, Depresyon ve Anksiyete Belirtileriyle İlişkinin Değerlendirilmesi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20, 1, s. 15-22. 2266-2279.
- Eren, Ş. E. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29, 4, 230-243.

Fırat, N. ve Barut, Y. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *International Journal of Human Sciences*. 15, 4, 2266-2279.

Global Digital Report 2019. (t.y.). We Are Social. 15 Mart 2020 tarihinde <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>, adresinden erişildi.

Gupta, S and Bashır, L. (2018). Social Networking Usage Questionnaire: Development and Validation in an Indian Higher Education Context. *Turkish Online Journal of Distance Education* , 19 (4) , 214-227 .

Gürbüz, S., ve Şahin, F., (2016), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe – Yöntem – Analiz, 3. Basım, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hanna, B., Kee, K. F., ve Robertson, B. W. (2017). Positive Impacts of Social Media at Work: Job Satisfaction, Job Calling, and Facebook Use among Co-Workers. *SHS Web of Conferences*, 33, 00012. 15.05.2020 tarihinde <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300012>, adresinden erişildi.

Internet World Stats. (2019). Internet Users in the World: Distribution by World Regions, erişim: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, Erişim Tarihi: 18.12.2019.

İçirgin, Ö. (2018). (Yüksek Lisans Tezi) Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L. ve Johnson, B. (2013). Development and Validation of a Social Media Use Integration Scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38-50.

Korucu, T. A. ve Usta, E. (2017). Sosyal Medya Öğretmen- Öğrenci Etkileşimi Ölçeği'nin Geliştirilmesi. *Elementary Education Online*. 16, 1, 197-216.

Koç, G. (2003). Gelişim ve Öğrenme. Ankara: Anı Yayıncılık.

Landers, R. N. and Callan, R. C. (2014). Validation of the Beneficial and Harmful Work-Related Social Media Behavioral Taxonomies: Development of the Work-Related Social Media Questionnaire. *Social Science Computer Review*, 32(5), 628-646. 05.05.2020 tarihinde <https://doi.org/10.1177/0894439314524891>, adresinden erişildi.

Leftheriotis, I. and Giannakos, M. N. (2014). Using Social Media for Work: Losing Your Time or Improving Your Work? *Computers in Human Behavior*, 31, 134-142. 05.05.2020 tarihinde <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.016>, adresinden erişildi.

Oliver, R. L. (1977). Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluations: An Alternative Interpretation. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480-486. 28.04.2020 tarihinde <https://doi.org/10.1037/0021-9010.62.4.480>, adresinden erişildi.

- Otrar, M. ve Argın, S. F. (2015). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4, 1, 391-403.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö. ve Ekşi, H. (2019). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ): Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6,3, 629-662.
- Özer, Ş. L. (1999). Müşteri Tatminine Yönelik Literatürdeki Kuramsal Tartışmalar. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17, 2, 159-180.
- Sarıçam, H. ve Karduz, A. F. F. (2018). Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9,2, 116-135.
- Savcı, M., Ercengiz, M. ve Aysan, F. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bozukluğu Ölçeği'nin Türkçe Uyarlanması. *Arch Neuropsychiatry*, 55, 1-8.
- Seidman, G. (2013). Self-Presentation and Belonging on Facebook: How Personality Influences Social Media Use and Motivations. *Personality and Individual Differences*, 54, 402-407.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, 1, 523-538.
- Taş, İ. (2017). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 4,1, 27-40.
- Ünal, T. A. ve Deniz, L. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Geliştirilmesi. *Online Academic Journal of Information Technology*, 6, 51-70.
- Van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., ve Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487. 13.04.2020 tarihinde <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>, adresinden erişildi.
- Walsh, G., Schaarschmidt M. ve Kortzfleisch, H., (2016). Employees' Company Reputation-related Social Media Competence: Scale Development and Validation. *Journal of Interactive Marketing*, 36, 46-59. 05.05.2020 tarihinde <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2016.05.001>, adresinden erişildi.
- Yıldız, Z. (2014). Sosyal Bilişsel Öğrenme Kuramı ve Din Öğretimi. *SDÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2, 33, 147-161.

## İŞYERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİ ANKETİ

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma bir vakıf üniversitemizde görevli Dr. Öğr. Üyesi Kemal ER, Arş. Gör. Umut SOLMAZ ve Arş. Gör. Engincan YILDIZ tarafından gerçekleştirilmektedir. “İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması” konulu araştırmada kullanılacak olup, Türkçe literatüre yeni bir ölçek kazandırılması hedeflenmektedir. Bu kapsamda, yapılan çalışmayla, iş yerinde sosyal medyanın verimli kullanılabilmesi için de bilimsel kazanım sağlanmış olacak ve bilimsel çalışmalara katkı gerçekleştirilmiş olacaktır. O nedenle vereceğiniz cevaplar, araştırmada gerçekçi sonuçlar elde edilebilmesi için son derece önemlidir. Bu araştırmada gerekli olan Etik Kurul ve Aydınlatılmış Onam Formu ile ilgili yapılması gerekenler yapılmıştır. Vermiş olduğunuz cevaplar bilimsel amaçlarla kullanılacağından **isim yazmamanız uygun olur.**

Aşağıdaki soruları cevaplarken ilgili şıkkı daire içine alabilir ya da şıkkın yanına çarpı işareti koyabilirsiniz.

### 1-) Cinsiyetiniz

- a-) Erkek
- b-) Kadın

### 2-) Yaşınız

- a-) 18-25 yaş
- b-) 26-31 yaş
- c-) 32-40 yaş
- d-) 41-55 yaş
- e-) 56 yaş ve üzeri

### 3-) Eğitim Durumunuz

- a-) Lise ya da dengi okullar mezunu
- b-) Üniversite Mezunu
- c-) Lisansüstü Eğitim Mezunu

### 4-) Aylık Kazancınız

- a-) 2000-3500 TL
- b-) 3501-5000 TL
- c-) 5001-10000 TL
- d-) 10001 TL ve üstü

### 5-) Çalıştığınız Kadro

- a-)Büro Çalışanı
- b-)Araştırma Görev. / Öğretim Görevlisi
- c-)Öğretim Üyesi

### 6-) Sosyal ağları bir günde (Facebook, Twitter, Instagram vb.) ne kadar sıklıkla kullanıyorsunuz?

- a-) 1 saatten az
- b-) 2-4 saat
- c-) 5-7 saat
- d-) 8 saat ve üzeri

### 7-) İşyerinde bir günde hangi sıklıkla sosyal ağları kullanırsınız?

- a-) 1 saatten az
- b-) 2-4 saat
- c-) 5-7 saat
- d-) 8 saat ve üzeri

### 8-) İşyerinizin iş saatlerinde sosyal ağların kullanılmasına karşı tutumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

- a-) Esnek bir tutum sergilemektedir.
- b-) Bazı durumlarda esnek bazı durumlarda sıkı bir tutum sergilenmektedir
- c-) Sıkı bir tutum sergilemektedir.

## İŞYERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİ

Aşağıda görüldüğü gibi bir en az beş ise en fazla katılma derecesini göstermektedir.

“1= Hiç Katılmıyorum. 2= Katılmıyorum. 3= Orta Derecede Katılıyorum. 4= Katılıyorum. 5= Tamamen Katılıyorum.”

Soru	1	2	3	4	5
1. Sosyal medyayı sürekli kontrol etme ihtiyacı duyuyorum.					
2. Sosyal medyanın düşüncelerimi tükettiğini hissediyorum.					
3. Sosyal medyada önemli miktarda zaman geçirdiğimi hissediyorum.					
4. Sosyal medyayı iş için kullanmak, yeni fikirler bulmama veya yaratıcı çözümler bulmama yardımcı oluyor.					
5. Sosyal medyayı iş için kullanmak itibarımı / profesyonel duruşumu geliştirmeme izin veriyor.					
6. Sosyal medyayı iş için kullanmak tavsiye almamı ve sorunları çözmemi sağlıyor.					
7. Sosyal medya başkalarının benim hakkımdaki izlenimlerini yönetmeme izin veriyor.					
8. İşte sosyal medya kullanımı, isteki diğer insanlarla bağlantı kurmak için sosyal bir kaynak sağlıyor.					
9. İşte sosyal medya kullanımı, çalışma arkadaşlarıyla paylaşım için bir yol sağlar.					
10. İşte sosyal medya kullanımı, meslektaşlarımı daha derinden anlamama yardımcı oluyor.					
11. İşte sosyal medya kullanımı, bana benzer diğer insanlarla bağlantı kurmama yardımcı oluyor.					
12. İsteyken sosyal medya kullanımımı, gizleme/saklama ihtiyacı hissedirim.					
13. Sosyal medyayı mesai saatlerinde kişisel amaçlarım için kullanırım.					
14. Sosyal medya kullanarak bir şeyler gönderirim böylece diğerleri çalışıyor olmadığım da bile çalıştığımı düşünürler.					
15. Sosyal medya kullanırken her zaman tam olarak doğrucu/dürüst değilim.					
16. Patronuma gerçekten çalıştığımı düşündürmek, meşgul görünmek için sosyal medya kullanırım.					
17. Sosyal medyayı çalışmak yerine iş dışı amaçlar için çok fazla kullanıyorum.					
18. Sosyal medya kullanarak harcadığım zamandan dolayı işle ilgili işleri yapmak daha uzun sürüyor.					
19. Şirket politikasına karşı olmasına rağmen isteyken sosyal medyayı kullanıyorum.					
20. Sosyal medya ile meşgul olmam etrafımdakileri tedirgin edebilir.					
21. Kendimi etrafımdaki insanlarla etkileşim kurmak yerine sosyal medyayı kullanırken buluyorum.					
22. Sosyal medya şu anki durumumla ilgili meşgul olmamı engelliyor.					

# ON-LINE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE UYGULANAN PARASAL VE PARASAL OLMAYAN SATIŞ PROMOSYONLARININ MARKA EDERİNE ETKİSİ\*

**Impact of Monetary and Non-monetary Sales  
Promotions on Brand Equity in On-line Retail Sector**

**Gönderim Tarihi / Received:** 12.05.2020

**Kabul Tarihi / Accepted:** 06.11.2020

**Doi:** <https://doi.org/10.31795/baunsobed.736304>

**Berrin Arzu EREN<sup>1</sup>**

**ÖZ:** Parasal ve parasal olmayan satış promosyonları işletmelerin hacimli satış yapabilmelerinin yanı sıra marka sadakati yaratma amaçlı kullandıkları önemli taktiksel araçlardan biridir. Gerek daha uygun fiyata satın almak, gerekse sağladığı zaman ve emek kolaylıklarından ötürü alışveriş deneyimi on-line platformlarda da önemli büyüklüğe ulaşmıştır. Bu noktada on-line perakende alışveriş markaları için marka ederi yaratma; uzun vadeli satış çabaları ve bunun getirilerinden faydalanabilmek için en önemli kavramlardan birini oluşturmaktadır. Buradan hareketle çalışmada on-line perakende alışverişlerde markaların uyguladığı parasal ve parasal olmayan satış promosyonlarının, marka ederini oluşturan unsurlar üzerindeki etkisinin ve bu unsurların birbirine etkilerinin belirlenmesinin yanı sıra marka sadakatinin öncülleri araştırılmıştır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış olup, ölçekler daha önceden geçerliliği ve güvenilirliği sınanmış ifadelerden oluşmaktadır. Anket Ankara'da yaşayan 452 bireyin katılımı ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Örneklemde elde edilen veri SPSS 20 ve Smart-PLS programları ile analiz edilmiştir. Araştırmada betimsel analizinin yanı sıra Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulayıcı Faktör Analizi, korelasyon ve çoklu bağlantı analizleri yapılmış ve ardından hipotezlerin test edilmesi için Yapısal Eşitlik Modellemesi uygulanmıştır. Araştırma sonuçları parasal olmayan satış promosyonlarının algılanan kalite, marka farkındalığı ve marka sadakati üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu, parasal satış promosyonlarının ise marka farkındalığı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Araştırmada ulaşılan diğer bir sonuç marka ederini oluşturan unsurlardan marka farkındalığının algılanan kalite ve marka çağrışımları üzerinde ve algılanan kalite ve marka çağrışımlarının ise marka sadakati üzerinde olumlu etkiye sahip olduğudur.

**Anahtar Kelimeler:** Parasal ve Parasal Olmayan Satış Promosyonları, Marka Ederi, Marka Sadakati.

\* Araştırmanın anket uygulaması Kasım-Aralık 2019 tarihlerinde yapıldığından etik kurul izni gerekmemektedir.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ufuk Üniversitesi Meslek Yüksekokulu/Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, [berrinarzu.eren@ufuk.edu.tr](mailto:berrinarzu.eren@ufuk.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0003-0839-5302>

**ABSTRACT:** Monetary and non-monetary sales promotions are one of the important tactical tools that businesses use to create brand loyalty as well as making high volume sales. The shopping experience has reached a significant size on the on-line platforms due to the time, labor, and price facilities. At this point, creating brand equity for on-line retail shopping brands, it constitutes one of the most important points of view to benefit from long-term sales efforts and its returns. Thus, in the study, the effects of monetary and non-monetary sales promotions applied by brands in the on-line retail shopping on the elements of the brand value' s and the effects of these elements on each other as well as the antecedents of brand loyalty were investigated. The questionnaire method was used in the research and the scales consist of expressions whose validity and reliability have been previously tested. The survey was conducted as a face-to-face survey with the participation of 452 individuals living in Ankara. The data obtained from the sample were analyzed with SPSS 20 and Smart-PLS programs. In addition to descriptive analysis, Explanatory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis, correlation, and multiple connection analyzes were performed in the research, and then Structural Equation Modeling was applied to test the hypotheses. Research results show that non-monetary sales promotions have a positive effect on perceived quality, brand awareness, and brand loyalty and monetary sales promotions have a positive effect on brand awareness. In addition, it has been concluded that brand awareness, which constitutes the brand equity, has a positive effect on perceived quality and brand connotations, and received quality and brand connotations have a positive effect on brand loyalty.

**Keywords:** Monetary and Non-monetary Sales Promotions, Brand Equity, Brand Loyalty.

## GİRİŞ

Dijital dönüşümün gerçekleşme boyutundaki artış her geçen gün gerek işletmelerin gerekse tüketicilerin yaşamlarında önemli değişiklikler oluşturmaktadır, bakış açılarını da farklılaştırmaktadır. Günümüzde pek çok işletme ve tüketici için dijital dönüşüme ayak uyduramamak günceli takip edememenin ötesine giderek, işletmeler için rekabette geri kalma, tüketiciler içinse çağın dışında kalma anlamını taşımaktadır. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de dijital dönüşümün en önemli göstergelerinden biri perakende firmalarının pek çoğunun on-line satışa yönelmesi, hatta on-line satış kanalı ile ilk satış deneyimine başlayan işletme sayısının her geçen gün artış göstermesidir. Perakende işletmelerinin yanı sıra on-line alışverişe yönelen müşteri sayısı da yaş, eğitim



gibi sosyo-kültürel özellikler, gelir ve teknoloji uyum düzeyinden bağımsız olarak hızla artış göstermektedir. Bunun sebepleri kültürel, davranışsal, ekonomik nedenler gibi birçok farklı etken ve ihtiyaçtan kaynaklanabilmektedir. TÜSİAD & Deloitte Digital Raporuna (2019) göre 2018 yılında Türkiye’de toplam ticaret içinde e-ticaretin payı bir önceki yıla göre %42 oranında artmıştır. Bu büyüme on-line hizmet veren perakende işletmeler için marka ederi kavramını daha da önemli hale getirmekte ve bu işletmelerin marka ederini oluşturmak, korumak ve arttırmak için çaba ve girişimlerine hız vermelerini gerektirmektedir. Çünkü çevrimdışı (off-line) ortamdaki tüketicilerle karşılaştırıldığında, çevrimiçi (on-line) ortamdaki tüketiciler on-line markalara daha açık ve bağımlıdır (McGovern, 2001). Bu durum beraberinde işletme için pek çok avantajı da getirmektedir.

Değişen rekabet koşullarında müşteri değeri yaratma konusunda önemli araçlardan biri satış promosyonlarıdır. Bu noktada diğer pazarlama yatırımları ile kıyaslandığında promosyonların yatırımlarının on-line satış harcamaları içindeki büyüklüğü önemli bir yer işgal etmektedir. Satış promosyonları firmalar için daha fazla tüketici çekme, yeni müşteri elde etme, müşteri memnuniyeti, müşteri değeri ve göreceli olarak müşteri sadakati yaratma gibi amaçlar taşımaktadır. Bu amaçlar firmanın marka ederini de olumlu ya da olumsuz şekilde etkileyebilecektir. Günümüzde yapılan pek çok pazarlama araştırmasında da satış promosyonlarının değişen koşullarda farklı değişkenler üzerindeki etkileri araştırılmaya devam edilmektedir. Bu noktada geçmişte yapılan çalışmaların bir kısmı promosyonların işletmelerin marka ederi üzerinde farklı etkileri olduğunu savunurken (Srinivasan ve Anderson, 1998), diğer bazı çalışmalar satış promosyonlarının marka üzerinde marka farkındalığı ve bilinirliğini artırması sayesinde olumlu etkilerinin olduğuna işaret etmektedir (Blattberg ve Neslin, 1990). Bununla birlikte satış promosyonları tüketici tarafında işletmenin ya da markanın satış promosyonları olmaksızın müşteri çekemeyeceği ve ürünlerinin düşük kalitede olduğu gibi olumsuz bir algı da oluşturabilir. Bu bakış açısını doğrulayan çalışmalar da bulunmaktadır (Bawa ve Shoemaker, 1987).

Bununla birlikte alan yazın incelendiğinde satış promosyonlarının marka ederi üzerine etkilerinin kısa vadede ve uzun vadede ayrı şekilde ele alındığı da görülmektedir. Bu noktada Gupta, (1988), Inman vd. (1990) ve Nijs vd. (2001) satış promosyonlarının kısa vadede işletmenin satışları ya da marka ederi üzerindeki etkilerini incelerken, Aaker (1996), Papatla ve Krishnamurthi (1996), Mela vd. (1997), Yoo vd. (2000), Ailawadi vd. (2003) ve Mela vd.(2006) ise satış promosyonlarının uzun vadeli olarak marka ederi üzerindeki etkilerine odaklanmıştır.

Araştırmada bireylerin tutumlarından yola çıkarak parasal ve parasal olmayan satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarının marka ederi üzerindeki

etkisine odaklanmıştır. Günümüzün rekabetçi satış koşullarında özellikle de on-line satış kanallarında tüketici dikkatini çekmek ve müşteri sadakati yaratmak amacıyla satış promosyonları ve marka ederi işletmeler tarafından kullanılan önemli taktiksel araçlardır. Tüm bunlardan hareketle çalışmada ampirik olarak aşağıdaki konuları araştırmaktadır:

- Parasal ve parasal olmayan satış promosyonlara ilişkin tüketici algılarının marka ederini oluşturan unsurlar üzerindeki etkisini ortaya koymak
- Marka ederini oluşturan unsurların birbirine etkisini ortaya koymak
- Marka sadakatının öncüllerini belirlemek.

## TEORİK ÇERÇEVE ve HİPOTEZ GELİŞTİRME

### Satış Promosyonları

Satış promosyonu belirli bir markanın daha fazla müşteri çekmesine yardımcı olan bir pazarlama karması bileşenidir (Han vd., 2019). Tüketici algılarını etkileme konusunda önemli bir araç olan satış promosyonları sınırlı bir zaman dilimi içinde hızlı ve hacimli satış yapabilmek amacıyla uygulanan pazarlama çabalarıdır (Kotler, 2000). Bu noktada tüketici algılarını etkilemede referans fiyat ve promosyon ilişkisi önem kazanmaktadır. Referans fiyat tüketicilerin geneli için bir mal ya da hizmeti satın alırken ödemeyi beledikleri fiyattır. Tüketiciler, referans fiyat promosyonlu olarak gösterilen fiyattan yüksek olduğunda bir kazanç algılarına ve tam tersi referans fiyat promosyonlu olarak gösterilen fiyattan düşük olduğunda bir kayıp algılarına (Alvárez-Alvárez ve Vázquez-Casielles, 2005). Bu durum da tüketicilerin satış promosyonlarına karşı farklı tepkiler geliştirmelerine neden olmaktadır.

Satış promosyonu faaliyetlerinin markaya yönelik sonuçları bu uygulamaların tüketicide yarattığı algının şekillenmesi ile ortaya çıkar. Bu noktada satış promosyonu uygulamalarının tüketici bakış açısında yarattığı algı, gerçekte marka ve işletme için oluşan sonuçların temelini oluşturmaktadır. İşletmelerin uyguladığı satış promosyonları tüketici açısından markanın, tüketicisini düşünen, büyümek isteyen, yeniliklere açık bir marka olduğu, ürünlerin sürekli talep gördüğü ve ürünü satın almaya teşvik ettiği gibi olumlu bir algı yaratabilir (Sturdivant vd., 1970; Chandon vd., 2000). Ancak işletmeler her ne kadar amaçları doğrultusunda satış promosyonu uyguladıkları da bazen olumsuz tüketici algılarına da sebep olabilirler. Bu olumsuz algılar ise işletmenin satışlarının yetersiz olduğu, ürün/markanın teknolojisinin eskidiği, ürünün raflarda çok beklediği, kalitesinin düşük olduğu, son tüketim tarihinin yaklaştığı, ürünün farklılaştırılmaya uygun olmaması sebebiyle promosyonsuz satı-

lamayacağı, az satılan bir ürün/marka olduğu, geçmişte aynı ürüne daha fazla ödeme yapıldığı için durumun adil olmadığı ya da tüketiciyi daha fazla satın alma/tüketmeye yönelttiği (Sturdivant vd., 1970, Hunt ve Keaveney, 1994; Mela vd., 1997; Chandon vd., 2000; Yoo vd., 2000) olarak sıralanabilir. Benzer şekilde tüketiciler satış promosyonu nedeni ile ihtiyaç duymadıkları özellikler için gereksiz ödeme yaptıklarına inanabilir ve bu nedenle ürünün hiçbir değer sunmadığını düşünebilirler (Simonson vd., 1994).

Satış promosyonlarının sonuçlarına etki eden bir unsur da promosyonun tipidir. Kotler (2000) başlıca satış promosyonu türlerini; örnekler, kuponlar, indirimler, fiyat avantajı sağlayan paketlemeler, ek ödemeler, ödül kazanma, sürekli müşteri olma ile sağlanan ödüller, ücretsiz ürün/hizmet denemeleri, ürün garantileri, birleşik promosyonlar, çapraz promosyonlar ve satış noktası tanıtımları olmak üzere on iki kategoriye ayırmıştır. Bu noktada satış promosyonları parasal ve parasal olmayan satış promosyonları olarak incelenebilir. Parasal satış promosyonları tüketici ya da alıcının zararını azaltan ya da tasarruf sağlayan promosyon uygulamalarıdır (Liao, 2006). Parasal satış promosyonları (örn; ücretsiz ürün, kuponlar) tüketiciler için araçsal, işlevsel ve bilişsel olarak fayda yaratan, tüketicilerin satın almalarında kazanç sağlamalarına ve satın alma etkinliklerini arttırmalarına yardımcı olan promosyonlardır (Mela vd., 1997; Chandon vd., 2000; Gilbert ve Jackaria, 2002; Palazón-Vidal ve Delgado-Ballester, 2005, Buil vd., 2013). Parasal olmayan satış promosyonları (örn; yarışmalar, çekilişler, ücretsiz hediyeler, sadakat programları) ise araçsal olmayan, deneyimsel ve duygusal fayda yaratan ve özünde ödüllendirme olan promosyonlardır (Chandon vd., 2000; Palazón-Vidal ve Delgado-Ballester, 2005; Buil vd., 2013). Araştırmaya konu on-line perakende alışveriş markalarının sıklıkla ücretsiz ürün, kupon, ücretsiz hediye ve çekiliş katılım gibi hem parasal hem de parasal olmayan satış promosyonlarını kullandıkları görülmektedir. Bu noktada araştırmada satın alınan ürüne yapılan indirim ya da ilave ürün satın alınması durumunda ilk ürünün fiyatındaki indirim parasal satış promosyonu olarak, satın alınan ürünün yanında verilen hediyeler ve çekilişler ise parasal olmayan satış promosyonu olarak değerlendirilmiştir.

Tüketici bakış açısında parasal olmayan satış promosyonları parasal olan satış promosyonlarına göre daha büyük ve gözle görülür bir farklılığa sahip olmanın yanı sıra daha geniş kabul edilebilirliğe de sahiptirler (Campbell ve Diamond, 1990). Benzer şekilde parasal satış promosyonları tüketicileri satın alma davranışına yöneltme konusunda daha etkilidir (Huff vd., 1999; Kwok ve Uncles, 2005). Araştırma kapsamında satın alınan ürüne yapılan indirim parasal satış promosyonu olarak, satın alınan ürünün yanında verilen hediyeler ya da ilave ürün ile ilk üründe sağlanacak indirim ise parasal olmayan satış promos-

yonu olarak değerlendirilmiştir. Araştırmaya konu on-line perakende alışveriş markalarının ise sıklıkla ürün fiyatında indirim, ücretsiz ürün, kupon, ücretsiz hediye sunma ve çekilişe katılım gibi hem parasal hem de parasal olmayan satış promosyonlarını kullandıkları görülmektedir.

Parasal ve parasal olmayan satış promosyonlarına yönelik tüketici algıları ürünün mevcut ya da yeni bir ürün olmasına göre de değişiklik gösterebilir. Yapılan araştırmalar yeni ürünler için parasal olmayan satış promosyonlarının daha fazla kazanç yarattığına ve yeni ürüne yönelmenin önüne geçerek satın alma kaybını azalttığı için daha olumlu karşılandığına işaret etmektedir (Lowe ve Barnes, 2012). Ayrıca fiyata dayalı satış promosyonlarının tüketicilerin hem fiyata olan duyarlılığı hem de fiyat promosyon duyarlılığını arttırdığı; fiyat dışı promosyonların ise sadakat tutumu zayıf olan tüketiciler arasında fiyat ve anlaşma duyarlılığını artırdığını (Mela vd., 1997), parasal olmayan satış promosyonlarının ise markaya yönelik tutumu önemli ölçüde etkilemediğini savunan araştırmalar (Yi ve Yoo, 2011) da bulunmaktadır.

İşletmelerin kısa vadede izledikleri satış promosyonu çabaları ile yarattıkları fiyat rekabeti zaman içerisinde markaların karlılığına zarar vermekte (Park ve Srinivasan, 1994) ve bu da işletmelerinin marka ederine odaklanmalarını gerektirmektedir. Bu noktada uzun vadede parasal ve parasal olmayan satış promosyonlarının marka ederine etkisinin araştırılması önem kazanmaktadır.

## Marka Ederi

Marka "bir satıcı veya satıcı grubunun mal ve hizmetlerini tanımlamak ve bunları rakiplerden farklı kılmak için tasarlanmış isim, terim, işaret, sembol veya tasarım veya bunların birleşimi olarak tanımlanabilir" (Kotler, 2000: 442). Marka, tüketici tutum ve davranışlarının şekillenmesinde önemli bir uyarandır. Bununla birlikte markaya yönelik tüketici tepkilerini belirleyen kavram ise marka ederidir. Marka ederi işletmeler için ulaşmak istedikleri yeri belirleyen (Keller ve Lehmann, 2006) ve rekabetçi avantaj kazanmalarını sağlayan (Calvo-Porrall vd., 2013) önemli unsurlardan biridir.

Alan yazın incelendiğinde marka ederi tanımına ilişkin farklı yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Marka ederine ilişkin yapılan tanımların markaya özgü ek etki (Srinivasan 1979), markanın ürüne sağladığı ek değer (Farquhar, 1989) ve markanın yarattığı toplam fayda (Swait vd., 1993) gibi yaklaşımlar etrafında toplandığı görülmektedir. Bu noktada yapılan tanımların ortak özelliği gerçekte marka ederinin ürüne sağladığı ek özelliklere odaklanmasıdır. Marka ederi, kıyaslaması yapılacak iki ürünün birbirinin aynı pazarlama uyarılarına ve ürün özelliklerine sahip olması durumunda, tüketicilerin bu markalardan birine yönelik tepkilerinin farklı olmasıdır (Yoo ve Donthu, 2001). Gerçekte tü-

keticilerin bir markaya yönelik gösterdiği farklı tepki işletmenin marka için gerçekleştirdiği uzun vadeli pazarlama çaba ve giderlerinin bir sonucudur. Marka ederi süreci başarılı şekilde yönetildiğinde ise bu sonuç işletmelere daha büyük pazar payı, yüksek kar, yeni müşteri, mevcut müşteriye hacimli satış gibi olumlu katkılarla dönüş yaratmaktadır (Solomon ve Stuard, 2002; Buil vd., 2013).

Marka ederi marka stratejilerinin etkinliğinin ölçüm aracıdır (Lin ve Kao, 2004). Geçmişte yapılan pek çok araştırma marka ederini oluşturan unsurları ölçmeye odaklanmıştır (Park ve Srinivasan, 1994; Yoo ve Donthu, 2001; Keller, 2003). Alan yazın araştırıldığında farklı araştırmacılar tarafından marka ederinin farklı bileşenleri olduğuna vurgu yapılmıştır. Marka ederini tüketici odaklı bakış açısıyla Aaker (1991, 1996) algılanan kalite, marka farkındalığı, marka çağrışımları ve marka sadakati olarak değerlendirirken; Keller (1993) marka farkındalığı, marka imajı ve marka çağrışımları ile Agarwal ve Rao (1996) ise genel kalite ve tercih eğilimleri ile açıklamışlardır. Araştırmada marka ederine daha kapsamlı bir yaklaşım sunması sebebiyle Aaker (1996)'ın marka ederi bileşenlerini temel almıştır. Alan yazın incelediğinde Aaker (1996)'ın yaklaşımının Keller (1993), Motameni ve Shahrokhi (1998), Yoo ve Donthu (2001), Bendixen vd. (2003), Kim vd. (2003), Pappu vd. (2005) gibi pek çok araştırmacı tarafından da benimsendiği görülmektedir.

Yapılan araştırmalar satış promosyonlarının sadece marka tercihlerini değil, markaya yönelik tutumları da etkilediğine işaret etmektedir (Krishna vd., 1991; Hunt ve Keaveney, 1994; Papatla ve Krishnamurthi, 1996). Bu nedenle araştırma hipotezleri satış promosyonlarının marka ederini oluşturan unsurları üzerine etkisini belirlemek üzerine kurgulanmıştır. Bununla birlikte araştırmanın uygulama alanı olan on-line perakende markalarına yönelik marka ederine ilişkin yapılan çalışmaların, özellikle son yıllarda yoğunlaştığı görülmektedir. Bunun en önemli sebeplerinden biri de farklı sosyo-kültürel düzeydeki bireyler için internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte internetin bilgiyi arama ve ulaşmanın yanı sıra alışveriş gibi farklı amaçlar için de kullanılmasıdır. Yakın geçmişe ilişkin alan yazın incelendiğinde Quan, Chi, Nhung, Ngan ve Phong (2020)'in çalışmalarında on-line alışveriş deneyimine ilişkin marka ederi, e-tatmin ve e-sadakat arasındaki ilişkiyi, Kumar, Saha, Manohar ve Sekar (2020)'in çalışmalarında on-line işletmelerde fiyat, kalite ve marka ederi arasındaki ilişkiyi, Ahmad ve Guzmán(2020)'in çalışmalarında on-line alışveriş deneyiminde güven ve marka ederi arasındaki ilişkiyi, Phong, Nga, Hanh ve Minh (2020)'in çalışmalarında on-line perakende sektöründe marka ederi ve müşteri sadakati arasındaki ilişkiyi ve Liu ve Zhang (2020)'in çalışmalarında internet ünlülerinin marka ederine katkısı ve bu sayede yaratılan marka ederinin tüketicilerin satın alma niyetine etkisini araştırdıkları görülmektedir.

## Algılanan Kalite

Algılanan kaliteyi ürünün üstünlüğüne ilişkin oluşan küresel bir yargı (Holbrook ve Corfman, 1985) ve müşterinin bir ürün ya da hizmete ilişkin üstünlük ya da mükemmellik yargısı (Zeithaml vd., 1988) olarak tanımlanmak mümkündür. Algılanan kalite "müşterinin bir ürün ya da hizmetin genel kalitesini ve bir ürün veya hizmetin alternatiflerine göre amaçlanan üstünlüğünü nasıl algıladığıdır" (Aaker, 1991: 85). Bu noktada algılanan kaliteyi belirleyen bir takım unsurlar vardır. Bunlar bireyin kendisinin ve yakın çevresindekilerin geçmiş deneyimleri, bireyin sosyo-kültürel özellikleri ve satın alma/tüketim amacı olarak sıralanabilir.

Satış promosyonları tüketiciler tarafından ürünün farklı algılanmasına özellikle de kalite hakkında farklı düşünceler geliştirilmesine neden olmaktadır (Buil vd., 2013; Huang ve Cheng, 2013; Karbasi ve Rad, 2014). Satış promosyonları diğer markalar tarafından da kolayca kopyalanabileceğinden (Aaker, 1991) orta ve uzun vadede markanın satış hacimlerinde istikrarsızlığa yol açabilir. Bu durum tüketicide doğru referans fiyatın oluşmasının, dolayısıyla da kalite algısının önünde önemli bir engel olabilir (Yoo vd., 2000). Bu bakış açısından farklı olarak satış promosyonları kısa vadeli satış ve bunun olumlu getirileri ile tüketiciyi markaya yönlendirmesi (Gupta, 1988) gibi sebeplerden ötürü kalite için olumlu bir algı da yaratabilir.

Sonuç olarak yapılan araştırmalar satış promosyonlarının algılanan kalite üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir (Yoo vd., 2000; Han vd., 2019). Ayrıca satış promosyon tipleri algılanan kalite üzerinde farklı etkiler de yaratabilmektedir (Huang ve Cheng, 2013). Fiyat tüketici algısının şekillenmesinde özellikle de kalite bakış açısının değerlendirilmesinde önemli bir belirleyicidir (Dodds vd., 1991; Agarwal ve Teas, 2002). Parasal satış promosyonları da fiyatla doğrudan ilişkili olduğundan markanın kalitesinin olumsuz olarak algılanmasına sebep olabilir (Yoo vd., 2000; Buil vd., 2010). Parasal olmayan satış promosyonları ise parasal satış promosyonları **ile kıyaslandığında daha çok** hazsal fayda sağlamaktadır (Chandon vd., 2000). Bu durum parasal olmayan satış promosyonlarının markanın kalite algısına olumlu şekilde yansımaya yol açmaktadır (Palazón-Vidal ve Delgado-Ballester, 2005). Konuya ilişkin bütün bu bulgulardan yola çıkarak aşağıdaki hipotezlerin test edilmesinin literatüre bir katkı sunacağı düşünülmektedir:

**H<sub>1</sub>**. Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal satış promosyonuna ilişkin algıları, algılanan kaliteyi olumsuz yönde etkilemektedir.



**H<sub>2</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin algıları, algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilemektedir.

### **Marka Farkındalığı**

Marka farkındalığı “bir tüketici ya da alıcının bir markanın belirli bir ürün kategorisinin üyesi olduğunu tanıma veya hatırlama yeteneği” olarak tanımlanabilir (Aaker, 1991: 61). Bu tanım marka farkındalığının hem bilinirliğine hem de hatırlanmasına odaklanmaktadır. Marka bilinirliği tüketicilerin markayı daha önce görmesi veya duyması yoluyla markayı doğru şekilde ayırt etmelerini sağlarken, markanın tüketici zihninde oluşturulması ise markanın hatırlanmasını gerektirmektedir (Keller, 1993). Dolayısıyla marka farkındalığı tüketiciler için ürün satın alımında önemli bir rol oynarken, tüketicilerin markaya ilişkin yaptığı risk değerlendirmesi ile satın alma kararlarında da kontrol gücü yaratmaktadır (Malik vd., 2013). Bununla birlikte daha yüksek marka farkındalığı marka satın alma kararlarında etkili olabilir (Dodds vd., 1991; Grewal vd., 1998). Bu noktada marka farkındalığı, markaların pazar paylarındaki artışa ve marka sadakatine etki edebilmektedir.

Satış promosyonları markaların farkındalıklarında da önemli etkiler yaratmaktadır. Özellikle de satış promosyonları akılda kalıcılıkları sayesinde marka farkındalığına katkı sağlamaktadır (Han vd., 2019). Satış promosyonlarının yapılaş sıklığı ve uygulanma biçimi de tüketicilerin marka farkındalığını farklı etkileyebilir. Bu yönde yapılan çalışmalar satış promosyonlarının marka farkındalığı konusunda önemli etkileri olduğunu savunmaktadır (Yoo vd., 2000; Gil, Andrés, ve Salinas, 2007; Kim ve Hyun, 2011; Selvakumar ve Vikkraman, 2011; Buil vd., 2013; Karbasi ve Rad, 2014). Bilindiği üzere parasal satış promosyonları işlevsel, parasal olmayan satış promosyonları ise hazzal fayda yaratmaktadır (Chandon vd., 2000). Bu noktada parasal olmayan satış promosyonları marka farkındalığını yaratan unsurlar üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Papatla ve Krishnamurthi, 1996; Chu ve Keh, 2006). Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler önerilmektedir:

**H<sub>3</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal satış promosyonuna ilişkin algıları, marka farkındalığını olumlu yönde etkilemektedir.

**H<sub>4</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin algıları, marka farkındalığını olumlu yönde etkilemektedir.

Marka ederi kavramı dört boyuttan oluşmakla birlikte bu boyutlar 3 basamakta gelişmektedir (Solomon vd., 2002). Konecnik ve Gartner (2007)’a göre bu



aşamaların ilki tüketicide marka farkındalığının gelişimi ile başlamaktadır. İkinci aşamada marka farkındalığı tüketicide markaya ilişkin kalite algılarının ve marka çağrışımlarının gelişimine yol açmakta ve son aşamada ise marka sadakati ile süreç tamamlanmaktadır (Konecnik ve Gartner, 2007). Başlangıcı oluşturan marka farkındalığı, markayı diğerlerinden ayıran logo, ambalaj ve diğer tasarım özelliklerini kapsaması sebebiyle (Hoeffler ve Keller, 2002) tüketicide kalite algısını şekillendiren önemli bir unsurdur. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

**H<sub>5</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasına yönelik marka farkındalıkları, markanın algılanan kalitesini olumlu yönde etkilemektedir.

### Marka Çağrışımları

Marka çağrışımları "tüketiciin zihninde marka ile ilintili olan herşeydir" ve bu ilinti ne kadar çok deneyim ile sahip olunursa marka çağrışımı da o denli güçlü olacaktır (Aaker, 1991:109). Marka çağrışımı Keller (1993)'e göre üç şekilde gerçekleşebilir. Bunlar ürünün satın alınması ya da tüketimine nelerin dâhil olduğu ya da ürünü niteleyen özellikler; ürünün sağlayacağı işlevsel, deneyimsel ve sembolik faydalar ve markaya ilişkin tutumlardır (Keller, 1993). Bu noktada marka sadakati marka ederi bileşenlerinin tüketicide yarattığı sonuçtur.

Yapılan çalışmalar satış promosyonları ile marka çağrışımları arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir (Krishnan 1996; Keller 1998; Yoo vd., 2000). Satış promosyonlarının parasal ya da parasal olmayan şekilde uygulanmasına bağlı olarak marka çağrışımı üzerinde farklı sonuçlar yaratabilir (Chandon vd., 2000). Parasal satış promosyonları fiyat ile doğrudan ilişkili olduğundan marka imajını doğrudan etkilemektedir (Martínez vd., 2007). Bu noktada özellikle parasal satış promosyonları marka çağrışımlarının olumsuz olarak değerlendirilmesine yol açabileceği (Yoo vd., 2000; Buil vd., 2010) gibi, kısa süreli uygulanması durumunda ise tüketicide marka çağrışımı yaratmayabilir (Winer, 1986). Bununla birlikte parasal olmayan satış promosyonlarının marka çağrışımını olumlu şekilde etkilediğini ileri süren birçok çalışma vardır (Palazón-Vidal ve Delgado-Ballester, 2005; Montaner ve Pina, 2008). Parasal olmayan satış promosyonları doğrudan tüketicide düşük fiyat algısı yaratmadığından referans fiyata doğrudan etki etmeyebilir (Campbell ve Diamond, 1990). Bu da parasal olmayan satış promosyonlarının marka çağrışımları üzerinde olumsuz bir algı yaratmasına engel olabilir (Buil vd., 2000). Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler önerilmektedir:

**H<sub>6</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal satış promosyonuna ilişkin algıları, marka çağrışımını olumsuz yönde etkilemektedir.

**H<sub>7</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin algıları, marka çağrışımını olumlu yönde etkilemektedir.

Aaker (1991)'e göre marka farkındalığı ile başlayan süreci marka çağrışımları takip etmektedir. Bu noktada marka farkındalığının marka çağrışımları üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır (Aaker, 1991; Keller, 1993; Aaker, 1996; Keller ve Lehmann, 2003). Hatta marka farkındalığının marka çağrışımının öncülü olduğu ifade edilmektedir (Keller ve Lehmann, 2003). Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

**H<sub>8</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasına yönelik marka farkındalıkları marka çağrışımlarını olumlu yönde etkilemektedir.

### **Marka Sadakati**

Sadakat, tekrarlayan satın almalar anlamının yanısıra tercih edilen bir ürün ya da hizmeti gelecekte de yeniden desteklemek için derinden duyulan bağlılık anlamını taşımaktadır (Oliver vd., 1997). Marka sadakati ise tüketicilerin bir markaya olan bağlılıklarıdır (Aaker, 1991). Daha kapsamlı hali ile marka için olumlu tutum kendisini yeniden satın alma ile göstermekte ve bu da sadakat olarak tanımlanmaktadır (Keller, 1993). Tüketicilerin farklı markalar arasından yaptıkları tercihlerinde, zaman içerisinde yalnızca bir markayı seçmeleri ve tekrar satın alması, tekrar tercih etmesi ve markaya duyduğu bağlılık marka sadakati olarak ifade edilmektedir (Uzunkaya, 2016). Bununla birlikte marka sadakatini sadece tek bir markayı müşterinin odak noktasına yerleştiren yaklaşımlar da bulunmaktadır. Buna göre marka sadakati satın alma niyetinde ilgili markayı birincil tercihe yerleştiren ve bu doğrultuda o markaya duyulan sadakat eğilimi şeklinde de tanımlanabilir (Yoo ve Donthu, 2001; Pappu vd., 2006). Dolayısıyla marka sadakati tekrarlayan satın almaların yanı sıra tüketicinin marka ile duygusal bağlılık kurmasını da gerektirmektedir (Sirdeshmukh, 2002). Bu noktada marka sadakati tutumsal marka sadakati ve davranışsal marka sadakati olarak iki yapıda incelenebilir. Tutumsal marka sadakati markayı satın almaya ilişkin güçlü bir düşünce ve eğilime odaklanırken (Gounaris ve Stathakopoulos, 2004), davranışsal marka sadakati zaman içindeki tekrarlayan satın almalara odaklanmaktadır (Huang ve Zhang, 2008). Bu noktada marka sadakati, tüketicilerin deneyimledikleri bir markayı satın almaya devam etme eğilimi ve bu markaya yönelik beslediği olumlu tutum ve davranışlardır (Yılmaz, 2005).

Algılanan kalite marka sadakatinin şekillenmesinde önemli bir unsurdur (Aaker ve Keller, 1990) ve marka sadakati ile doğrudan ilişkilidir (Yoo vd, 2001). Bununla birlikte algılanan kalite ile sadakat arasındaki olumlu ya da olumsuz

ilişki yoluyla tüketicilerin kalite algıları marka sadakatini farklı yönde şekillendirmektedir (Judith ve Richard, 2002; Chi vd., 2009; Jinfeng ve Zhilong, 2009; Ha vd., 2009; Jinfeng ve Zhilong, 2009; Ha vd. 2011; Karbasi ve Rad, 2014). Bu noktada algılanan kalite marka genişlemeleri ve marka farklılaşmasındaki etkisi sayesinde (Pappu vd., 2005) tüketicilerin satın alma tercihlerinde belirleyici bir unsurdur (Su ve Chang, 2017). Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

**H<sub>9</sub>**, Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasına yönelik algıladıkları kalite marka sadakatini olumlu yönde etkilemektedir.

İşletmeler için rekabetçi iş koşullarında marka farkındalığının artırılması, marka ile tüketici arasındaki ilişkiyi kuvvetlendirmede önemli bir stratejidir. Dolayısıyla marka farkındalığı tüketicinin marka tercihlerini ve markaya yönelik sadakatini belirlemede önemli bir unsurdur (Su ve Chang, 2016). Bu noktada marka ederinin yaratılması sürecinin ilk basamağını oluşturan marka farkındalığı, tüketicilerin markaya ilişkin tekrarlayan satın almalarını ve markaya yönelik duygusal bağlılıklarını tetiklemektedir (Keller, 2003; Keller ve Lehmann, 2006). Buradan hareketle aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

**H<sub>10</sub>**, Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasına yönelik marka farkındalıkları marka sadakatini olumlu yönde etkilemektedir.

Marka çağrışımları tüketicinin marka hakkında aklına gelen tüm bağlantıları içermektedir. Bu noktada olumlu marka çağrışımlarının markaya ilişkin tüketici tutumlarını da olumlu sonuçlandırması beklenmektedir. Yapılan araştırmalar olumlu marka çağrışımlarının markaya yönelik bağlılıkla sonuçlandığına işaret etmektedir (Keller, 1993; Keller ve Lehmann, 2003; Pappu vd. 2005). Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

**H<sub>11</sub>**, Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasına yönelik marka çağrışımları marka sadakatini olumlu yönde etkilemektedir.

Marka sadakati ile satış promosyonu arasındaki ilişki de önemli bir göstergedir. Satış promosyonlarının ardından marka sadakati ancak ürüne rakip/benzer bir ürünün o üründen daha üstün olduğu algısı ortaya çıktığında gerçekleşebilir (Yoo vd. 2000). Bununla birlikte satış promosyon tipinin müşteri sadakati üzerindeki etkileri tartışılmaya devam etmektedir. Satış promosyon tipinin sadakat üzerinde olumlu (Grover ve Srinivasan, 1992) ve olumsuz etkileri (Winer, 1986; Rothschild, 1987) olduğu ve hiçbir önemi olmadığını (Neslin ve Shoemaker, 1989; Ehrenberg vd., 1994) savunan araştırmalar bulunmaktadır. Bununla birlikte satış promosyonları belirli aralıklar içinde yapılmasından ötürü kısa süreli marka değişikliklerine yol açar ve bu da sadakat üzerinde önemli bir etki yaratmayabilir (Gupta, 1988). Ayrıca satış promosyonları sadık

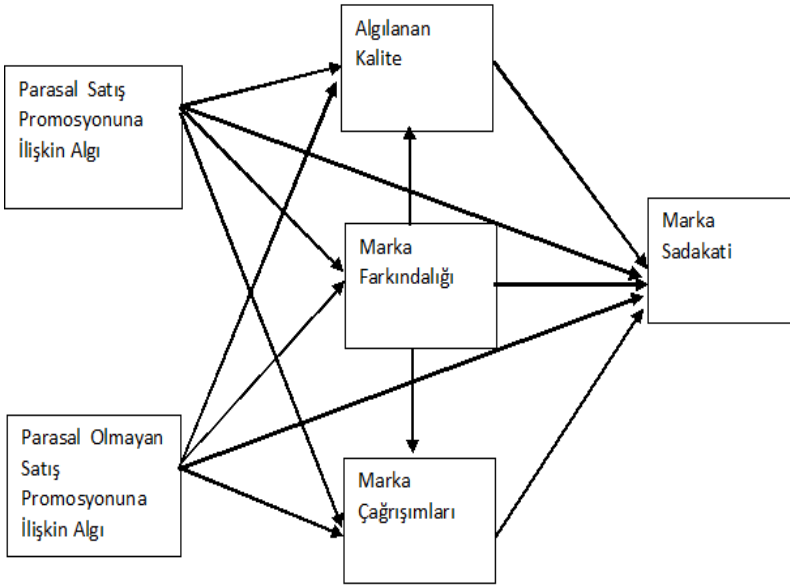
olmayan müşterilerin fiyat hasssiyetini arttırdığından (Mela vd., 1997) uzun dönemde kullanılması markaların yararına olmayabilir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler önerilmektedir:

**H<sub>12</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal satış promosyonuna ilişkin algıları marka sadakatini olumsuz yönde etkilemektedir.

**H<sub>13</sub>.** Tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasının uyguladığı parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin algıları, marka sadakatini olumlu yönde etkilemektedir.

Bu noktada araştırma modeli Şekil 1'deki gibidir:

**Şekil 1:** Araştırma Modeli



**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

## YÖNTEM

### Veri Toplama Yöntemi, Ölçekler, Örneklem

Araştırma nicel araştırma kapsamındadır. Araştırmada, on-line alışveriş yapan müşteri sayısının değişkenliği ve fazlalığı göz önünde bulundurulduğunda evreninin tamamına ulaşmanın mümkün olmaması sebebiyle tesadüfi olmayan örnekleme yöntemleri arasından kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak ise anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma için tasarlanan anketin birinci bölümü tüketicilerin değerlendirdik-

leri on-line perakende markasını, bu markanın uyguladığı parasal ve parasal olmayan satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarını ve bu markaya yönelik tüketicilerin marka farkındalığı, markanın algılanan kalitesi, marka çağrışımları ile marka sadakatini ölçmeye yönelik ifadeleri içermektedir. Anketin ikinci bölümü ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeleri içermektedir. Anketteki ölçek ifadeleri geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış geçmiş çalışmalardan alınmıştır. Anket son haline getirilmeden önce alan uzmanlarından da görüş alınmış ve 30 kişilik bir katılımcı grubuna pilot uygulaması yapılmıştır. Ankette yer alan on-line perakende işletmesine yönelik marka farkındalığı, algılanan kalite, marka çağrışımları, marka sadakati ve uygulanan satış promosyonlarına yönelik ifadeler 6 alt bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler parasal satış promosyonuna ilişkin algıları (3), parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin algıları (3), algılanan kalite (4), marka farkındalığı (5), marka çağrışımları (3) ve marka sadakatine (3) ilişkin toplam 21 ifadeyi içermektedir. Parasal ve parasal olmayan satış promosyonuna yönelik ölçek ifadeleri ile marka sadakati ölçek ifadeleri Yoo vd. (2000)'nin çalışmasından, algılanan kalite Pappu vd. (2005, 2006)'nin çalışmasından, marka farkındalığı Yoo vd. (2000) ve Netemeyer vd. (2004)'in çalışmalarından, marka çağrışımları Yoo ve Donthu (2001)'nin çalışmasından alınmıştır. Ankette yer alan ifadeler 5' li Likert ölçeği ile ölçümlenmiştir (1: Kesinlikle Katılmıyorum,..... 5: Kesinlikle Katılıyorum).

Araştırma verileri Ankara' da yaşayan 479 kişinin katılımı ile Eylül 2019- Kasım 2019 tarih aralığında yüz yüze anket tekniği ile elde edilmiştir. Anket 2020 yılı öncesi süreçte gerçekleştirildiğinden etik kurul izni alınmamıştır. Veri kontrolünde hatalı/eksik yanıt veren 27 katılımcının anket formu elenmiş ve kalan 452 katılımcı ile analize devam edilmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri ve değerlendirdikleri on-line perakende mağaza bilgileri Tablo 1'de gösterilmiştir. Buna göre örneklem; %55,7'si 26-40 yaş aralığında, %54,6'sı kadın, %37,2'si lisans mezunu, %27,3'ü kamu çalışanı, %41,6'sı 3001-4000 TL aylık gelire sahip katılımcılardan oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların %29,4 ü hepsiburada, %29,4'ü N11.com, %27,2'si trendyol, %10,2'si 'gittigidiyor' ve %3,8'i diğer online perakende alışveriş markalarını değerlendirmişlerdir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Bilgileri ve Değerlendirdikleri Marka

Online perakende alışveriş markası	Yaş		Cinsiyet				
	sıklık	%	sıklık	%			
Hepsi burada	133	29,4	18-25 yaş	126 27,8	Kadın	247	54,6
N11.com	133	29,4	26-40 yaş	252 55,8	Erkek	205	45,4
Trendyol	123	27,2	41-62 yaş	63 14,0			
Gitti gidiyor	46	10,2	62 yaş üstü	11 2,4			
Diğer	17	3,8					

Eğitim	Meslek		Aylık gelir				
	sıklık	%	sıklık	%			
İlköğretim	31	6,9	Kamu çalışanı	123 27,3	0-2000 TL	53	11,7
Lise ve dengi okul	101	22,3	İşveren	35 7,7	2001-3000 TL	131	29
Yüksekokul	133	29,4	Öğrenci	46 10,1	3001-4000 TL	188	41,6
Lisans	168	37,2	İşçi	88 19,5	4001-5000 TL	25	5,5
Lisansüstü	19	4,2	Özel sektör beyaz yakalı	99 22	5000 TL üstü	55	12,2
			Emekli	13 2,8			
			Ev hanımı	25 5,5			
			Diğer	23 5,1			

## Analiz ve Bulgular

Araştırmaya verileri çeşitli aşamalarda analiz edilmiştir. Öncelikle modeli oluşturan ölçek ifadelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri kontrol edilmiş ve Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Analiz sonucunda verinin normal dağılım içinde yer aldığı ve her ifadenin kendine ait faktörlere yüklendiği ve faktör yüklerinin 0,60'ın üzerinde olduğu görülmüştür. Ardından ölçüm modelinin gerekli şartları taşıyıp taşımadığının test edilmesi amacıyla modeldeki gizil değişkenlere Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmış ve modelinin ölçme modeli test edilmiştir. Değişkenler ve hipotezler arasındaki ilişkiyi test etmek için değişkenler arası korelasyon analizi yapıldıktan sonra veriye YEM (Yapısal Eşitlik Modeli) uygulanmıştır. Araştırmada analizler Smart PLS programı aracılığıyla yapılmıştır. Regresyonun tekrarlamalı bir kombinasyonuna dayanan PLS Temel Bileşenler Analizi ile modeldeki yapıların değişiminin açıklanması amaçlanmıştır (Chin, 1998).

## Doğrulayıcı Faktör Analizi

DFA ile altı gizil değişken ve toplam 21 göstergeden oluşan bir ölçüm modeli değerlendirilmiştir. Analizde ilk olarak normal dağılım kontrol edilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerleri, veri dağılımının normalliği hakkında bilgi sağlayan istatistiklerdir ve -2 ve +2 arasında olduğunda veri dağılımı normaldir (George ve Mallery, 2010). Modelde yeralan tüm değişkenler için çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasındadır. Bu da modelde yeralan değişkenler için normallik varsayımının karşılanabildiğine işaret etmektedir.

Araştırma amacına yönelik oluşturulan modelin araştırma verisi ile ne düzeyde örtüştüğünü anlamak için uyum indeksleri değerlendirilmiştir. SmartPLS programı ile NFI ve SRMR değerleri ile elde edilmiştir. Ulaşılan NFI (0,92) ve SRMR (0,062) değerleri modelin kabul edilebilir uyumuna işaret etmektedir (Kline, 1998). Bu veriler ışığında veri setinin teorik ölçüm modelini desteklediği düşünülmektedir.

Birinci düzey değişkenlerin, üst düzey faktör yapısına dönüştürülmesinde iç tutarlılık (Cronbach'alpha- $\alpha$ ) değeri kriter alınmaktadır (Brakus, Schmitt ve Zarantonello, 2009). Bununla birlikte çalışmada ortalama açıklanan varyans (Average Variance Extracted- AVE) ve yapı güvenilirliği (Composite Reliability-CR) değerleri de DFA kapsamında kontrol edilerek Tablo 2'de gösterilmiştir. Buna göre ölçeklerin güvenilirlikleri 0,843 ile 0,906 arasında olup, kabul edilebilir değer olan 0,70'den büyüktür. Bu da kompozit güvenilirlik için önemli bir kanıttır (Hair vd., 2014) ve ölçeklerin kabul edilebilir güvenilirlik derecesinde olduğuna işaret etmektedir (Bagozzi ve Yi, 1988). Yakınsak geçerliliğini kontrol etmek için son olarak her bir ölçek için AVE değerleri kontrol edilmiştir. Buna göre tüm ölçeklerin AVE değerleri kabul edilebilir minimum değer olan 0,50'nin üzerinde olduğundan, ölçeklerin AVE değeri, değişkenlerin faktör yükleri ve ölçeğin Cronbach  $\alpha$  değerlerinin uygunluğu sonucunda modelin yakınsak geçerliliği de teyit edilmiştir (Hair vd., 2014).

**Tablo 2:** Ölçek İfadelerine İlişkin DFA Sonuçları

Değişkenler	İfade sayısı	Faktör yükleri	AVE	CR	KMO	Cronbach's Alpha
Parasal Satış Promosyonuna İlişkin Algı	3	0,872-0,933	0,822	0,933	0,712	0,891
Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı	3	0,872-0,909	0,798	0,922	0,721	0,874
Marka Farkındalığı	5	0,797-0,869	0,716	0,926	0,872	0,901
Algılanan Kalite	4	0,860-0,899	0,781	0,934	0,845	0,906
Marka Çağrışımları	3	0,876-0,915	0,804	0,925	0,73	0,878
Marka Sadakati	3	0,846-0,885	0,761	0,905	0,723	0,843

p < 0,01



Yakınsak geçerliliğin sağlanmasının ardından, bir boyutun diğer boyutlardan ne kadar ayırt edilebileceğini incelemek amacıyla ayırt edici geçerlilik incelenmiştir. Ayırt edici geçerliliğin sağlanması için bir boyut için ortalama artık varyansın kare kökünün bu boyut ile diğer boyutlar arasındaki korelasyonun karesinden büyük olması gerekmektedir (Cooper ve Zmud, 1990). Analiz sonucu elde edilen değerler Tablo 3’de gösterilmiştir. Buna göre matris içerisinde köşegendeki değerler her bir boyut için varyansın ortalama karesini gösterirken, köşegenin dışındaki değerler, boyutların diğer boyutla korelasyon değerlerinin karesini göstermektedir. AVE değerlerinin karekökü korelasyonların karesinden büyük elde edilmiştir ve bu durumda ayırt edici geçerlilik sağlanmıştır.

**Tablo 3: Ayırt Edici Geçerlilik Analizi**

	Algılanan Kalite	Marka Farkındalığı	Marka Sadakati	Marka Çağrışımları	Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı	Parasal Satış Promosyonuna İlişkin Algı
Algılanan Kalite	0,884					
Marka Farkındalığı	0,719	0,846				
Marka Sadakati	0,761	0,531	0,872			
Marka Çağrışımları	0,763	0,633	0,715	0,897		
Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı	0,568	0,558	0,475	0,458	0,893	
Parasal Satış Promosyonuna İlişkin Algı	0,551	0,624	0,419	0,500	0,730	0,907
AVE	0,781	0,716	0,761	0,804	0,798	0,822

### Hipotezlerin test edilmesi: Yapısal Eşitlik Modeli

YEM’ e geçmeden önce modelin uyum değerleri incelenmiştir. Buna göre kurulan yol analizi modeline ilişkin uyumluluk indeksleri (NFI=0,950, SRMR=0,059) elde edilmiştir. Modelin uyum kontrolü için NFI ve SRMR değerlerinin yanı sıra d\_ ULS ve d\_ G değerleri de incelenmiştir. Modelin iyi uyum sağlaması için güven aralığının üst sınırı, d\_ ULS ve d\_ G tam uyum kriterlerinin orijinal değerinden daha büyük olması gereklidir. Bu nedenle güven aralığının üst sınırı % 95 veya % 99 olarak seçilir. Modelin korelasyon matrisi ile ampirik korelasyon matrisi arasındaki fark istatistiksel olarak anlamsız ( $p>0,05$ ) olduğunda modelin uygun olduğu ifade edilir. d\_ ULS ve d\_ G tam uyum kriterleri için hesap-

lanan 2.772 ile 1.925 değerleri ise  $p > 0,05$  çıkmıştır. Ki-kare değeri ise 934.690 çıkmıştır. Bu noktada modelin iyi uyum sağladığı görülmektedir (Kline, 1998). Değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı ile incelenmiştir. Bu yöntem, değişkenlerin sürekli ve örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu durumlarda veriler arasındaki ilişkiyi incelemek için kullanılan parametrik bir yöntemdir ( $n > 30$ ). Tüm değişkenler arasındaki ilişki % 99 güven aralığında istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p < 0,01$ ) ve tüm korelasyon değerleri pozitiftir. Yapısal eşitlik modellerinde ve regresyondaki önemli varsayımlardan biri, öngörülen değişkenler ile öngörücü değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olması gerektirir. Sonuçlar Tablo 4'de gösterilmektedir. Buna göre değişkenler arasındaki en yüksek ilişki algılanan kalite ile marka sadakati arasındadır ve korelasyon katsayısı  $r = 0,758$ ' dir.

**Tablo 4:** Değişkenler Arasındaki Korelasyon

	Parasal Satış Promosyonuna İlişkin Algı	Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı	Algılanan Kalite	Marka Farkındalığı	Marka Çağrışımları	Marka Sadakati
Parasal Satış Promosyonuna İlişkin Algı	1					
Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı	0,724**	1				
Algılanan Kalite	0,547**	0,566**	1			
Marka Farkındalığı	0,622**	0,556**	0,714**	1		
Marka Çağrışımları	0,499**	0,456**	0,744**	0,630**	1	
Marka Sadakati	0,410**	0,473**	0,758**	0,518**	0,713**	1

\*\* $p < 0,01$

Bağımsız değişkenler arasında yüksek ilişkilerin ortaya çıkması çoklu bağlantı sorununun işareti olabilir. Bu nedenle Tolerans ve VIF değerleri kontrol edilmiştir. Tolerans değerinin 0,10'dan düşük ve VIF değerinin 10'dan büyük olması çoklu bağlantı olduğunu gösterir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Ulaşılan sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir. Tablo 5'e göre çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.



satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarından algılanan kaliteye olan regresyon katsayısı 0,227 olup, istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=4,306$ ,  $p<0,01$ ). Parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketicinin algılanan kalite değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, algılanan kalite değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarında 0,227 birimlik artış yaratmaktadır. Bu sonuç doğrultusunda  $H_2$  desteklenmektedir.

**Tablo 6:** Standartlaştırılmış Parametre Kestirimleri ve Anlamlılık Değerleri

Hipotez	İlişki	parametre	t	P	R <sup>2</sup>	Hipotez
H <sub>1</sub>	Parasal Promosyonlar -> Algılanan Kalite	0,026	0,475	0,635		Desteklenmemektedir
H <sub>2</sub>	Parasal Olmayan Promosyonlar -> Algılanan Kalite	0,227	4,306	<b>0,000*</b>		Desteklenmektedir
H <sub>5</sub>	Marka Farkındalığı -> Algılanan Kalite	0,575	14,284	<b>0,000*</b>	<b>0,557</b>	Desteklenmektedir
H <sub>3</sub>	Parasal Promosyonlar -> Marka Farkındalığı	0,463	7,135	<b>0,000*</b>		Desteklenmektedir
H <sub>4</sub>	Parasal Olmayan Promosyonlar -> Marka Farkındalığı	0,221	3,467	<b>0,001*</b>	<b>0,412</b>	Desteklenmektedir
H <sub>6</sub>	Parasal Promosyonlar -> Marka Çağrışımları	0,119	1,796	0,073		Desteklenmemektedir
H <sub>7</sub>	Parasal Olmayan Promosyonlar -> Marka Çağrışımları	0,085	1,630	0,103		Desteklenmemektedir
H <sub>8</sub>	Marka Farkındalığı -> Marka Çağrışımları	0,512	10,387	<b>0,000*</b>	<b>0,423</b>	Desteklenmektedir
H <sub>9</sub>	Algılanan Kalite -> Marka Sadakati	0,538	9,080	<b>0,000*</b>		Desteklenmektedir
H <sub>10</sub>	Marka Farkındalığı -> Marka Sadakati	-0,094	1,879	0,061		Desteklenmemektedir
H <sub>11</sub>	Marka Çağrışımları -> Marka Sadakati	0,349	5,816	<b>0,000*</b>		Desteklenmektedir
H <sub>12</sub>	Parasal Promosyonlar -> Marka Sadakati	-0,083	1,650	0,099		Desteklenmemektedir
H <sub>13</sub>	Parasal Olmayan Promosyonlar -> Marka Sadakati	0,122	2,475	<b>0,013*</b>	<b>0,633</b>	Desteklenmektedir

Marka farkındalığından algılanan kaliteye olan regresyon katsayısı 0,575 olup, istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=14,284$ ,  $p<0,05$ ). Marka farkındalığının algılanan kalite değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup algılanan kalite değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, marka farkındalığında 0,575 birimlik artış yaratmaktadır. Buna göre  $H_5$  desteklenmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda algılanan kaliteye ilişkin regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

$$\text{Algılanan Kalite} = 0,227 * \text{Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı} + 0,575 * \text{Marka Farkındalığı}$$

Satış promosyonlarına ilişkin tüketici algıları ile marka farkındalığı arasındaki ilişki incelendiğinde parasal satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarından marka farkındalığına olan regresyon katsayısı 0,463 olup istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=7,135$ ,  $p<0,05$ ). Parasal satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının marka farkındalığı değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, marka farkındalığı değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, parasal promosyona ilişkin tüketici algılarında 0,463 birimlik artış yaratmaktadır. Bu sonuç doğrultusunda  $H_3$  desteklenmektedir. Parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarından marka farkındalığına olan regresyon katsayısı 0,221 olup istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=3,467$ ,  $p<0,05$ ). Parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının marka farkındalığı değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, marka farkındalığı değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarında 0,221 birimlik artış yaratmaktadır. Buna göre  $H_4$  desteklenmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda marka farkındalığına ilişkin regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

$$\text{Marka Farkındalığı} = 0,221 * \text{Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı} + 0,463 * \text{Parasal Satış Promosyonuna İlişkin Algı}$$

Değişkenlerin marka çağrışımlarına etkisi incelendiğinde parasal satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarından marka çağrışımlarına olan regresyon katsayısı 0,119 olup istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $t=1,796$ ,  $p>0,05$ ). Bu nedenle  $H_6$  desteklenmemektedir. Parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarından marka çağrışımlarına olan regresyon katsayısı 0,085 olup istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $t=1,630$ ,  $p>0,05$ ). Bu nedenle  $H_7$  desteklenmemektedir. Bununla birlikte marka farkındalığından marka çağrışımlarına olan regresyon katsayısı 0,512 olup istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=10,387$ ,  $p<0,05$ ). Marka farkındalığının marka çağrışımları değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, marka çağrışımları değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, marka farkındalığında 0,512 birimlik artış yaratmaktadır. Buna göre  $H_8$  desteklenmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda marka çağrışımlarına ilişkin regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

Marka Çağrışımları= 0,512\*Marka Farkındalığı

Marka sadakatine diğer değişkenlerin etkisi incelendiğinde algılanan kaliteden marka sadakatine olan regresyon katsayısı 0,538 olup istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=9,080$ ,  $p<0,05$ ). Algılanan kalitenin marka sadakati değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, marka sadakati değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, algılanan kalitede 0,538 birimlik artış yaratmaktadır. Bu sonuç doğrultusunda  $H_9$  desteklenmektedir. Marka farkındalığından marka sadakatine olan regresyon katsayısı -0,094 olup, istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $t=1,879$ ,  $p>0,05$ ). Bu nedenle  $H_{10}$  desteklenmemektedir. Marka çağrışımlarından marka sadakatine olan regresyon katsayısı 0,349 olup, istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=5,816$ ,  $p<0,05$ ). Marka çağrışımlarının marka sadakati değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, marka sadakati değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, marka çağrışımlarında 0,349 birimlik artış yaratmaktadır. Bu sonuç doğrultusunda  $H_{11}$  desteklenmektedir. Parasal satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarından marka sadakatine olan regresyon katsayısı -0,083 olup istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $t=1,650$ ,  $p>0,05$ ). Bu nedenle  $H_{12}$  desteklenmemektedir. Parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının marka sadakatine olan regresyon katsayısı 0,122 olup istatistiksel olarak anlamlıdır ( $t=2,475$ ,  $p<0,05$ ). Parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının marka sadakati değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, marka sadakati değişkeninde sağlanacak bir birimlik artış, parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarında 0,122 birimlik artış yaratmaktadır. Buna göre  $H_{13}$  desteklenmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda marka sadakatine ilişkin regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

Marka Sadakati= 0,122\*Parasal Olmayan Satış Promosyonuna İlişkin Algı + 0,538\*Algılanan Kalite + 0,349\*Marka Çağrışımları

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde on-line alışverişin yarattığı alışveriş kolaylığı, zaman tasarrufu ve maliyet fırsatları gerek tüketicileri gerekse markaları on-line alışverişe yönlendirmektedir. Türkiye’de on-line alışveriş her geçen gün artmakta ve markalar gerek kendi alışveriş sitelerinde, gerekse on-line perakende mağazalarında ürünlerini tüketicilerin beğenisine sunmaktadırlar. On-line alışveriş markaları da bu yoğun rekabette hayatta kalabilmek ve müşteri sadakati yaratabilmek için satış promosyonlarına ve marka ederi yaratma çabalarına yönelmektedirler. Buradan hareketle araştırmada tüketicilerin online perakende alışveriş markalarının uyguladığı satış promosyonları ile ilişkili olarak marka ederine ve marka sadakatine yönelik tutumları incelenmiştir. Bu noktada ulaşılan sonuç parasal satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarının marka farkında-

lığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu, parasal olmayan satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarının ise algılanan kalite, marka farkındalığı ve marka sadakati üzerinde olumlu etkiye sahip olduğudur. Parasal satış promosyonlarına ilişkin tüketici algıları ile algılanan kalite, marka çağrışımları ve marka sadakati arasında herhangi bir ilişki bulunmamaktadır.

Çalışmanın başlangıç noktasını satış promosyonlarının algılanan kalite üzerindeki etkisinin araştırılması oluşturmaktadır. Ulaşılan sonuç on-line perakende markasının uyguladığı satış promosyon yöntemlerinin markanın algılanan kalitesi üzerinde farklı etkiler yarattığıdır. Parasal satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının markanın algılanan kalitesi üzerinde bir etkisi olmazken, parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algıları markanın algılanan kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Bunun en önemli nedeninin ise parasal satış promosyonlarının tüketici bakış açısında ürünün kalitesine yönelik olumsuz düşüncelere yol açabileceği olduğu düşünülmektedir. Tüketiciler genel yargıya paralel olarak özellikle parasal promosyon uygulandığında bazı ürünlerin satılabileceğini ya da düşük ürün kalitesi kaynaklı parasal satış promosyonu uygulandığını düşünmüş olabilirler. Araştırma sonuçları Yapraklı ve Can (2009), Buil vd. (2013), Lång (2013), Karbasi ve Rad (2014)'ün araştırma sonuçları ile benzerlik gösterirken, Yoo vd. (2000), Buil vd. (2010), Selvakumar ve Vikkraman (2011)'in çalışmalarından farklı sonuçlara ulaşmıştır. Araştırmada incelenen diğer bir boyut satış promosyonlarının marka farkındalığı üzerindeki etkisidir. Analiz sonuçları on-line alışveriş markasının uyguladığı parasal ve parasal olmayan satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarının marka farkındalığını olumlu etkilediğini göstermektedir. Satış promosyonları ister parasal ister parasal olmayan boyutta olsun markaya karşı tüketici dikkatini çekerek, diğer on-line perakende markalar arasında o markaya yönelik farkındalık yaratmaktadır. Bu noktada ulaşılan sonuç Gil vd., (2007), Yapraklı ve Can (2009), Kim ve Hyun (2011), Selvakumar ve Vikkraman (2011), Buil vd. (2013), Karbasi ve Rad (2014), Daosue ve Wanarat (2019)'ün sonuçları ile paralellik göstermektedir. Yoo vd. (2000) ise araştırmasında farklı olarak satış promosyonlarına yönelik tüketici algılarının marka farkındalığı üzerinde negatif etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Marka ederini oluşturan diğer bir unsurun da marka çağrışımları olduğundan hareketle araştırmada satış promosyonlarının marka çağrışımları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçları on-line perakende alışveriş markalarının uyguladığı parasal ve parasal olmayan satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarının marka çağrışımları üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu noktada satış promosyonları tüketicilerin markayı diğer markalardan ayırt etmesine ve alışveriş ihtiyacında ilk akla gelen marka olma ihtimalini güçlendirmesine rağmen, markanın görselliği hakkında tüketicide bir fikir oluşturmaya, yerleş-



tirmeye ya da markanın görselliğini tüketicinin zihninde tekrar tekrar canlandırmaya etki etmemektedir. Ulaşılan bu sonuç Yapraklı ve Can (2009), Buil vd. (2010)'nin çalışması ile paralellik göstermektedir. Yoo vd (2000)'nin çalışması satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarının markanın çağrışımları üzerinde negatif etkisi olduğunu gösterirken Selvakumar ve Vikkraman (2011)'nin çalışması ise satış promosyonlarına ilişkin tüketici algıları ile marka çağrışımı arasında pozitif ilişki olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte parasal satış promosyonlarına ilişkin tüketici algılarının marka çağrışımı üzerinde olumlu etkisi olduğuna (Kim ve Hyun, 2011; Karbasi ve Rad, 2014); parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının marka çağrışımı üzerinde daha pozitif etkiye sahip olduğuna (Palazón-Vidal ve Delgado-Ballester, 2005; Chattopadhyay vd. 2010; Karbasi ve Rad, 2014) işaret eden araştırmalar da bulunmaktadır. Satış promosyonları ile ilgili olarak araştırmada ayrıca satış promosyonlarının marka sadakatine etkisi de araştırılmıştır. Araştırma sonuçları on-line perakende markasının uyguladığı parasal satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının marka sadakati üzerinde bir etkisinin olmadığını, parasal olmayan satış promosyonuna ilişkin tüketici algılarının ise marka sadakatini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu noktada parasal olmayan satış promosyonlarının tüketici bakış açısında markanın yarattığı olumlu algıyı güçlendirerek, sadakat programı etkisi yarattığı ve müşteri sadakatini geliştirdiğine işaret etmektedir. Ulaşılan bu sonuç Gupta (1988), Grover ve Srinivasan (1992) ve Selvakumar ve Vikkraman (2011)'in sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Araştırma kapsamında marka farkındalığının markanın algılanan kalitesi ve marka çağrışımlarına etkisi de incelenmiştir. Araştırma sonuçları tüketicilerin on-line alışveriş markasına yönelik marka farkındalıklarının, markanın algılanan kalitesini ve marka çağrışımlarını olumlu yönde etkilediğine işaret etmektedir. Tüketiciler on-line alışveriş deneyimlerinde markanın farkında olduklarında ve dikkatleri çeşitli girişimlerle markaya çekildiğinde markanın da kalitesine yönelik olumlu düşünceler geliştirmektedirler. Bununla birlikte marka farkındalığı tüketicilerin markaya yönelik kavramları zihinlerine yerleşmelerine ve hatırlanma süreçlerine olumlu katkıda bulunmaktadır. Bu sonuç Dodds vd.(1991), Grewal vd. (1998), Lin (2006), Chi vd. (2009) Buil vd. (2010) ve Läng (2013)'in ulaştığı sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Araştırmada son olarak incelenen boyut marka sadakatinin öncülleridir. On-line perakende markasının algılanan kalitesine yönelik tutumların marka sadakati üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Markaya yönelik kalite ne kadar yüksekse müşterilerin o markaya yönelik sadakat tutumları da o ölçüde yüksek olacaktır. Bu sonuç Judith ve Richard (2002), Yapraklı ve Can (2009), Chi vd. (2009), Jinfeng ve Zhilong (2009), Tam (2011), Nyugen vd. (2011), Hong-Youl ve Kang-Hee (2012), Hameed (2013), Läng (2013) Karbasi ve Rad (2014)

ve Salim vd. (2015)'nin çalışmaları ile benzerlik gösterirken, Bravo vd. (2007), Buil vd., (2010) ve Su ve Chang (2017)'in çalışmasından farklılaşmaktadır. Alınan kalitenin yanı sıra tüketicilerin on-line perakende alışveriş markasına yönelik marka çağrışımları, marka sadakatini olumlu yönde etkilemektedir. Ulaşılan bu sonuç Buil vd. (2010), Buil vd. (2013) ve Karbasi ve Rad (2014)'in ulaştığı sonuçlar ile paraleldir. Bununla birlikte Yapraklı ve Can (2009)'ın çalışması marka çağrışımlarının marka sadakati üzerinde etkisi olmadığına işaret etmektedir. Marka ederinin diğer bir boyutu olan marka farkındalığının ise marka sadakati üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmektedir. Markanın tüketicinin dikkatini çekme girişimlerinin başarılı olması sayesinde tüketicilerde marka farkındalığı yaratılmaktadır. Ancak marka farkındalığının yaratılması tek başına tüketicilerin markaya yönelik sadakat geliştirmesine yeterli olmamaktadır. Araştırma kapsamında ölçülmeyen ancak tüketici zihninde gelişmiş olabilecek ürün kalitesine ya da marka güvenine ilişkin endişelerin sadakat gelişimini engellemiş olabileceği düşünülmektedir. Bu noktada on-line perakende markasına yönelik marka sadakati tüketicinin marka farkındalığından bağımsız gelişmektedir. Ulaşılan bu sonuç Salim vd. (2015)'nin çalışması ile benzerlik gösterirken, Yapraklı ve Can (2009), Chi vd. (2009), Su ve Chang (2017)'in ulaştığı sonuçlar marka farkındalığının marka sadakati üzerinde etkili olduğuna işaret etmektedir.

Günümüzde on-line tüketimin ulaştığı boyutlar düşünüldüğünde tüketici temelli marka ederini oluşturmak ve marka sadakati yaratmak için markalara şu önerilerde bulunulabilir:

- Marka farkındalığı yaratmak için satış promosyonlarının her şekli etkilidir. Dolayısıyla markanın pazara ilk giriş aşamasında ya da yeni müşterilere ulaşma çabasında satış promosyonları marka farkındalığına katkı sağlayacaktır.
- Marka ederine giden yolda markanın kalite algısı önemlidir. Satış promosyonlarının ürün kalitesine yönelik olumsuz algılara yol açmaması için marka ile olan deneyimlerine göre tüketicilere farklı satış promosyonu uygulamaları yapılabilir. Markanın müşterisinin yaşam evresine ve deneyimlerine göre satış promosyonu tasarlanması on-line platformlarda daha kolaydır. Bu noktada müşterinin içinde bulunduğu marka ederi evresine göre ayrı satış promosyonları hazırlanmalıdır.
- On-line perakende markalarının tüketicide markaya yönelik farkındalık geliştirmesi, markanın ürünlerine ilişkin kalite algısını da olumlu etkileyeceğinden özellikle satış promosyonları ile marka farkındalığı desteklenmelidir.

- On-line perakende markaları müşterilerinde markalarına yönelik yarattıkları farkındalığı marka sadakati geliştirmek için de kullanımlıdır. Çünkü marka farkındalığı müşteri zihninde markayı görsel anlamda desteklediğinden müşteri alışverişinde de o markanın tercih edilme olasılığını arttırabilir. Bunu başarabilmek içinse markaların ürün kalitesinden taviz vermemeleri gerekmektedir.
- On-line platformdaki markaların müşteri odaklı yaklaşımları mevcut müşterilerinin sadakatinin yanı sıra yeni müşteriye giden yolda da önemli bir anahtar olacaktır.
- Tüm bunları gerçekleştirebilmek içinse içinde bulunduğumuz dijital dönüşüm çağında markanın esnek ve değişime ayak uydurabilecek inovatif bir yaklaşımla yönetilmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Macmillan.
- Aaker, D.A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Aaker, D.A. ve Keller, K.L. (1990). Consumer Evaluations of Brand Extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-42.
- Agarwal, S. ve Teas, R.K. (2002). Cross-National Applicability of a Perceived Quality Model. *The Journal of Product and Brand Management*, 11(4/5), 213-236.
- Ahmad, F. ve Guzmán, F. (2020). Brand equity, online reviews, and message trust: the moderating role of persuasion knowledge. *Journal of Product & Brand Management*.
- Ailawadi, K.L., Neslin, S.A. ve Lehmann, D.R. (2003). Revenue Premium as an Outcome Measure of Brand Equity. *Journal of Marketing*, 67(4), 1-17.
- Alvárez-Alvárez, B., ve Vázquez-Casielles, R. (2005). Consumer Evaluations of Sales Promotion: The Effect on Brand Choice. *European Journal of Marketing*, 39(1/2), 54-70.
- Bagozzi, R. P. ve Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bawa, K. ve Shoemaker, R.W. (1987). The Effects of a Direct Mail Coupon on Brand Choice Behavior. *Journal of Marketing Research*, 24, 370-6
- Beatty, Sharon E. ve Lynn, R. Kable, (1988). Alternative Hierarchies of the Attitude-Behavior Relationship: The Impact of Brand Commitment and Habit?, *Journal of Academic Marketing Science*, 16 (Summer), 1-10.
- Bendixen, M., Bukasa, K.A. ve Abratt, R. (2003). Brand Equity in the Business to Business Market. *Industrial Marketing Management*, 33, 371-380
- Blattberg, R.C. ve Neslin, S.A. (1990). *Sales Promotion Concepts, Methods, and Strategies*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H. ve Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty?. *Journal of Marketing*, 73(3): 52-68.
- Bravo, R., Fraj, E. ve Martínez, E. (2007). Family s A Source of Consumer-Based Brand Equity. *Journal of Product and Brand Management*, 16(3), 188-199.
- Buil, I., de Chernatony, L. ve Martínez, E. (2013). Examining The Role of Advertising and Sales Promotions in Brand Equity Creation. *Journal of Business Research*, 66(1), 115-122.
- Calvo-Porrá, C., Martínez-Fernández, V. A., Juanatey-Boga, O. ve Lévy-Mangín, J. P. (2013). What Matters to Store Brand Equity? An Approach to Spanish Large Retailing in A Downturn Context. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(3), 136-146.

- Campbell, L. Ve Diamond, W. (1990). Framing and Sales Promotions: The Characteristics of A "Good Deal." *The Journal of Consumer Marketing*, 7(4), 25-31.
- Chandon, P. Wansink, B. Ve Laurent, G. (2000). A Benefit Congruency Framework of Sales Promotion Effectiveness. *Journal of Marketing*, 64 (4), 65-81
- Chattopadhyay, T., Dutta, R. N. ve Sivani, S. (2010). Media Mix Elements Affecting Brand Equity: A Study of the Indian Passenger Car Market. *IIMB Management Review*, 22(4), 173-185.
- Chin, W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Marcoulides, G.A. (Ed.). *Modern Methods for Business Research* (295-336). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Chu, S. and Keh, H.T. (2006). Brand Value Creation: Analysis of the Interbrand-Business Week Brand Value Rankings. *Marketing Letters*, 17, 323-331.
- Cooper, R. B. ve Zmud, R. W. (1990). Information Technology Implementation Research: A Technological Diffusion Approach. *Management Science*, 36 (.2),123-139.
- Daosue, C. ve Wanarat, S. (2019). The Effects of Advertising and Sales Promotion on Brand Awareness for a Food Product Brand in Wholesale Shops Bangkok and Metropolitan Areas. *ABAC Journal*, 39 (1), 57-75.
- DelVecchio, D., Henard, D.H. ve Freling, T.H. (2006). The Effect of Sales Promotion on Post-Promotion Brand Preference: A Meta-Analysis. *Journal of Retail*, 82(3), 203-13.
- Dodds, W. B., Kent, B. M., ve Dhruv, G. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluation. *Journal of Marketing Research*, 28, 307-319.
- Ehrenberg, A., Hammond, K. ve Goodhardt, G. (1994). The after-effects of price related consumer promotions. *Journal of Advertisement Research*, 34(4), 11-21.
- Gounaris, S. ve Stathakopoulos, V. (2004). Antecedents and consequences of brand loyalty: an empirical study. *Brand Management*, 11(4), 283- 306.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update*. Boston: Pearson.
- Gil, R. B., Andrés, E. F. Ve Salinas, E. M. (2007). Family as a Source of Consumer-Based Brand Equity. *Journal of Product ve Brand Management*, 16(3), 188-199.
- Gilbert, D. C., ve Jackaria, N. (2002). The Efficacy of Sales Promotions in UK Supermarkets: A Consumer View. *International Journal of Retail ve Distribution Management*, 30(6), 315-322.

- Grewal, D., T., Krishnan, J.B.ve Norm, B. (1998). "The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consu 1 ers' Evaluations and Purchase Intentions. *Journal of Retailing*, 74, 331-352.
- Grover, R., Srinivasan, V. (1992). Evaluating The Multiple Effects of Retail Promotions on Brand Loyalty and Brand Switching Segments. *Journal of Marketing Research*, 29(1), 76-89.
- Gupta S. (1988). Impact of Sales Promotions on When, What, and How Much to Buy. *Journal of Marketing Research*, 25, 342-355.
- Ha, H.Y., S. Janda ve S.K. Park, (2009). Role of Satisfaction in an Integrative Model of Brand Loyalty. *International Marketing Review*, 26(2), 198-220.
- Ha, H.Y., John, J., Janda, S. ve Muthaly, S. (2011). The Effect of Advertising Spending on Brand Loyalty in Services. *European Journal of Marketing*, 45(4), 673-691.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. ve Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hameed, F. (2013). The Effect of Advertising Spending on Brand Loyalty Mediated by Store Image, Perceived Quality and Customer Satisfaction: A Case of Hypermarkets. *Asian Journal of Business Management* 5(1), 181-192
- Han, H., Nguyen, H.N., Song, H.J., Chua, B.L., Lee, S. ve Kim, W. (2019). Role of Social Network Services (SNS) Sales Promotions in Generating Brand Loyalty for Chain Steakhouses. *Journal of Quality Assurance in Hospitality ve Tourism*, 20(5), 617-645,
- Hollbrok, M.B. ve Corfman, K.P. (1985). Quality and Value in the Consumption Experience: Phaedrus Rides Again. J. Jacoby ve J. Olson. *Perceived Quality* (31-57). New Jersey: Lexington Books.
- Hong-Youl, H. ve Kang-Hee, P. (2012). Effects of Perceived Quality and Satisfaction on Brand Loyalty in China: The Moderating Effect of Customer Orientation. *African Journal Business Management*, 6(22), 6745-6753.
- Huff, L.C., Alden, D. L. ve Tietje, B.C. (1999). Managing The Sales Promotion Mix: Brand Managers' Response to Sales Promotions. *Journal of Promotion Management*, 5(1), 77 - 89.
- Huang, J. ve Zhang, D. (2008). Customer value and brand loyalty: multi-dimensional empirical test. *International Seminar on Future Information Technology and Management Engineering*, 102- 106.



- Huang, Y.T. ve Cheng, F.F. (2013). The Effect of Online Sales Promotion Strategies on Consumers' Perceived Quality and Purchase Intention: A Moderating Effect of Brand Awareness. *Fifth International Conference on Service Science and Innovation*.
- Hunt, K. A., ve Keaveney, S. M. (1994). A Process Model of the Effects of Price Promotions on Brand Image. *Psychology ve Marketing*, 11(6), 511-532.
- Inman, J.J., McAlister, L. ve Hoyer, W.D. (1990). Promotion Signal: Proxy for A Price Cut? *Journal of Construct Research*, 17, 74-81.
- Jinfeng, W. ve Zhilong, T. (2009). The Impact of Selected Store Image Dimensions on Retailer Equity: Evidence from 10 Chinese Hypermarkets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(6), 486-494.
- Judith, H. W. ve Richard E. P. (2002) Measuring Brand Equity: An Evaluation of a Consumer-Based Brand Equity Scale. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10:1, 46-62
- Karbasi, B.J. ve Rad, A.J. (2014). The Effect of Sales Promotions Characteristics on Brand Equity. *Management Science Letters*, 4, 2107-2117.
- Keller, Kevin L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57, 1-2.
- Keller, K.L. (2003). Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge. *Journal of Construct Research*, 29(4), 595-600.
- Keller, K.L. ve Lehmann, D.R. (2003). How Do Brands Create Value? *Marketing Management*. Myis-Haziran, 27-31
- Keller, K. L. ve Lehmann, D. R. (2006). Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities. *Marketing Science*, 25(6), 740-759.
- Kim, H., Kim, W.G. ve An, J.A. (2003). The Effect of Consumer Based Brand Equity on Firms Financial Performance. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), 335-351.
- Kim, J. H., ve Hyun, Y. J. (2011). A Model to Investigate the Influence of Marketing-Mix Efforts and Corporate Image on Brand Equity in The IT Software sSector. *Industrial Marketing Management*, 40(3), 424-438.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and Practice of Structural Equation mModeling*. New York: Guilford Press.
- Konecnik, M, Gartner, W.C. (2007). Customer-Based Brand Equity for a Destination. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 400-421.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Krishna, A., Currim, I. S. Ve Shoemaker, R.W. (1991). Consumer Attitudes of Promotional Activity. *Journal of Marketing*, 55, 4-16.



- Kumar, J.R., Saha, R., Manohar, S. ve Sekar, P.C. (2020). Retail Brand Equity: Moderating Role Of Retail Price Deals On Retail Brand Association And Retail Brand Equity Relationship. *International Journal of Business Innovation and Research*, 21(2), 15-23.
- Kwok, S. ve Uncles, M. (2005). Sales Promotion Effectiveness: The Impact of Consumer Differences at an Ethnic-Group Level. *Journal of Product ve Brand Management*, 14(3), 170-186.
- Lång, L.D. (2013). Impacts of Advertising and Sales Promotion on Brand Equity of Soft Drinks, Impacts of Advertising and Sales Promotion. *Journal of Economic Development*, 216, 131-145.
- Liao, S.L. (2006). The Effects of Nonmonetary Sales Promotions on Consumer Preferences: The Contingent Role of Product Category. *The Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 8(2), 196–203.
- Lin, C. H. ve Kao, D. T. (2004). The Impacts of Country-of-Origin on Brand Equity. *Journal of American Academy of Business*, 5(1/2), 37-40.
- Lin, S.Y. (2006). The Impact of Warranty and Brand Awareness on Customer Loyalty. *Chinese Management Review*, 8(1),1-20.
- Liu, C., Zhang, Y. ve Zhang, J. (2020). The Impact Of Self-Congruity And Virtual Interactivity On Online Celebrity Brand Equity And Fans' Purchase Intention. *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 783–801.
- Lowe, B., and Barnes, B.R. (2012). Consumer Perceptions of Monetary and Non-Monetary Introductory Promotions for New Products. *Journal of Marketing Management*, 28, 5-6, 629.
- Malik, M.E., Ghafoor, M.M., Iqbal, H.K. vd. (2013). Importance of Brand Awareness and Brand Loyalty in assessing Purchase Intentions of Consumer. *International Journal of Business and Social Science*, 4 (5), 167-172.
- McGovern, G. (2001). Content Builds Brands Online. *The International Journal of Media Management*, 3(4), 198-201.
- Mela, C.F., Gupta, S. and Lehmann, D.R. (1997). The Long-Term Impact of Promotion and Advertising on Consumer Brand Choice. *Journal of Marketing Research*, 34(2), 248–61.
- Mela, C.F., Ataman, M.B. ve Van, H H. (2006). The Long-Term Effect of Marketing Strategy on Brand Performance. *ZIBS Research Reports*.
- Montaner, T.ve Pina, J.M. (2008). The Effect of Promotion Type and Benefit Congruency on Brand Image. *Journal of Applied Business Research*, 24(3), 15-28.
- Motameni, R. ve Shahrokhi, M. (1998). Brand Equity Valuation: A Global Perspective. *Journal of Product and Brand Management*, 7(4), 275-290.

- Neslin, S.A. ve Shoemaker, R.W. (1989). An Alternative Explanation for Lower Repeat Rates Following Promotion Purchases. *Journal of Marketing Research*, 26(2), 205-213.
- Netemeyer, R., Krishnan, B., Pullig, C., Wang, G., Yagci, M., Dean, D., Ricks, J. ve Wirth, F. (2004), Developing and Validating Measures of Facets of Customer-Based Brand Equity. *Journal of Business Research*, 57, 209–24.
- Nijs, V.R., Dekimpe, M.G., Steenkamp, J. ve Hanssens, D.M. (2001). The Category-Demand Effects of Price Promotions. *Marketing Science*, 20(1), 1-22.
- Nguyen, T.D., N.J. Barret ve K.E. Miller, (2011). Brand Loyalty in Emerging Markets. *Marketing Intelligence Planning*, 29(3), 222-232.
- Oliver, R.L., Rust, R.T. ve Varki, S. (1997). Customer Delight: Foundations, Findings, and mManagerial Insights. *Journal of Retailing*, 73 (3), 311-336.
- Palazón-Vidal, E. ve Delgado-Ballester, M. (2005). Sales Promotions Effects on Consumer-Based Brand Equity. *International Journal of Market Research*, 47(2), 179-204.
- Papatla, P. ve Krishnamurthi, L. (1996). Measuring The Dynamic Effects of Promotions on Brand Choice. *Journal Marketing Research*, 33(1), 20–35.
- Pappu, R., Quester, P.G. ve Cooksey, R.W. (2005). Consumer-Based Brand Equity: Improving The Measurement, Empirical Evidence. *The Journal of Product and Brand Management*, 14(3), 143–154.
- Pappu, R., Quester, P.G. ve Cooksey, R.W. (2006). Consumer-Based Brand Equity and Country-of-Origin Relationships. *European Journal of Marketing*, 40(5/6), 696–717.
- Park, C. ve Srinivasan, V. (1994). A Survey-Based Method for Measuring and Understanding Brand Equity and Its Extendibility. *Journal of Marketing Research*, 31(2), Special Issue on Brand Management, 271-288.
- Phong, L.T., Nga, T.H., Hanh, N.T. ve Minh, N.V. (2020). Relationship Between Brand Association and Customer Loyalty: The Case of Online Retail Industry. *Management Science Letters*, 10, 1543–1552.
- Quan, N.H., Chi, N.T.K., Nhung, D.T.H., Ngan, N.T.K. ve Phong, L.T. (2020). The Influence of Website Brand Equity, E-Brand Experience on E-Loyalty: The Mediating Role of E-Satisfaction. *Management Science Letters*, 10, 63–76.
- Rothschild, M.L. (1987). A Behavioural View of Promotions Effects on Brand Loyalty. *Advertisement Consumer Research*, 14, 119-120.
- Salim, S., Rahman, S. U. ve Umar, R.M. (2015). Measuring Customer Based Beverage Brand Equity: Investigating the Relationship between Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 66-77.

- Schumacker, R.E. ve Lomax, R.G. (1996). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Selvakumar, J. ve Vikkraman, P. (2011). Impact of Advertising and Price Promotions on Brand Equity in Service Sector. *Journal of Contemporary Research in Management*, Haziran-Eylül, 51-65.
- Simon, C. J. Ve Mary W. S. (1993). The Measurement and Determinants of Brand Equity: A Financial Approach. *Marketing Science*, 12 (Kış), 28-52.
- Simonson, I., Carmon, Z., ve O'Curry, S. (1994). Experimental Evidence on The Negative Effect of Product Features and Sales Promotions on Brand Choice. *Marketing Science*, 13(1), 23-40.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J. ve Sabol, B. (2002). Consumer Trust, Value and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), ss.15-37.
- Solomon, M.R. ve Stuart, E.W. (2002). *Marketing: Real People, Real Choice*. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Srinivasan, V. (1979). Network Models for Estimating Brand- Specific Effects in Multi-Attribute Marketing Models. *Managemen Science*, 25 (Ocak), 11-21.
- Srinivasan, S.S. ve Anderson, R.E. (1998). Concepts and Strategy Guidelines for Designing Value Enhancing Sales Promotions. *The Journal of Product and Brand Management*, 7(5), 410-20.
- Sturdivant, F.D. (1970). *Managerial Analysis in Marketing*. Glenview, IL: Scott, Foresman
- Su, J. ve Chang, A. (2017). Factors Affecting College Students' Brand Loyalty Toward Fast Fashion A Consumer-Based Brand Equity Approach. *International Journal of Retail ve Distribution Management*, 46(1), 90-107.
- Swait, J., Erdem, T., Louviere, J. ve Dubelaar, C. (1993). The Equalization Price: A Measure of Consumer- Perceived Brand Equity. *International Journal of Research in Marketing*, 10 (Mart), 23-45.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson/Allyn ve Bacon.
- Tam, J. L-M. (2011). The Moderating Role of Perceived Risk in Loyalty Intentions: An Investigation in A Service Context. *Marketing Intelligence and Planning*, 30 (1), 33-52.
- TÜSİAD ve Deloitte Digital (2019). *E-Ticaretin Gelişimi, Sınırların Aşılması ve Yeni Normlar*. 02 Ocak 2020 tarihinde <http://www.tusiad.org.tr/tr/images/pdf/dd-tusiad-eticaret-raporu-2019.pdf> adresinden erişildi.
- Uzunkaya, T. (2016). Marka sadakatının tekrar satın alma niyetine etkisi ve gsm sektöründe bir araştırma. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 58-67.

- Winer, R.S. (1986). A Reference Price Model of Brand Choice for Frequently Purchase Products. *Journal of Consumer Research*, 13, 250-256.
- Yılmaz, V. (2005). Tüketici memnuniyeti ve ihtiyaçlarının marka sadakatine etkisi: Sigara markasına uygulanması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 257-271.
- Yoo, B. ve Donthu N. (2001). Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale, *Journal of Business Research*, 52, 1-14.
- Yoo, B., Donthu, N.ve Lee, S. (2000). An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. ve Parasuraman, A., (1988). Communication and Control Processes in The Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52 (2), 35-48.

## EKLER

Tablo Ek 1: Anket İfadeleri

Parasal Promosyona İlişkin Algılar	1.X, sık sık ürün fiyatı üzerinden indirim (örneğin fiyatta %20 indirim) sunuyor.
	2. X sıklıkla ürün fiyatı üzerinden indirim (örneğin fiyatta %20 indirim) kullanır.
	3. X ürün fiyatı üzerinden indirimi (örneğin fiyatta %20 indirim)-rakip perakende on-line alışveriş sitelerinden daha sık kullanıyor.
Parasal Olmayan Promosyona İlişkin Algılar	4. X aynı kategoride ya da başka ürün kategorisinde hediye (1 alana 1 bedava, 3 al 2 öde ya da başka bir ürünün bedava hediyesi) sunuyor.
	5. X sıklıkla aynı kategoride ya da başka ürün kategorisinde hediye (1 alana 1 bedava, 3 al 2 öde ya da başka bir ürünün bedava hediyesi) kullanır.
	6. X aynı kategoride ya da başka ürün kategorisinde hediye vermeyi (1 alana 1 bedava, 3 al 2 öde ya da başka bir ürünün bedava hediyesi) rakip perakende on-line alışveriş sitelerinden daha sık kullanıyor
Marka Farkındalığı	7. X markasının farkındayım.
	8.On-line alışverişini düşündüğümde, X markası akla gelen ilk markalardan biri.
	9. X markası çok aşına olduğum bir on-line perakende ürün alışveriş markasıdır.
	10. X alışveriş markasının neye benzediğini biliyorum.
	11. X markasını diğer rakip on-line perakende alışveriş markaları arasında tanıyabiliyim.
Algılanan Kalite	12. X markası çok kaliteli ürünler sunuyor.
	13. X markası tutarlı kalitede ürünler sunar.
	14. X markası çok güvenilir ürünler sunuyor.
	15. X markası mükemmel özelliklere sahip ürünler sunuyor.
Marka Çağrışımları	16. X on-line perakende alışveriş markasının bazı özellikleri zihnime çok çabuk geliyor.
	17. X on-line perakende alışveriş markasının sembol ya da logosunu çok hızlı hatırlıyorum.
	18.X on-line perakende alışveriş markasını zihnimde canlandırmakta hiç zorlanmıyorum
Marka Sadakati	19. X markasına sadık olduğumu düşünüyorum.
	20.On-line perakende alışverişini düşününce ilk tercihim X olur.
	21.Diğer on-line perakende alışveriş sitelerinden alışveriş yapmayacağım.



# GİRİŞİMCİLİĞİN İLLERE GÖRE DAĞILIMI: BULANIK K ORTALAMALAR VE SOM KÜMELEME YÖNTEMLERİ\*

Distribution of Entrepreneurship by Cities:  
Fuzzy K Means and SOM Cluster Methods

Gönderim Tarihi / Received: 17.02.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 24.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.690031>

Kasım Can IŞIK\*\*1  
Mesut POLATGİL<sup>2</sup>

**ÖZ:** Sürekli değişen pazar koşulları ve gelişen teknoloji bağlamında girişimcilik faaliyetlerin önemi özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde giderek artmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinin benzer özellikleri taşıyan yerlere göre kümelenmesi de büyük önem arz etmektedir. Çünkü benzer özellikleri taşıyan ve sayısı; il, kalkınma bölgesi ve coğrafi bölgelere göre daha az olan bu kümeler gerek girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve destek sağlanmasında gerekse girişimcilik faaliyetlerinde ortaya çıkan sorunların belirlenmesi ve çözümünde önemli bir veri kaynağıdır. Literatürde Türkiye'deki tüm illeri girişimcilik özelliklerine göre kümeleyen herhangi bir çalışma bulunmamakla birlikte bu çalışma ile literatürdeki bu açığı kapatmak amaçlanmıştır. Türkiye Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı GBS (Girişimci Bilgi Sistemi)'nde yer alan "İllere göre girişim sayısı, net satışlar ve aktifler" raporları çalışmada veri olarak kullanılmıştır. Çalışma kapsamında 2017 yılına ilişkin GBS veri tabanında yayımlanan verilere kümeleme yöntemlerinden Bulanık k ortalamalar ile SOM YSA(Yapay Sinir Ağları) yöntemleri uygulanarak Türkiye'nin girişimcilik haritası çıkarılmıştır. Bulanık k ortalamalar yöntemine göre göre 19 il 3 farklı kümede, kalan 62 il tek kümede toplanmışken; SOM kümeleme yöntemine göre ise 8 il 4 farklı kümede, kalan 73 il ise tek kümede toplanmıştır. Son olarak ise dikkat çeken bulgulara yer verilmiş, 2 yöntemle ait sonuçlar arasındaki benzerlik ve farklılıklar yorumlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Kümeleme Analizi, Yapay Sinir Ağları.

\* Analizler Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı - Girişimci Bilgi Sistemi'nden alınan verilere uygulandığı için etik kurul raporu alınmamıştır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Dr., Sivas Sanayi ve Teknoloji Müdürlüğü, canm001@gmail.com,  
<https://orcid.org/0000-0002-9637-8889>

<sup>2</sup> Dr., Sivas Milli Eğitim Müdürlüğü, mesutbiyan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7503-2977>



**ABSTRACT:** Due to constantly changing market conditions and developing technology; The importance of entrepreneurial activity is increasing, especially in developing countries such as Turkey. Likewise, the clustering of entrepreneurial activities according to the places with the same features is becoming more and more important. Because the number of these clusters is less than the provinces, development regions and geographical regions. But because of the common features they have, these clusters; It is an important data source both in promoting / supporting entrepreneurship activities and in identifying / resolving problems that arise in entrepreneurship activities. There are no studies in the literature that cluster all cities according to their entrepreneurial characteristics, with this study, it is aimed to close this gap in the literature. Turkey Ministry of Industry and Technology / Entrepreneur Information System (GBS) located in the “Number of enterprises by cities, net sales and assets” were used as data in the study. Fuzzy k means and SOM ANN (Artificial Neural Networks) methods, one of the clustering methods, have been applied to the published data of 2017 in the GBS database. and Turkey’s entrepreneurship is mapped. According to the fuzzy k means method, 19 cities were collected in 3 different clusters and 62 cities were collected in a single cluster. According to SOM clustering method, 8 cities were collected in 4 different clusters and 73 cities were collected in a single cluster. Finally, remarkable findings have been explained and the similarities / differences between the results of the 2 methods have been interpreted.

**Keywords:** Entrepreneurship, Cluster Analysis, Artificial Neural Networks.

## GİRİŞ

Ekonomik rekabetin ön planda olduğu günümüzde, girişimciler ekonomik gelişimin motoru olarak görülmektedir. Bu nedenle girişimcilik pek çok araştırmanın da ilgi odağı olmuştur (Güney ve Çetin, 2003: 191). Girişimcilik köken olarak, Fransızca “entreprendre” ve Almanca’da “unternehmen” kelimelerinden gelmekteyken, Türkçe’de ise “üstlenmek” anlamına gelmektedir (Wickham, 1998: 4). Girişimcilik kavramının tanımları içerisinde en çok kullanılanlar şunlardır:

- Yenilikler oluşturarak, yaratıcı metodlar kullanarak veya başka bir yöntemle, yeni; ürün, teknoloji, piyasa, hizmet ve kaynaklara ulaşım, değerleri elde etmektir
- Değer yaratmak amacıyla, kar etmeyi amaçlayan yeni bir işletmeyi kurma, büyütme ya da yeni bir hizmet veya mal yaratma sürecine verilen isimdir
- Fırsat elde edebilmek için alternatif üretim adımlarını inceleme ve bunların optimizasyonunu sağlama faaliyetlerine verilen isimdir
- Bir fırsatı algılama ve o fırsatı elde etmek için bir organizasyon yaratma faaliyetidir

- Kişilere ve topluluklara değer yaratan, ekonomik fırsatları cevaplayan olan veya bunları yaratan, kişiler tarafından oluşturulan, elde ettiği yeniliklerle ekonomik yapıda bazı farklılıklar doğuran bir süreçtir (Yılmaz ve Sümbül, 2009: 196).

Başarılı bir girişimcide olması beklenen tipik özellikler: Yenilikçilik, risk almadaki yetenek, pazarlama becerisi, know-how üretebilme, piyasa fonksiyonlarının nasıl işlediği hakkında bilgi sahibi olma, işbirliği yapma (co-operate) yeteneği ve işletme yönetimi becerisi olarak sıralanabilir (Littunen, 2000:295).

Gelişmiş ülkelerde, günden güne artan girişimcilik faaliyetleri, durgun endüstrilere hareket getirmiş ve yeni iş imkanları oluşturarak, işsizlik problemlerini azaltma eğilimi oluşturmuştur. Hatta girişimcilik faaliyetleri teknolojik ilerlemeyi hızlandıran en büyük faktörlerden biri olarak yeniden keşfedilmiştir. Bundan dolayı, az gelişmiş veya gelişmekte olan ekonomilerde girişimcilik faaliyetlerinin desteklenerek geliştirilmesinin sağlanması, ekonomik büyümenin önemli bir adımı olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Özkan, 2003: 149).

Literatürde Türkiye'deki tüm illeri girişimcilik özelliklerine kümeleyen herhangi bir çalışma bulunmamakla birlikte bu çalışma ile literatürdeki bu açığı kapatmak amaçlanmıştır.

Literatür incelendiğinde konuyla ilgili benzer olan az sayıda çalışma olduğu görülmüştür. Bu çalışmalarda örneklemin sadece bölgesel olarak ele alındığı, ülkelerin girişimci davranışlara göre kümelendiği, Türkiye çapında Ar-ge ve yenilik performansının değerlendirildiği ve 2 bölgenin girişimcilerinin karşılaştırıldığı görülmüştür. Bu çalışmaya benzer örnek çalışmalar aşağıda yer almaktadır.

- Güneş ve İncekırık 2016 yılındaki çalışmalarında; Ege bölgesinde faaliyet gösteren KOSGEB kapsamındaki farklı ölçeklerdeki şirketleri bulanık kümeleme analizi ile gruplandırmışlardır.
- Tokatlıoğlu ve Yalçın 2019 yılındaki çalışmalarında; toplamda 60 ülkeyi girişimci davranışına ilişkin bireysel algılara göre Hiyerarşik kümeleme analizi (Ward) ve Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi (k ortalama) yöntemleriyle kümelemişlerdir
- Belgin ve Avşar 2019 yılındaki çalışmalarında; Türkiye'de yer alan bölgeler ve iller seviyesinde Ar-ge ve yenilik performansı kıyaslaması yapılmış olup yöntem olarak ise çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan gri ilişkisel analiz yöntemi kullanılmıştır.
- Özkan 2003 yılındaki çalışmasında; Türkiye'de girişimcilik ve belirleyicileri Marmara ve Doğu Anadolu bölgesi üzerinden

değerlendirilmiştir. Türkiye'deki en gelişmiş ve en gelişmemiş bu 2 bölgesindeki girişimcilerin ortak ve farklı yönleri ortaya konmuştur.

## YÖNTEM

Çok değişkenli analiz tekniklerinden biri olan kümeleme analizi, birey, nesne, ya da herhangi türde birimlerin birbirlerine olan yakınlık ya da uzaklıkları esas alınarak farklı gruplara ayrılması işlemidir. Yani kümeleme analizinin amacı birimleri tüm değişkenler bakımından benzer kümelere atamak, bu kümeleri tanımlamak ve istenildiğinde yeni bir birimin hangi kümede olduğunu tespit edebilmektir. Kümeleme işlemi sonucunda oluşturulan kümeler yüksek seviyede küme içi homojenlik içerirken yüksek seviyede kümeler arası heterojenlik içerirler (Işık ve Çamurcu, 2007: 32-33; Alpar, 2017: 305-317).

Kümeleme analiz yöntemleri genellikle 3 grup altında toplanmaktadır. Bunlar; hiyerarşik kümeleme, hiyerarşik olmayan kümeleme ve kohonen ağlarıdır. Hiyerarşik kümeleme yöntemleri genellikle benzerlik ya da uzaklık değerlerine göre birimleri bir araya getirme ya da ayırıştırma yöntemini kullanarak kümeleme işlemini gerçekleştirir. Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinde ise başlangıçta belirlenen küme sayısı kadar kümeye birimler uzaklıklarına göre kümelendirilme yapılmaktadır. Kohonen ağları ise yapay sinir ağlarının kümeleme analizi için özelleştirilmiş bir biçimidir (Alpar, 2017: 305-317).

Bu çalışmada hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinden bulanık k ortalamalar yöntemi ile, yapay sinir ağlarının özel bir çeşidi olan SOM ağlar kullanılmıştır. Bunun nedeni ise literatürde gerçekleştirilen birçok çalışmada karşılaştırılan bu yöntemler arasındaki farklılıklar olmasıdır

### Bulanık k Ortalamalar (Fuzzy k Means)

Klasik mantık işlemlerinde olduğu gibi klasik kümeleme yönteminde, bir birim bir kümeye ya tamamen aittir (üyelik 1'e eşittir) ya da tamamen ait değildir (üyelik 0'a eşittir). Gerçek hayatta birçok alanda olduğu gibi kesinlik yoktur ve kümeleme işleminde de bir birim kesin olarak bir kümeye aittir ya da ait değildir demek de doğru değildir. Bu birimin ilgili kümeye bir aitlik derecesi (üyelik değeri) vardır. Üyelik değeri denilen bu değer 0 ile 1 arasında sonsuz tane değer olabilmektedir ve bu üyelik değerleri toplamı her zaman 1'dir. Bu yüzden kümelenecek birim hangi kümeye daha çok üyelikle aitse o kümeye ait olacaktır. Birimlerin bir küme içerisinde yer almasında öncelik birimlerin birbirine oldukça benzemesi şartıdır (Murat ve Şekerler, 2009: 4763).

Bulanık mantık algoritmalarında, bir elemana kümeleme veya sınıflandırma işlemi yapılırken; elemanın sınıfını belirlemeye ek olarak elemanın o sınıfa ne

kadar ait olduğuna ilişkin bir bilgi de verildiğinden bulanık algoritmalar, klasik algoritmalarla kıyaslandığında daha fazla bilgi içerirler (Höppner vd, 1999).

Bulanık kümeleme yönteminde, öncelikle (1) eşitliğine göre U üyelik matrisine rastgele değer atanır.

$$\sum_{i=1}^c u_{ij} = 1, \forall_j = 1, \dots, n \quad (1)$$

Bulanık k-ortalamar metodunda kullanılan farklılık fonksiyonu,

$$J(U, c_1, c_2, \dots, c_c) = \sum_{i=1}^c J_i = \sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^n u_{ij}^m d_{ij}^2 \quad (2)$$

$u_{ij}$ : 0 ile 1 aralığındaki değer,

$c_i$ : i. kümenin merkezi,

$d_{ij}$ : i. merkez  $c_i$  ile j. veri noktası arasında yer alan öklid, karesel öklid, binary öklid, pearson, manhattan, mahalnobis, canberra, minkowski, chebyshev uzaklıkları,

m: Minimum değeri 1 fakat genel olarak 2 değeri kullanan ağırlıklandırma faktörü.

Maliyet fonksiyonunu en az yapmak için iki şart aşağıdaki (3) ve (4) denklemlerinde yer almaktadır:

$$c_i = \frac{\sum_{j=1}^n u_{ij}^m x_j}{\sum_{j=1}^n u_{ij}^m} \quad (3)$$

$$u_{ij} = \frac{1}{\sum_{k=1}^c \left( \frac{d_{ij}}{d_{kj}} \right)^{2/(m-1)}} \quad (4)$$

Bezdek (1973) bulanık k-ortalamar algoritmasını aşağıdaki şekilde açıklamıştır:

1. (1) denklemini sağlamak koşuluyla U üyelik matrisine rastgele değerler ata,
2. (3) denklemleri aracılığıyla  $c_i$  merkezleri hesapla,

3. (2) denklemi aracılığıyla merkezlerle veri noktaları arasındaki farkı bul. Önceki iterasyon için artış eşik değerini altına inerse işlemi durdur,
4. (4) denklemi aracılığıyla tekrardan U matrisini hesapla. Ardından tekrardan adım 2'ye git.

### **Kohonen Ağları (SOM-Self Organizing Map)**

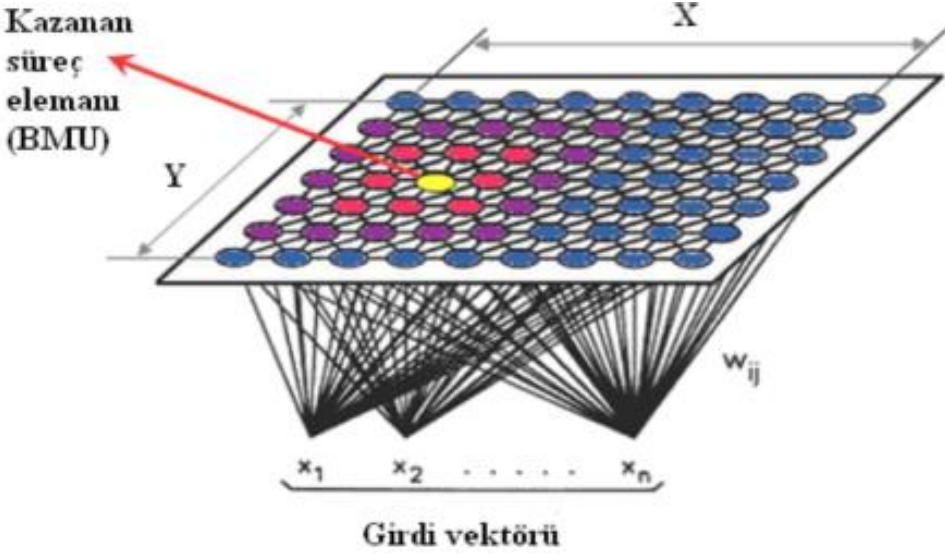
Yapay sinir ağları (YSA), insan beynindeki sinir hücrelerinin (nöron) bilgisayarlarda çeşitli araçlarla matematiksel bir modellenmesidir. SOM (özdüzenleyici haritalar) günümüzde en çok kullanılan Yapay Sinir Ağları'ndan biridir. SOM ağları, 1981 yılında Teuvo Kohonen (1998) tarafından geliştirilmiş ve sinir ağı topluluğuna tanıtılmıştır.

SOM ağları kümeleme işlemini gerçekleştirirken herhangi bir denetime ihtiyaç duymaz yani denetimsiz bir öğrenme gerçekleştirilmektedir. Denetimsiz öğrenme yönteminde birimler sadece kümelendirilmek istendiği için bir çıkış vektörünün olması şart değildir. SOM ağları, veri setindeki elemanları kümelendirmekle kalmaz aynı zamanda bu kümelendirmeyi harita üzerinde de gösterebilir. Bu ağlar veri kaç boyutlu olursa olsun onu iki boyutlu bir haritada gösterebilir.

Şekil 1'de özdüzenleyici haritalardaki girdi ve çıktı katmanı gösterilmiştir.  $X$  girdi vektörünü gösterirken; bu vektörde değişkenler yer almaktadır ( $x_i$  ifadesinde  $n$  adet değişken olduğu ifade edilmektedir). Ağırlık vektörü ise  $w$  ile temsil edilmiştir ve her bir değişkenden bütün nöronlara giden ağırlıkları içermektedir. Sarı renkli olan nöron ise kazanan nöronu temsil etmekle birlikte çevresinde yer alan nöronlar ise kazanan nöronun komşularıdır.

Özdüzenleyici haritaların en önemli avantajı, çok boyutlu bir veri setini indirgeyerek iki boyuta dönüştürmesidir. Bu durum karar vericilerin veri setinin tamamını kolayca değerlendirmelerine olanak sağlamaktadır.

**Şekil 1: Özdüzenleyici Haritalar Yönteminde Girdi ve Çıktı Katmanı**



Kaynak: Bikari, 2017: 125.

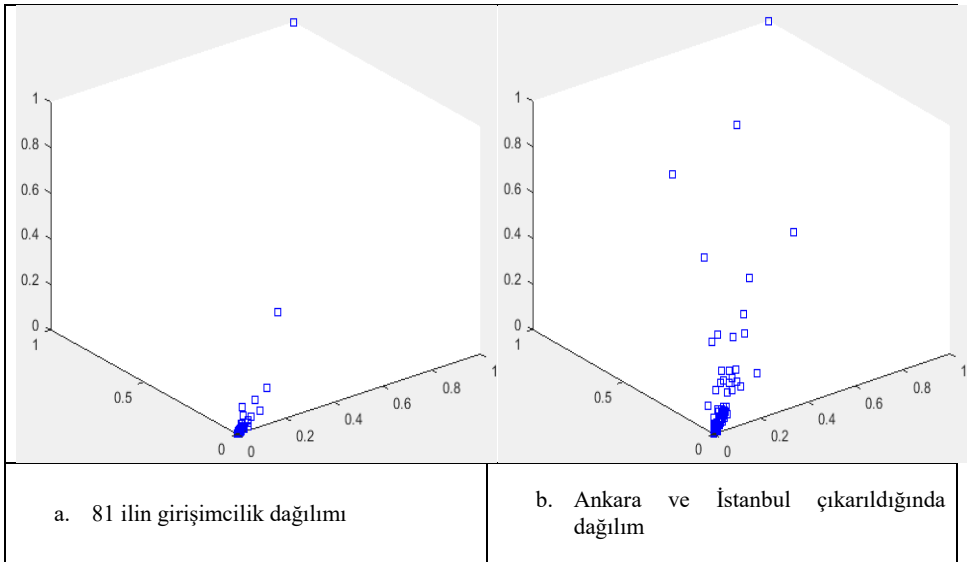
Kullanıcının karar vermesi gereken parametreler arasında, çıktı katmanının boyutu, çıktı katmanının şekli, eğitim algoritması da sayılabilir. Çıktı katmanının boyutu herhangi bir değer alabileceğinden dolayı deneme yanılma yoluyla karar verilebilmektedir.

## BULGULAR

Çalışma kapsamında 2017 yılında ülkemizde gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerine ait veriler GBS' den elde edilmiştir (<https://gbs.sanayi.gov.tr>). GBS; farklı kamu kurum ve kuruluşların idari kayıtlarında bulunan işletmelerin ekonomik faaliyetlerine ilişkin bilgilerin, ortak standartlar içerisinde bir veri tabanında toplanması ve bu verilerin entegrasyon projesi olarak tanımlanmaktadır. GBS'nin temel amacı, kamu kurum ve kuruluşları, araştırma enstitüleri, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarındaki uzmanlar, karar alıcılar ve araştırmacılara ekonomi, sektörel ve bölgesel bazlı politikaların oluşturulması, uygulanması ve etkinlik ölçümü için mikro ve makro düzeyde güvenilir, geçerli, doğru ve ihtiyacı karşılayabilir verilerin / bilgilerin sunulacağı bir ortam yaratmaktır. Bu sistem sayesinde Türkiye çapında yaklaşık 3 milyon girişimcinin ekonomik faaliyetlerine ilişkin bilgilerine ulaşılabilmektedir ([gbs.sanayi.gov.tr](https://gbs.sanayi.gov.tr), 01.02.2020). Bu kapsamı ve önemi nedeniyle veri seti olarak GBS verileri kullanılmıştır.

GBS’de yer alan “İllere göre girişim sayısı, net satışlar ve aktifler” raporları çalışmada veri olarak kullanılmıştır. 81 ilin verileri GBS’nden anlık olarak alınmadığından araştırmada 2017 yılının verileri tüm iller için eksiksiz olarak alınıp kullanılmıştır. 81 ilin “girişim sayısı”, “net satışlar” ve “aktifler” verilerine göre üç boyutlu olarak çizilen grafik Şekil 3’de verilmiştir. Şekil 3-a’da görüldüğü gibi 2 il diğer bütün illerden ayrılmakta ve oldukça farklılık göstermektedir. Bu illerin Ankara ve İstanbul olduğu tespit edilmiştir. Kümeleme analizi sonuçlarını ciddi oranda etkileyecekleri düşünülerek bu iller analiz başlangıcında zaten ayrı bir küme olarak değerlendirilmiş ve analize geriye kalan 79 il ile devam edilmiştir. Ankara ve İstanbul şehirlerinin analizin başlangıcında ayrı tutulmasında yer alan bir diğer unsur da veri setinde aykırı bulunan gözlemlerin genellikle veriden çıkarılmasıdır. Bu çalışmada kümeleme algoritmaları kullanıldığı için verilerin çıkarılması mümkün değildir bu nedenle aykırı gözlemler ayrı bir küme olarak başlangıçta kabul edilmiştir. Diğer illere göre oldukça farklı özelliklere sahip olan Ankara ve İstanbul veri setinden ayrıldığına geriye kalan 79 ilin dağılımı ise Şekil 2-b’de gösterilmiştir.

**Şekil 2:** Türkiye İllerin Girişimcilik Verilerine Göre Dağılımı



Veriler arasında ölçüm birimleri olarak ciddi farklılıklar olduğu için kümeleme analizi başlatılmadan önce verilere min-max normalizasyonu denklem (5)’e göre uygulanmıştır. Böylece ölçüm farklılıkları verilerin 0 ile 1 arasında olması sağlanarak ortadan kaldırılmıştır. Bu normalizasyon işlemi literatürde kümelendirme çalışmaları da dahil olmak üzere birçok çalışmada kullanılmıştır (Atalay ve Öztürk, 2016; Çınaroğlu ve Bulut, 2018).



$$z = \frac{x - \min(x)}{\max(x) - \min(x)} \quad (5)$$

### Bulanık K Ortalamalar Kümeleme Yöntemi Bulguları

Türkiye illerinin girişimcilik verilerine göre kümelendirilmesi işlemi öncelikle Bulanık k Ortalamalar yöntemi ile matlab programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Küme sayısının belirlenmesinde Silhouette ölçütünden faydalanılmıştır. Bu ölçüt Denklem 6'da gösterildiği gibi küme içerisindeki her birimin küme elemanları uzaklığı ile diğer kümelerde bulunan elemanlara uzaklığını baz alan bir ölçüttür. -1 ile 1 arasında yer almaktadır. Bu yöntemde başlangıçta kaç küme olacağına algoritmaya girilmesi gerekmektedir. Bu yüzden algoritma farklı küme sayıları ile çalıştırılmış ve Tablo 1'de görüldüğü gibi Silhouette değeri 1'e en yakın olan küme sayısı 3 olduğundan başlangıçtaki küme sayısı 3 olarak seçilmiştir.

a(i): i. birimin kendi kümesindeki tüm noktalara olan ortalama uzaklıkları

b(i): i. birimin diğer kümelerdeki tüm noktalara olan ortalama uzaklıkların minimumu olmak üzere

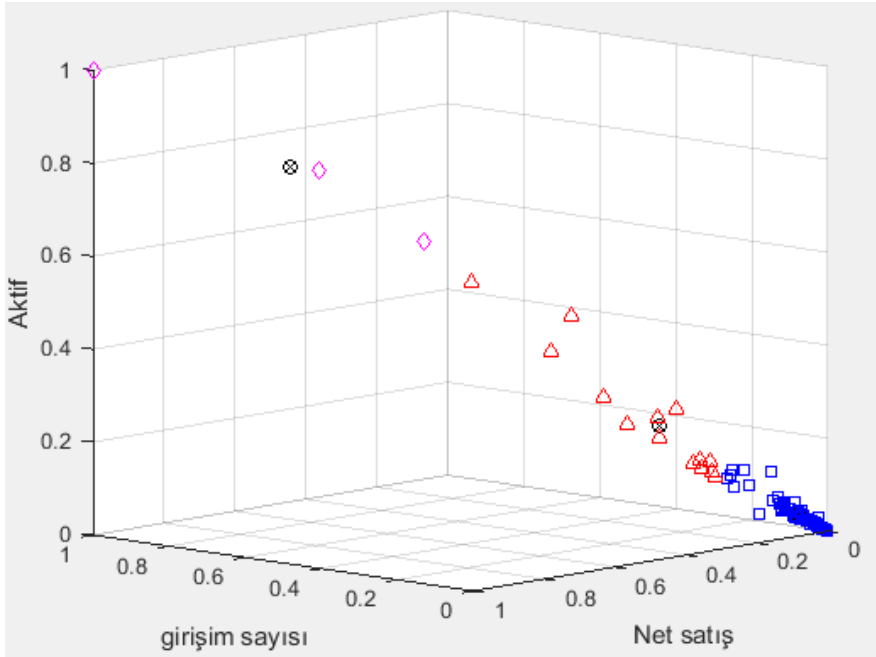
$$sil(i) = \frac{b(i) - a(i)}{\max(a(i), b(i))} \quad (6)$$

**Tablo 1:** Farklı Küme Sayılarına Göre Küme Uzaklık Değerleri

Küme sayısı	İterasyon	Silhouette Ölçütü
2	5	0.66571
3	2	0.82961
4	2	0.78235
5	2	0.51156

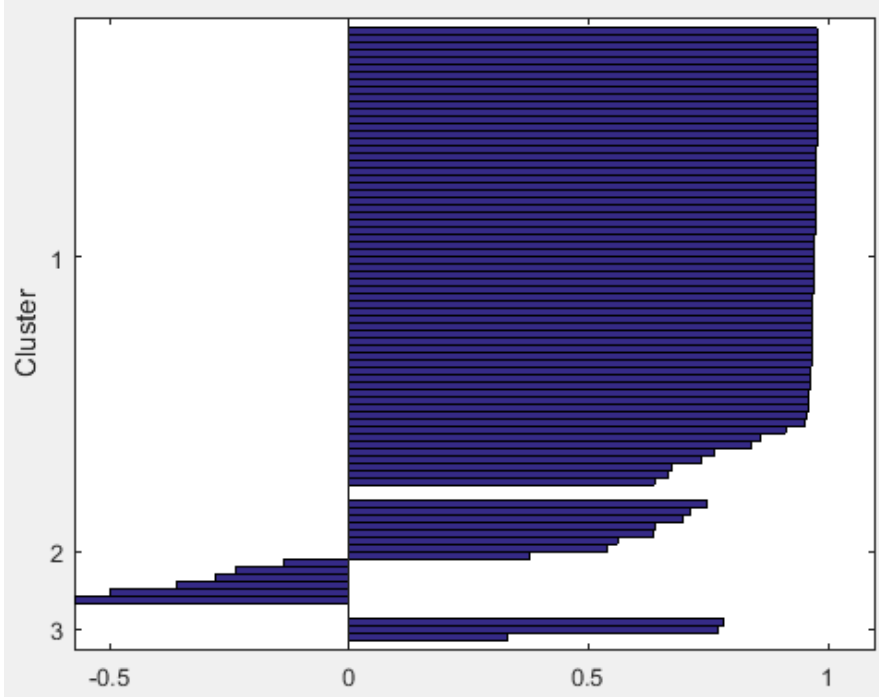
Bulanık k ortalamalar algoritması başlangıç küme sayısı 3 olarak çalıştırılmış ve veriler 3 kümeye ayrılmıştır. Verilerin bu 3 kümeye göre dağılımı Şekil 3'de verilmiştir.

**Şekil 3:** Bulanık k Ortalamalar Yöntemine Göre İllerin Kümelmesi Grafiği Sonuçları



Bulanık k ortalamalar yöntemine göre illerin kümelmesi grafiği sonuçları Şekil 4'de verilmiştir. Bulanık k ortalamalar yönteminin yaptığı kümelemenin başarısını göstermek amacı ile Silhouette grafiği ise Şekil 5'de yer almaktadır. Bu grafik kümeleme işleminin başarısının görsel olarak görülmesini sağlar. Bu grafik kümeleme işlemi sonuçları bakımından incelendiğinde; bir küme hariçinde genel olarak kümelemenin başarılı bir şekilde gerçekleştiği görülmüştür

#### Şekil 4: Bulanık K Ortalamalar Kümeleme Yöntemine Göre Silhouette Grafiği



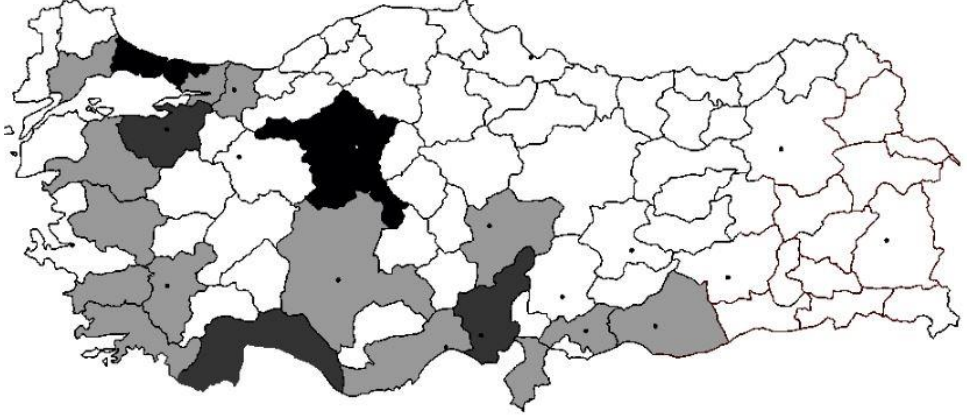
Bulanık k ortalamalar kümeleme yöntemine göre illerin girişimcilik verilerine göre kümelenme sonuçları ise aşağıda Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2:** İllerin Bulanık K Ortalamalar Yöntemine Göre Kümelenme Sonuçları

1 Nolu Küme	2 Nolu Küme	3 Nolu Küme	4 Nolu Küme
Ankara ve İstanbul	Adana, Antalya ve Bursa	Şanlıurfa, Sakarya, Tekirdağ, Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Manisa, Kayseri, Muğla, Gaziantep, Mersin, Kocaeli, Konya	Geri Kalan Tüm İller

Tablo 2’ye göre analizin başında diğer illerden ayrılan Ankara ve İstanbul ayrı bir küme; Adana, Antalya ve Bursa ayrı bir küme; Şanlıurfa, Sakarya, Tekirdağ, Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Manisa, Kayseri, Muğla, Gaziantep, Mersin, Kocaeli, Konya ayrı bir küme kalan 62 il ise ayrı bir küme oluşturmuştur. Şekil 5’de ise bu illerin Türkiye haritasında dağılımı gösterilmektedir.

### Şekil 5: Bulanık k Ortalamalar Kümeleme Yöntemine Göre İllerin Türkiye Haritasında Dağılımı



Bulanık k ortalamalar kümeleme yöntemine göre İllerin Türkiye haritasında dağılımına bakıldığında Türkiye'nin en büyük ve genel anlamda en gelişmiş iki ili olan Ankara ve İstanbul'un diğer illerden ayrı bir küme olması tahmin edilebilen bir sonuç olmuştur.

Adana, Antalya ve Bursa illerinin diğer illerden ayrılarak farklı bir küme oluşturması da bu illerin genç nüfusu, sanayisi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında yine tahmin edilebilen bir sonuç olmuştur. Burada tahmin edilemeyen sonuç ise üstte yer alan parametreler açısından en yukarılarda yer alan İzmir'in bu kümede yer almamasıdır. Bu durumun nedeni çevre illerdeki sanayileşmenin yüksek olmasının iş gücünü İzmir'den çekmesi olabilir.

Şanlıurfa, Sakarya, Tekirdağ, Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Manisa, Kayseri, Muğla, Gaziantep, Mersin, Kocaeli ve Konya illerinin diğer illerden ayrılarak farklı bir küme oluşturması da bu illerin genç nüfusu, sanayisi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında yine tahmin edilebilen bir sonuç olmuştur. Burada tahmin edilemeyen sonuç ise üstte yer alan parametreler açısından en yukarılarda yer alan İzmir'in 2. kümede yer almadığı gibi bu kümede de yer almamasıdır. Ayrıca başka bir tahmin edilemeyen sonuç da yine bu parametrelere göre bu kümede yer alması beklenen Diyarbakır ilinin bu kümede yer almaması olmuştur. Bu durumun nedeni Diyarbakır ilinin coğrafi konumu ve dar bir sektörel dağılım sergilemesi olabilir.

Yukarıda iller dışında kalan 62 il ise son kümede yer almıştır. Genç nüfusu, sanayisi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında İzmir ve Diyarbakır haricinde diğer illerin ayrı bir kümede olması tahmin edilebilen bir sonuç olmuştur.

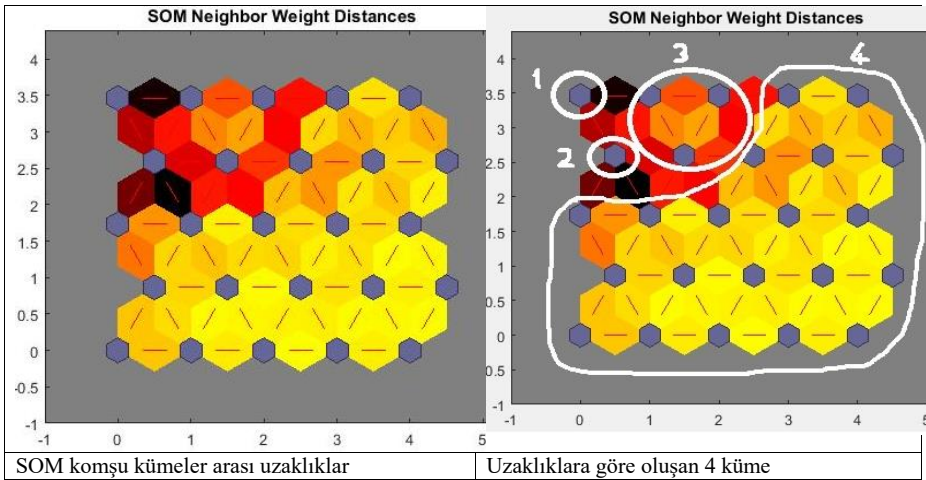
Kümelerin kendi içinde ve genel olarak dağılımına bakıldığında ise bölgesel bir dağılıma rastlanmamıştır. Fakat Karadeniz haricinde diğer denizlere kıyısı olan illerden çoğunun genelde son kümeye dahil olmadığı 1. 2. ve 3. kümelerde yer aldığı görülmüştür.

### SOM Kümeleme Yöntemi Bulguları

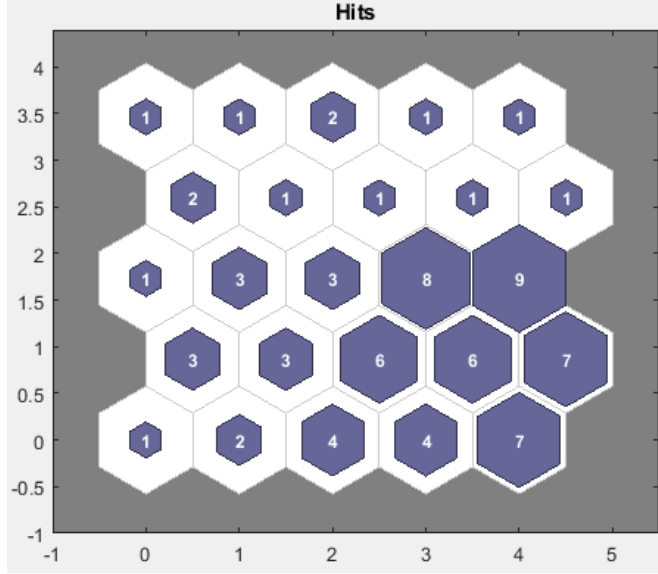
Matlab programı kümeleme araç kutusu kullanılarak SOM yöntemine göre illerin girişimcilik verileri kümelendirilmiştir. Kümeleme işlemi için 5\*5 yapı-sındaki bir harita düzeni seçilmiştir. Yani iller 25 kümeden oluşan bir haritaya göre kümeleneceklerdir.

SOM yöntemine göre yapılan kümeleme işlemi sonucunda Şekil 6'da görüldüğü gibi uzaklık grafiği elde edilmiştir. Kümeler arasındaki uzaklıklarda koyu renkler uzaklığın arttığını göstermektedir. Buna göre bu 25 küme de kendi aralarındaki uzaklıklar baz alındığında 4 farklı kümeye ayrılmaktadır. Burada 4 nolu kümenin oldukça geniş olduğu dikkat çekmektedir.

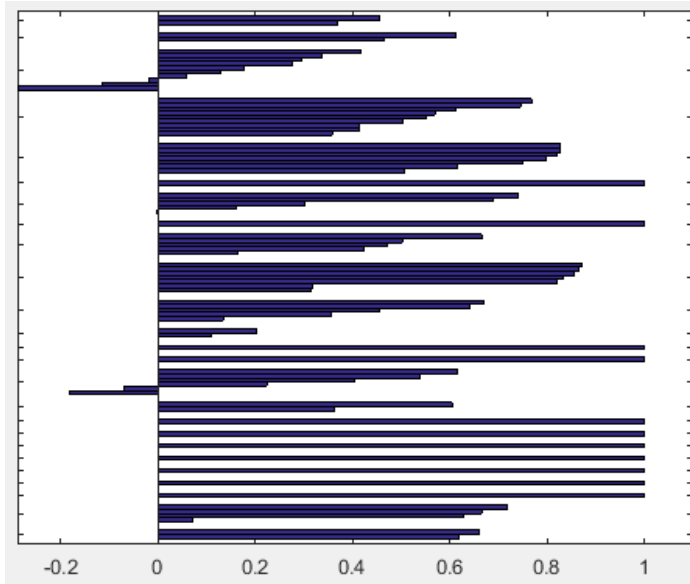
Şekil 6: SOM Kümeleme Yöntemi Göre Uzaklık Grafiği



SOM yöntemine göre oluşturulan 25 kümenin kaç şehirden oluştuğunu gösteren hit grafiği ise Şekil 7'de gösterilmektedir.

**Şekil 7: SOM Kümeleme Yöntemi Göre Hit Grafiği**

SOM yöntemine göre kümelemenin başarısını göstermek amacı ile Silhouette grafiği Şekil 8'de verilmiştir. Bu grafik kümeleme işleminin başarısının görsel olarak görülmesini sağlar. Grafikte görüldüğü gibi birkaç küme haricinde SOM kümeleme yöntemi verileri başarılı bir şekilde kümeleyebilmiştir.

**Şekil 8: SOM Kümeleme Yöntemi Göre Silhouette Grafiği**

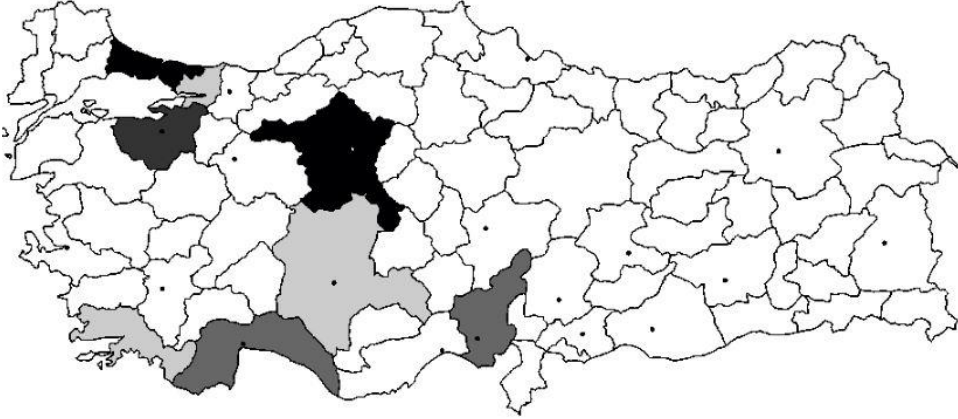
SOM kümeleme yöntemine göre şehirlerin girişimcilik durumuna göre kümeleme sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

**Tablo 3:** İllerin SOM Kümeleme Yöntemi Göre Kümelene Sonuçları

1 Nolu Küme	2 Nolu Küme	3 Nolu Küme	4 Nolu Küme	5 Nolu Küme
Ankara ve İstanbul	Bursa	Adana ve Antalya	Kocaeli, Konya ve Muğla	Geri Kalan İller

Tablo 3’e göre analizin başında diğer illerden ayrılan Ankara ve İstanbul illeri ayrı bir küme; Bursa ili tek başına ayrı bir küme; Adana ve Antalya illeri ayrı bir küme, Kocaeli, Konya ve Muğla illeri ayrı bir küme, kalan 73 il ise ayrı bir küme oluşturmuştur. Şekil 9’da ise bu illerin Türkiye haritasında dağılımı gösterilmektedir.

**Şekil 9:** SOM Kümeleme Yöntemine Göre İllerin Türkiye Haritasında Dağılımı



SOM kümeleme yöntemine göre İllerin Türkiye haritasında dağılımına bakıldığında Türkiye’nin en büyük ve genel anlamda en gelişmiş iki ili olan Ankara ve İstanbul’un diğer illerden ayrı bir küme olması tahmin edilebilen bir sonuçtur.

Bursa ilinin diğer tüm illerden ayrılarak farklı bir küme oluşturması genç nüfus, sanayi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında beklenen bir sonuç olmamıştır. Bursa ilinin yanında yukarıdaki parametreler açısından üstlerde yer alan illerin de bu kümede yer alması daha beklenebilir bir sonuçtur. Bu durum Bursa ilinin coğrafi konumu, pazarlara yakınlığı, farklı tüm sektörlerde yüksek iş imkanı gibi nedenlerden kaynaklanmış olabilir.

Adana ve Antalya illerinin diğer illerden ayrılarak farklı bir küme oluşturması da bu illerin genç nüfusu, sanayisi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında beklenen bir sonuç olmuştur. Fakat başka illerin de bu kümede yer alması daha tahmin edilebilir bir sonuç olarak kabul edilebilir.



Kocaeli, Konya ve Muğla illerinin diğer illerden ayrılarak farklı bir küme oluşturmuştur. İllerin genç nüfusu, sanayisi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında Muğla ilinin bu kümede yer alması tahmin edilebilir bir sonuç olmamıştır. Bu durumun nedeni Muğla ilinin turizm konusunda lokomotif bir rol üstlenerek günden güne artan hizmet sektöründeki açık olabilir.

Yukarıda iller dışında kalan 73 il ise son kümede yer almıştır. Genç nüfusu, sanayisi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında üstlerde yer alan İzmir, Şanlıurfa, Gaziantep vb. illerin bu kümeye dahil olması tahmin edilebilir bir sonuç olmamıştır.

Kümelerin kendi içinde ve genel olarak dağılımına bakıldığında ise bölgesel bir dağılıma rastlanmamıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürekli değişen pazar koşulları ve gelişen teknoloji bağlamında girişimcilik faaliyetlerin önemi özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde giderek artmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinin benzer özellikleri taşıyan yerlere göre gruplanması da aynı şekilde büyük önem teşkil etmektedir. Çünkü aynı özellikleri taşıyan ve sayısı; il, kalkınma bölgesi ve coğrafi bölgelere göre daha az olan bu gruplar gerek girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve destek sağlanmasında gerekse girişimcilik faaliyetlerinde ortaya çıkan sorunların belirlenmesi ve çözümünde önemli bir veri kaynağı olacaktır. Bu nedende bu çalışmada ülkemizdeki illeri girişimcilik faaliyetlerine göre kümeleyerek literatürdeki bu boşluğun kapatılması amaçlanmıştır.

Türkiye Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi tarafından sağlanan veriler kullanılarak GBS'nde yer alan "İllere göre girişim sayısı, net satışlar ve aktifler" raporları çalışmada veri olarak kullanılmıştır. Kümeleme yöntemlerinden Bulanık k ortalamalar ile SOM yöntemi uygulanmıştır.

Bu verileri içeren üç boyutlu olarak çizilen grafiğe göre İstanbul ve Ankara illerinin diğer bütün illerden ayrılmış olduğu ve oldukça farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu illerinin verilerinin aykırı veri oldukları, kümeleme analizi sonuçlarını ciddi oranda etkileyecekleri düşünülerek bu iller analiz başlangıcında zaten ayrı bir küme olarak değerlendirilmiş ve analizden çıkarılarak araştırmaya geriye kalan 79 il ile devam edilmiştir.

Bulanık k ortalamalar yöntemine göre Ankara ve İstanbul ayrı bir küme; Adana, Antalya ve Bursa ayrı bir küme; Şanlıurfa, Sakarya, Tekirdağ, Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Manisa, Kayseri, Muğla, Gaziantep, Mersin, Kocaeli, Konya ayrı bir küme kalan 62 il ise ayrı bir küme oluşturmuştur. İzmir ve Di-

yarbakır illerinin son kümede yer alması genç nüfus, sanayi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında dikkat çekici bir sonuç olmuştur. Kümelerin kendi içinde ve genel olarak dağılımına bakıldığında ise bölgesel bir dağılıma rastlanmamıştır. Fakat Karadeniz haricinde diğer denizlere kıyısı olan illerden çoğunun genelde son kümeye dahil olmadığı 1. 2. ve 3. kümelerde yer aldığı görülmüştür.

**Tablo 4:** Bulanık K Ortalamalar ve SOM Kümeleme Yöntemi Sonuçları Arasındaki Farklar

Kümeleme Yöntemi	1 Nolu Küme	2 Nolu Küme	3 Nolu Küme	4 Nolu Küme	5 Nolu Küme
Bulanık K Ortalamalar	Ankara ve İstanbul	Adana, Antalya ve Bursa	Şanlıurfa, Sakarya, Tekirdağ, Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Manisa, Kayseri, Muğla, Gaziantep, Mersin, Kocaeli, Konya	Geri Kalan Tüm İller	-
SOM	Ankara ve İstanbul	Bursa	Adana ve Antalya	Kocaeli, Konya ve Muğla	Geri Kalan İller

SOM kümeleme yöntemine göre Ankara ve İstanbul illeri ayrı bir küme; Bursa ili tek başına ayrı bir küme; Adana ve Antalya illeri ayrı bir küme, Kocaeli, Konya ve Muğla illeri ayrı bir küme, kalan 73 il ise ayrı bir küme oluşturmuştur. İzmir, Şanlıurfa ve Gaziantep illerinin son kümede yer alması genç nüfus, sanayi, iş potansiyeli, iş gücüne katılım oranı, kalifiye iş gücü gibi parametreler göz önüne alındığında dikkat çekici bir sonuç olmuştur. Ayrıca Muğla ilinin son kümede yer almaması da yukarıdaki parametreler doğrultusunda dikkat çekici bir sonuç olmuştur. Kümelerin kendi içinde ve genel olarak dağılımına bakıldığında ise bölgesel bir dağılıma rastlanmamıştır.

Bu iki yöntemin oluşturduğu kümeler kendi arasında kıyaslandığında ise bulanık k ortalamalar yöntemine göre toplamda 4 küme SOM kümeleme yöntemine göre ise toplamda 5 küme oluşmuştur. Gerek küme sayısının farklı olması gerekse bu yöntemlerin çalışma algoritmalarının farklı olması nedeniyle iller de farklı kümelerde yer almışlardır. Bulanık k ortalamalar yöntemine göre 19 il 3 farklı kümede kalan 62 il tek kümede toplanmışken, SOM kümeleme yöntemine göre ise 8 il 4 farklı kümede kalan 73 il ise tek kümede toplanmıştır. Kümeleme analizi sonuçlarının bu şekilde farklı çıkmasının en önemli nedeni yöntemlerin yaklaşımlarının ve matematiğinin farklı olmasıdır. Özellikle SOM kümeleme yöntemi yapay sinir ağlarını temel alan bir yöntem olduğu için bütün kümeleme algoritmalarından ayrılmaktadır bu nedenle farklı sonuçlar vermesi de beklenen bir sonuçtur çalışmada da bu şekilde çıkmıştır.

Bazı gruplara düşen il sayısının az, bazı gruplara düşen il sayısının fazla olmasının nedeni ise girişimciliğe verilen desteklerin belirli bölgelerde daha benimsenerek uygulanması, özellikle kültürel yapısı birbirine benzeyen ve daha az gelişmiş olan illerin girişimcilik açısından tutuk kalması olabilir.

Bu çalışma ile 81 il GBS'nde yer alan "İllere göre girişim sayısı, net satışlar ve aktifler" verilerine göre Bulanık k ortalamalar ile SOM yöntemleriyle kümelenmiş ve bunun sonucunda bu 2 yöntemle göre Türkiye'nin girişimcilik haritası çıkarılmıştır. Girişimcilik faaliyetlerinin aynı özellikleri taşıyan yerlere göre kümelenmesi büyük bir önem arz etmektedir. Çünkü aynı özellikleri taşıyan ve sayısı il, kalkınma bölgesi ve coğrafi bölgelere göre daha az olan bu gruplar gerek girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve destek sağlanmasında gerekse girişimcilik faaliyetlerinde ortaya çıkan sorunların belirlenmesi ve çözümünde önemli bir veri kaynağı olacaktır. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOSGEB, TÜBİTAK, Kalkınma Ajansları, Sivil Toplum Kuruluşları vb. diğer karar alıcılar girişimcilikle ilgili bölgesel politikalarını oluştururken bu çalışmadan yararlanabilirler.

Bundan sonraki çalışmalarda illerde girişimciliğe ait daha değişik veriler de kullanılarak çalışma genişletilebilir, veriler GBS'nin dışında başka yerlerden de alınarak çeşitlendirilebilir bulanık k ortalamalar ile SOM yöntemleri dışında daha farklı ve çeşitli kümeleme yöntemleri kullanılabilir, kümeleme sadece iller bazında değil kalkınma bölgesi, teşvik bölgesi vb. gibi çeşitli alanlarda da yapılabilir ve sadece tek bir yıl için değil yıllara göre girişimciliğin Türkiye'deki değişimi de incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Alpar, R. (2017). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Atalay, M., ve Öztürk, Ş. (2016). Türkiye'deki İllerin Göç ve İşsizlik İstatistiklerine Göre Kümelenmesi. *In 2nd International Congress on Applied Sciences: "Migration, Poverty and Employment": 23-25 Eylül 2016, Konya: Bildiriler (520-527)*.
- Bikari, S. (2017). *Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutumları ve Kişilik Özellikleri Açısından Kohonen Ağları (Self-Organizing Map-Som) ve Kümeleme Analizi İle Karşılaştırılması*, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Belgin, Ö. ve Avşar, B. A. (2019). Türkiye'de Bölgeler ve İller Düzeyinde Ar-Ge ve Yenilik Performansının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Ölçülmesi, *Verimlilik Dergisi*, (2), 27-48.
- Bezdek, J. C. (1973). *Fuzzy Mathematics in Pattern Classification*. PhD Thesis, Cornell University, New York.
- Çınaroğlu, S., & Bulut, H. (2018). K-Ortalamlar ve Parçacık Sürü Optimizasyonu Tabanlı Kümeleme Algoritmaları İçin Yeni İklendirme Yaklaşımları, *Journal of the Faculty of Engineering & Architecture of Gazi University*, 33(2), 413-422.
- Güneş, M. ve İncekırık, A. (2016). Ege Bölgesinde Faaliyet Gösteren KOSGEB Kapsamındaki Farklı Ölçeklerdeki Şirketlerin (KOBİ) Bulanık Kümeleme Analizi İle Gruplandırılması, *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 22(4), 314-323.
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye'de Girişimcilik Kültürü, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 189-210.
- Höppner, F., Klawonn, F., Rudolf, K. ve Runkler, T. (1999). *Fuzzy Cluster Analysis*. Wolfenbüttel: Wiley Publishers.
- Işık, M. ve Çamurcu, A.Y. (2007). K-Means, K-Medoids ve Bulanık C- Means Algoritmalarının Uygulamalı Olarak Performanslarının Tespiti, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 6(11), 31-45.
- Kohonen, T. (1998). The Self-Organizing Map, *Neurocomputing*, 21, 1-6.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and The Characteristics of The Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295-299.

- Murat, Y.Ş. ve Şekerler, A. (2009). Trafik Kaza Verilerinin Kümelenme Analizi Yöntemi ile Modellenmesi, *Teknik Dergi*, 20 (98), 4759-4777.
- Özkan, Ş. (2003). Türkiye’de Girişimcilik ve Belirleyiciler: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(04), 145-172.
- Tokathoğlu, S., ve Yalçın, E. C. (2019). Girişimci Davranışa İlişkin Bireysel Algılar: GEM Verileriyle Kümeleme Analizi, *International Journal of Innovative Approaches in Social Sciences*, 3(1), 1-19.
- Wickham, P. (1998). *Strategic Entrepreneurship. A Decision-Making Approach To New Venture Creation And Management*. UK: London: Pitman Publishing.
- Yılmaz, E., ve Sünbül, A.M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 195-203.

# PSİKOLOJİK SERMAYE VE ALGILANAN İSTİHDAM EDİLEBİLİRLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA\*

An Empirical Study on the Relationship between Psychological Capital and Perceived Employability

Gönderim Tarihi / Received: 04.05.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 02.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.731729>

Gökdeniz KALKIN\*\*1

Haluk ERDEM<sup>2</sup>

Eser ERDURMAZLI<sup>3</sup>

**ÖZ:** Bu araştırma psikolojik sermaye ve boyutlarının (iyimserlik, umut, öz yeterlilik ve psikolojik dayanıklılık) algılanan istihdam edilebilirlik arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda; çeşitli yükseköğretim ve fakültelerinde öğrenim görmekte olan öğrencilere (264) tesadüfi örneklem yöntemi ile elektronik ortamda anket uygulaması yapılmıştır. Analiz sonuçları, ölçeklerin yapısal geçerliliğinin uygun olduğunu ve öğrencilerin psikolojik sermaye ve boyutlarının algılanan istihdam edilebilirlik üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini desteklemektedir. Bu çalışmanın bulgularının, konuyla ilgili literatürdeki boşluğun doldurulmasına önemli bir katkı yapabileceği ve iş hayatına giriş yapmak üzere olan veya kariyer değiştirecek kişilerin eğitim ve gelişim süreçlerini, pratik anlamda, destekleyebileceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Algılanan İstihdam Edilebilirlik, Psikolojik Sermaye, Kaynakların Kullanılması Kuramı.

**ABSTRACT:** This research was conducted to find out the relationships of psychological capital with perceived employability and its dimensions (i.e., self-efficacy, hope, optimism and psychological resilience). In this context, a questionnaire was employed to students from various high schools and faculties (264) electronically via random sampling method.

\* Bu çalışmanın verileri 2018-2019 eğitim öğretim yılı güz döneminde toplandığından etik kurul izni bulunmamaktadır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi/Dalaman Sivil Havacılık Yüksekokulu/Havacılık Yönetimi ABD, [gokdenizkalkin@mu.edu.tr](mailto:gokdenizkalkin@mu.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-9200-5893>

<sup>2</sup> Doç. Dr., Kara Harp Okulu, [halukerdem4244@gmail.com](mailto:halukerdem4244@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-1980-9075>

<sup>3</sup> Dr., Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi, [akadem06@yahoo.com](mailto:akadem06@yahoo.com), <https://orcid.org/0000-0001-7568-6092>

The analysis findings support that the structural validity of the scales is appropriate and that the psychological capital and dimensions of the students significantly and positively affect the perceived employability. It is thought that results of the current research can make a significant contribution to filling the literature gap related to the subject and can enhance the training and development processes of people who will start a business life for the first time or people thinking about career change, in a practical sense.

**Keywords:** Perceived Employability, Psychological Capital, Conservation of Resources Theory.

## GİRİŞ

Örgütlerin faaliyet gösterdiği işgücü piyasalarında, küreselleşme ve teknoloji-deki hızlı değişimlerin etkisiyle çeşitli değişiklikler meydana gelmektedir (Bernston ve Marklund, 2007; Akkermans vd., 2015). Büyük yeniden yapılanmalar, karar merkezlerinin azaltılması, küçülme ve diğer örgütsel değişim biçimleri bu bağlamda yaygın şekilde karşılaşılan önemli gelişmelerdendir (Wittekind vd., 2010). Söz konusu değişimler ile bağlantılı olarak, artan 'geçici iş sayısı' ve iş piyasasında azalan 'iş güvenliği' gibi çalışanların kariyerlerini doğrudan etkileyen yeni zorluklar kariyer süreçlerini daha da dinamik hale getirmekte ve bu nedenle çalışanların da bu değişim sürecine ayak uydurmaları zorunlu hale gelmektedir (Akkermans vd., 2015).

Kişisel kariyer yönetiminin giderek daha fazla önem kazandığı böyle bir çalışma ortamında, çalışanların kişisel gelişmelerini sağlayacak gerekli yetkinliklere sahip olmaları, başka bir deyişle, istihdam edilebilir hale gelmelerinin önemi daha da artmış durumdadır (Akkermans ve Tims, 2017). İstihdam edilebilirlik; kişisel özellikler, kendini ve kişinin becerilerini öğrenme ve geliştirme ile ilgili kapasiteleri ifade eder ve beklenti, öz-yeterlik, üst bilişsel yeterlilikler, duygusal zeka, problem çözme ve öz-yönetim gibi esneklik sağlayan aracı nitelikleri içermektedir. Bu nedenle, yüksek istihdam edilebilir çalışanların profilleri işgücü piyasasında yüksek oranda talep görmektedir (Gunawan vd., 2018). Dolayısıyla işverenler bu çalışanları örgütlerine bağlamak ve onları rakiplerinden uzak tutmayı istemektedir (De Cuyper vd., 2012a).

İstihdam edilebilirlik hem değişken rekabet ortamında hayatta kalmaya çalışan örgütler hem de belirsiz işgücü piyasasında kariyer başarısını hedefleyen bireyler için kritik bir gerekliliktir. Bu çalkantılı kariyer ortamında hayatta kalmak, çalışanların sürekli olarak kendileri ve kaynaklarındaki değişimi yönetmelerini gerektirmektedir (Ngoma ve Ntale, 2016). Aynı zamanda istihdam edilebilirlik, kişinin iş bulma yeteneklerinin öznel yorumunu da içerdiğinden, kişinin psikolojik durumundan etkilenmesi muhtemeldir. Olumlu bir zihinsel durum, bireylerin istihdam edilebilirliklerini nasıl algıladıkları üzerinde



faydalı bir etkiye sahip olacaktır (Chen ve Lim, 2012). Bu bağlamda çalışma, yetenek ve beceriler gibi kişisel kaynakların varlığına yönelik bireysel inancı yansıtan istihdam edilebilirlik algısının (Bernston ve Marklund, 2007), yine bu kişisel kaynaklarla doğrudan bağlantılı ‘psikolojik sermaye’ ile çok yakın bir ilişkisinin olabileceğine varsaymaktadır.

Öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık gibi önemli kişisel kaynakları kapsayan psikolojik sermaye (Luthans vd., 2006), pozitif bir psikolojik durum olarak, insanların bireysel yeteneklerine olan inançlarını belirlemektedir (Bandura, 1995). Bu nedenle, psikolojik sermaye kaynaklarının istihdam edilebilirlik algısı üzerinde önemli etkisi olabilecek bir faktör olarak ele alınması gerektiği değerlendirilmektedir. Luthans vd. (2008), umutlu bir çalışanın hedeflerine ulaşma yolunda bir engelle karşılaştığında, alternatif bir yol izlemek için bilerek ve proaktif olarak hızlı bir şekilde cevap geliştirebileceğini, bunun nedenin ise yüksek düzeyde iyimserlik, etkinlik ve dayanıklılığa sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Bu çalışmanın amacı, bireylerin yetkinlik ve becerilerini yansıtan psikolojik sermaye bileşenlerinin, kişisel kaynakların önemli bir parçası olarak, onların istihdam edilebilirlik algıları üzerindeki olası etkilerini incelemektir. Kuramsal olarak birbiriyle yakından bağlantılı olduğunu ileri sürdüğümüz söz konusu iki değişken (diğer bir deyişle, psikolojik sermaye ve algılanan istihdam edilebilirlik) arasındaki ilişkiler üzerine yapılmış çalışmaların sayısının çok sınırlı olması nedeniyle, mevcut literatürde konuyla ilgili önemli bir eksiklik olduğu görülmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada kaynakların korunması kuramına dayanarak (Hobfoll, 1989) geliştirilen ve kişisel kaynaklar olarak psikolojik sermayenin, bireylerin istihdam edilebilirlik algıları üzerinde etkilerinin bulunduğu iddia edildiği hipotezler test edilmektedir. Kaynakların korunması teorisine göre kaynaklar, birey tarafından değer verilen veya hedeflerine ulaşmak için bir araç işlevi gören kişisel özellikler koşullar ya da enerjiler şeklinde tanımlanmakta olup, insanlar sahip oldukları bu kaynakları elinde tutmaya, korumaya ve geliştirmeye çalışmaktadırlar (Hobfoll, 1989). Dolayısıyla, söz konusu teori doğrultusunda, bireylerin psikolojik sermayeleri kapsamında sahip oldukları ve geliştirmeye çalıştıkları kişisel kaynaklarının onların ‘istihdam edilebilir olma’ hedefleri doğrultusunda bir araç olarak görülebileceği ve bu aracın kapasitesine ilişkin bireysel inançlarının da onların istihdam edilebilirlik algılarını etkileyebileceği değerlendirilmektedir.

Günümüz dinamik ve çalkantılı iş piyasasının ortaya çıkardığı önemli bir kavram olan ‘istihdam edilebilirlik’ algısını etkileyen faktörlerin, daha da özelinde psikolojik sermaye bileşenlerinin, etkilerinin belirlenmesinin, bahse konu kuramsal boşluğun doldurulmasına önemli katkılar yapabileceği düşünülmekte-

dir. Pratik anlamda ise, önemli iş tutumları üzerinde etkileri bulunduğunu yukarıda ifade ettiğimiz istihdam edilebilirlik algısının geliştirilmesine yönelik bu faktörlerin (psikolojik sermaye bileşenlerinin) etkilerinin belirlenerek, çalışmanın örneklemini oluşturan ve eğitim sürecinin son aşamasındaki öğrenciler gibi, iş hayatına giriş yapmak üzere olan veya kariyer değiştirecek kişilerin eğitim ve gelişim süreçlerini destekleyebileceği düşünülmektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Psikolojik Sermaye

Psikolojik sermaye, finansal, beşeri ve sosyal sermaye gibi geleneksel sermayelere göre örgütsel rekabet ve kalkınma için yeni bir sermaye olarak giderek daha fazla ilgi görmektedir (Li, 2018). Luthans vd. (2007a) psikolojik sermayeyi, öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılık kaynaklarından oluşan pozitif bir psikolojik durum olarak tanımlamıştır. Öz *yeterlilik* bir görevi etkili bir şekilde yerine getirme yeteneklerine sahip olma konusunda kendi inancına bağlı güveni; *iyimserlik*, bireylerin hedeflerine şimdi ve gelecekte ulaşılması yönünde olumlu bir beklentiyi; *umut* hedeflere ulaşmada başarı duygusu tarafından yönlendirilen bilişsel bir süreci ve son olarak *dayanıklılık*, olumsuzlukla karşılaşıldığında başarısızlıktan geri dönmesini ifade etmektedir (Luthans vd., 2007a; Luthans vd., 2008; Madrid vd., 2018).

Psikolojik sermaye, kapsayıcı bireysel motivasyon eğilimi ve çalışan performansının (Agarwal ve Farndale, 2017) yanında bireyin sürekli çaba ve azim ile engellerin üstesinden gelme kapasitesinin/yeteneğinin ve başarı olasılığının olumlu bir değerlendirmesini ifade etmektedir (Harms vd., 2017). Başka bir deyişle birey tarafından, başarı şansı sürekli olarak olumlu bir şekilde değerlendirilip ve erişilebilir olduğu algılandığında, bu olumlu bakış açısı, zorlu hedeflerin peşinde koşmayı ve engellere/aksaklıklara rağmen belirlenen hedefleri gerçekleştirmek için enerji ve kaynaklara yatırım yapılmasını teşvik etmektedir (Youssef-Morgan ve Luthans, 2015; Eriş ve Arun, 2020).

Psikolojik sermaye değişime ve gelişime açıktır. Dolayısıyla müdahaleler, eğitim programları ve işbaşı faaliyetler ile değişebilmektedir (Lupşa vd., 2019). Diğer bir deyişle psikolojik sermaye “kim olduğunuzu” ve gelişimsel anlamda da, “kim olacağınızı/dönüşeceğinizi” ifade etmektedir (Luthans vd., 2007b). Örneğin, çalışanların öz-yeterliliklerini ve özgüvenlerini geliştirmede ustalık deneyimleri, sosyal ikna, vekaleten öğrenme/modelleme, olumlu geribildirim, psikolojik ve fizyolojik uyarılma vb. yaklaşımlar başarı elde etmelerini sağlamaktır. Yapılan bir araştırmanın sonucuna göre; deneyimsel egzersizler, iş başında eğitim ve koçluğun, “güdümlü ustalık deneyimleri” yoluyla öz-yeterlilik oluşturmaya katkıda bulunduğu bulunmuştur (Luthans ve Youssef, 2004).

Yapılan birçok araştırma sonucuna göre; psikolojik sermaye, arzulanan çalışma tutumları, davranışları ve performanslarıyla (Luthans vd., 2008; Huang ve Luthans, 2015), iyimserlik/refah ile (Avey vd., 2010b), örgütsel bağlılık ve iş tatmini ile (Luthans vd., 2007b; Luthans vd., 2008), göreve odaklanma ile (Paterson vd., 2014) ve güvenlik iklimi algısı ile pozitif bir ilişki içerisinde (Bergheim vd., 2013) olduğu belirtilmiştir. Psikolojik sermayesi yüksek olan bireyler gelecekte hakkında olumlu beklentilere sahiptirler ve yaptıkları işin çeşitli zorluklarıyla karşılaştıklarında başa çıkma becerilerine daha fazla inanmaktadır. Luthans vd. (2007b) yaptıkları çalışma sonucunda, psikolojik sermayenin çalışanları iyi performans göstermelerine hususunda motive ettiğini ve bu durumda iş doyumlarını arttırdığını belirtmişlerdir. Diğer taraftan, psikolojik sermayesi daha düşük olan bireyler meslektaşlarına kıyasla işlerinden daha çok hoşnutsuz olma eğiliminde olup, sinizm gibi daha işlevsel olmayan tutumlar yaşamaktadırlar (Lam vd., 2015). Cheung vd., (2011)'in yaptıkları araştırma sonucunda, bireylerin sahip oldukları düşük psikolojik sermayenin, tükenmişlik ve benlik yitimini artırdığı ifade edilmektedir.

Psikolojik sermayenin sonuçları, özellikle iş bağlamında da kritik öneme sahiptir. Psikolojik sermaye performans, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık gibi arzu edilen çalışma tutumları üzerinde pozitif etkiye sahipken; işgören devir oranı, iş stresi ve kaygıyı, sapkınlık gibi istenmeyen davranışları da azaltıcı etkiye sahiptir (Harms ve Luthans, 2012; Luthans ve Youssef-Morgan, 2017; Harms vd., 2017). Avey vd. (2010a)'in 336 çalışan üzerinde yaptığı araştırma sonucunda, psikolojik sermayenin ekstra-rol örgütsel vatandaşlık davranışlarıyla olumlu ilişkili olduğu ve işten ayrılma niyetleri, örgütsel sinizm ve üretken olmayan işyeri davranışlarıyla negatif ilişkili olduğu vurgulanmıştır.

### **Algılanan İstihdam Edilebilirlik**

İstihdam edilebilirlik "istihdam" ve "yetenek" sözcüklerinden oluşmaktadır ve dolayısıyla istihdam edilebilme kabiliyeti ile ilgilidir (Vanhercke vd., 2014). İstihdam edilebilirlik, bireyin "kariyer fırsatlarının yaratılması, tanımlanması ve gerçekleştirilmesi yoluyla istihdam seçeneklerini kontrol etme kapasitesi" olarak tanımlanmaktadır (De Cuyper vd., 2012a). Yüksek istihdam edilebilirlik kişinin belirli iş ile ilgili sorunları çözme ve zor durumlarla başa çıkma yeteneğini yansıtmaktadır. Dolayısıyla, öz-yeterliliğin bir sonucu olmaktan ziyade, istihdam edilebilirliğin, etkinlik inançlarının güçlendirilmesine yol açabileceği makul görülmektedir (Berntson vd., 2008). Artan geçici iş miktarı ve iş piyasasında azalan iş güvenliği göz önüne alındığında, istihdam edilebilirlik, kariyer başarısını gerçekleştirmenin bir aracı olarak daha önemli hale gelmektedir (Akkermans ve Tims, 2017).

Algılanan istihdam edilebilirlik ise, bireyin iş bulma ve sürdürme olasılıklarını algılamasını ifade etmektedir (Berntson ve Marklund, 2007). Bu fırsatların algılanması kişisel ve yapısal faktörlere ve bunların etkileşimlerine dayanmaktadır (Van Hootegem vd., 2019). Kişisel faktörler birey düzeyindeyken (örneğin kişinin yeteneklerinin, kapasitelerinin ve becerilerinin algılanması, duygusal zeka), yapısal faktörler ise işe, organizasyona veya topluma bağlı bağlamsal yönleri ve mesleki başarıya stratejik bir yaklaşım benimsemeyi ifade etmektedir. Bu algıların bir araya gelmesi, kişinin yeni bir istihdam elde etme olasılıklarının, yani algılanabilir istihdamın tutarlı bir öz imajını doğurmaktadır (Berntson ve Marklund, 2007; Kirves vd., 2014a; Gunawan vd., 2018; Van Hootegem vd., 2019).

Vanhercke vd. (2014), yeni istihdam elde etmenin yanı sıra mevcut istihdamı sürdürme olasılığının da önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu ifadede beş husus göze çarpmaktadır (Vanhercke vd., 2014): İlk olarak, algılanabilir istihdam edilebilirlik öznel bir değerlendirmedir. İkincisi, en geniş anlamda, algılanabilir istihdam edilebilirlik, istihdamın “olanakları (kişisel faktörler, yapısal faktörler ve etkileşimleri)” ile ilgilidir. Üçüncüsü, istihdamın “elde edilmesi ve sürdürülmesi” ile ilgilidir. Bu, algılanabilir istihdam edilebilirliğin işgücü piyasası ve kariyer boyunca farklı gruplar için geçerli olduğu fikrini doğrulamaktadır. *Dördüncüsü*, algılanabilir istihdam edilebilirlik, mevcut işverenle (yani iç işgücü piyasasında) veya başka bir işverenle (yani dış işgücü piyasasında) olsun “istihdam” olasılıklarını ifade etmektedir. *Beşinci* olarak, “istihdam” genel terimi, hem nicelik (yani mevcut işlerin sayısı) hem de kalite (yani mevcut işlerin türü) üzerine odaklanmaktadır.

İstihdam edilebilirlik, çağdaş çalışma yaşamında kritik bir kişisel kaynak olarak görülmektedir. Örneğin De Cuyper vd. (2012b), dış/harici istihdam edilebilirlik algısının, güvensizlik duygusunu önleyebileceği ve bunun sonucu olarak azalan iş güvensizliğinin tükenmişliği de azalttığı sonucuna varmışlardır. Yapılan bir çok araştırmaya göre istihdam edilebilirliğin, irade ve öz-yeterlilikle olumlu ilişkili olduğu ve iş katılımı ve iş tatminini artırdığı (Ngo vd., 2017), kariyer araştırması ve öz yeterlilik ile pozitif etkileşimli olduğu (Forstenlechner vd., 2014), yenilikçilik, kariyer esnekliği ve kariyer özyönetim özelliklerinin önemli yapısal motivasyon mekanizmaları olduğu (Coetsee ve Engelbrecht, 2019), kariyer memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini (De Vos vd., 2011), işgücü esnekliğini artırdığını, performansı artırdığını ve sürekli bir rekabet avantajı yaratmalarına olanak verdiğini (Nelissen vd., 2017) ve duygusal tükenmişlikle negatif ilişkili (De Cuyper vd., 2012b; Chambel vd., 2015) olduğunu ifade edilmiştir.

Algılanan istihdam edilebilirlik, işgücü piyasası konumunun nispeten zayıf veya güçlü olarak algılanıp algılanmadığına dair bir ilk gösterge olarak su-

nabilir. Örneğin, insan kaynakları yöneticileri, çalışanın kariyer olasılıklarını (gelecekteki kariyer olasılıklarını) nasıl algıladığını keşfetmek için çalışanlarının algılanabilir istihdam edilebilirlik değerlendirmelerini kullanabilirler (Vanhercke vd., 2014). Coetzee ve Engelbrecht (2019)'ın yaptıkları araştırma sonucuna göre; iş ve istihdam koşullarındaki değişikliklerle karşılaşıldığında, çalışanların yeterlilik ve özerklik duygusunu güçlendiren destekleyici kariyer geliştirme uygulamalarının, onların algılanan istihdam edilebilirliklerini etkilediklerini belirtilmiştir. Bu nedenle çalışanlar bu geliştirme faaliyetlerini, potansiyel işverenlere yönelik yeteneklerinin güçlü bir işareti olarak algıladıklarında, kendi algıladıkları istihdam edilebilirliklerine olan inançları daha güçlü olabilmektedir (Nelissen vd., 2017). Çünkü istihdam edilebilirliği düşük olan bir birey, yeni istihdam elde etmenin çok zor hatta imkânsız olduğuna inanmaktadır. Yeni bir iş bulamamak ya da bir iş bulmanın çok zor olacağını düşünmek bir çalışanın hem psikolojik kaynaklarını tüketebilmekte hem de iç ve dış çalışma ortamı algısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Birey çalışma hayatı üzerinde daha az kontrole sahip olduğunu hissetmektedir (Giorgi vd., 2015).

### **Psikolojik Sermaye ve İstihdam Edilebilirlik İlişkisi**

Psikolojik sermaye, bireylerin daha fazla güvenle daha fazla çaba harcamalarını ve bilişsel kaynaklarını başarıyla harekete geçirmelerini sağlayan bir dizi olumlu psikolojik kaynaktır (Ishaq vd., 2019). Bu bağlamda söz konusu bilişsel ve duygusal kaynaklar (öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılık) kaynakların korunması teorisinin sınırları içine girmektedir (Avey vd., 2010a). Kaynakların korunması teorisi, kaynakların kontrol ve ustalık duygusu uyandırdığını savunan stres ve motivasyon teorisidir (De Cuyper vd., 2012a; Van Hootegem vd., 2019). Teoriye göre; kaynaklar tehdit edildikçe, çalışanlar kaynaklarını korumaya yönelik savunma duruşunu benimsemektedir (Hobfoll, 2001).

Kaynakların korunması teorisindeki temel varsayım, kaynaklara sahip olan bireylerin kaynak kazanımı konusunda daha yetenekli veya daha muhafazakâr olarak kaynak kaybına karşı daha az savunmasız olduklarını ifade etmektedir (De Cuyper vd., 2012b). Bireyler olumsuzluk karşısında karşı karşıya oldukları ve devam eden zorlukları dengelemek için ellerinde kalan kaynakları (stresin başlangıcında kaybolmayanları) harekete geçirmektedir (Hobfoll vd., 2003). Psikolojik sermayesi yüksek olan bireyler, düşük bireylere kıyasla bu kaynakları daha fazla harekete geçirebilmektedir (Agarwal ve Farndale, 2017). Bu nedenle bireyin kendisini istihdam edilebilir olarak algıladığı kaynakları koruması ve geliştirmesi için sahip olduğu bilişsel ve duygusal kaynakları ifade eden psikolojik sermayenin önemli bir konsept olarak değerlendirilebileceğini söyleyebiliriz.

Psikolojik sermaye bileşeni olarak **umut**; motivasyon ve kişisel olarak yüksek değerli hedeflere ulaşma isteği içerdiğinden, umutlu bireylerin yeni iş fırsatlarının geliştirilmesi için daha fazla çaba göstermesi muhtemeldir (Direnzo vd., 2015). Dolayısıyla bu bireylerin yeni şeyler denemesi ve değişikliklere ve belirsizliklere açık olma olasılığı daha yüksektir. Bu nedenle, umudu yüksek olan bireylerin, bu tür bir keşif başarısızlıkla sonuçlanabilse bile seçenekleri açık bırakma ve yeni fikirleri keşfetme olasılığı daha yüksektir (Huang ve Luthans, 2015). Aynı şekilde, işlerini kaybetmiş veya işinden ayrılmış çalışanların, yeni işlerinde gerçekleştirebilecekleri beceri ve yetenekleri konusunda emin olmaları, yeniden iş bulma şansları hakkında **iyimser** görüşlere sahip olmaları, yeniden iş bulma hedeflerine ulaşmak için yollar bulabilmekte ve olumsuzluklara karşı dirençli durabileceklerdir (Chen ve Lim, 2012). İyimser çalışanlar, geçişleri (işletme içi/dışı) öğrenmede zorluklar ve fırsatlar olarak görme eğilimindedir, bu da her ikisinin de işte başarmalarına yardımcı olabilir ve muhtemelen onları kişisel kariyer hedeflerine ulaştırmak için iş alternatifleri geliştirmelerine yönlendirmektedir. Algılanan öz yeterlilik, kişinin olası durumları yönetmek için gereken eylem yollarını organize etme ve yürütme yeteneklerine olan inançları ifade etmektedir. Etkinlik inançları insanların düşünme, hissetme, kendilerini motive etme ve davranış biçimlerini etkilemektedir (Bandura, 1995). Dolayısıyla yüksek öz yeterliliğe sahip çalışanlar, gelecekteki işlerinde iyi performans gösterecek doğru beceri ve yeteneklere sahiptirler ve yeniden istihdam edileceğinden eminlerdir. Bu inançlar daha yüksek seviyede algılanabilir istihdam edilebilirliğe dönüşmekte ve onları yeniden iş arama sürecinde motive etmektedir (Chen ve Lim, 2012). Dayanıklılığa gelince, **dayanıklı** bireyler her zaman vazgeçmek yerine kazanılmış hedeflerde daha kararlıdır ve stresli durumlardan/sıkıntılardan sonra güven ve cesareti daha kolay toparlayabilmekte, umutsuzluk ve depresyon gibi olumsuz etkileri yaşama olasılıkları daha düşük seviyededir (Luthans vd., 2007a; Li, 2018). Örneğin iş kaybı gibi olumsuz durumlar, benlik saygısını ve algılanabilir istihdam edilebilirliğini olumsuz etkilemektedir. Çünkü yerinden edilmiş çalışanlar kendilerini yetersiz ve işsiz olarak algılamaktadırlar. Bu nedenle psikolojik sermayenin dayanıklılık yönü, kariyer aksaklıklarına rağmen bireylerin psikolojik güçlerinin devam etmesini vurgulamaktadır (Chen ve Lim, 2012).

Literatürde psikolojik sermayenin istihdam edilebilirlik üzerine etkisine ilişkin yeterli sayıda çalışma bulunmamaktadır. Konu ile ilgili sınırlı sayıdaki çalışmalardan birinde; Chen ve Lim (2012) ve Dawkins vd. (2013) psikolojik sermayenin algılanabilir istihdam ile olumlu ve anlamlı bir ilişkide olduğunu ifade etmişlerdir. Direnzo vd. (2015) ise yaptıkları çalışma sonucunda, sosyal sermaye ve psikolojik sermayenin bireyler için daha fazla iş-yaşam dengesi ile ilgili olan yüksek istihdam edilebilirlik ile ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu



nedenle özellikle, eğitim hayatını tamamlamış yeni mezunların ne kadar süre içerisinde istihdam edilebilir olacakları sahip oldukları beceriler, deneyim ve kişisel ilişkiler gibi uyguladıkları stratejiler ve kendi özelliklerinin farkına varmaları büyük önem kazanmaktadır. Ngoma ve Ntale (2016)'nin öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışma sonucuna göre sosyal sermayenin kariyer kimliği, psikolojik sermaye ve lisansüstü istihdam arasındaki ilişkiye tam olarak aracılık ettiğini ifade etmişlerdir. Böylece, mezunların psikolojik sermayesi, sosyal sermayesi ve kariyer kimliğinin istihdam edilebilirliğin zorluklarına karşı koymada yardımcı olacağını vurgulamışlardır.

Yukarıda belirtilen kurama dayalı argümanlar ve literatürde mevcut bazı çalışmalardan yola çıkarak aşağıda belirtilen araştırma hipotezleri ileri sürülmektedir. Araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmektedir.

H1: Öğrencilerin psikolojik sermayeleri ile istihdam edilebilirlik alguları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

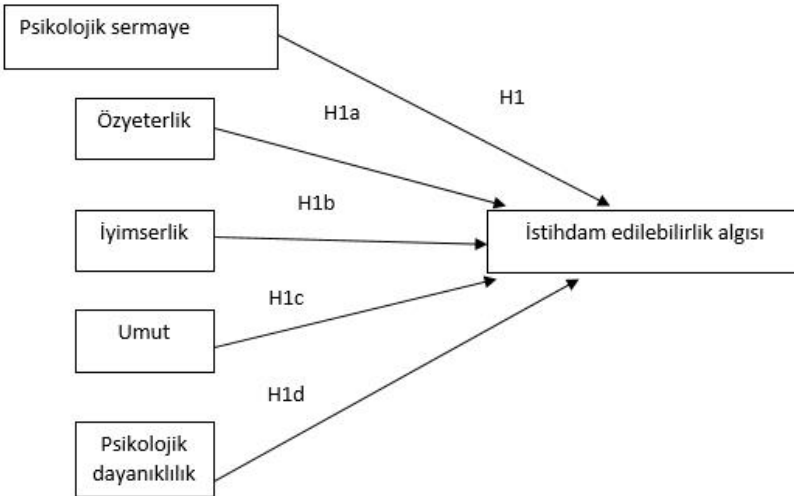
H1a: Öğrencilerin psikolojik sermayelerinin özyeterlilik bileşeni ile istihdam edilebilirlik alguları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1b: Öğrencilerin psikolojik sermayelerinin iyimserlik bileşeni ile istihdam edilebilirlik alguları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1c: Öğrencilerin psikolojik sermayelerinin umut bileşeni ile istihdam edilebilirlik alguları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1d: Öğrencilerin psikolojik sermayelerinin psikolojik dayanıklılık bileşeni ile istihdam edilebilirlik alguları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

**Şekil 1:** Araştırma Modeli





## YÖNTEM

### Örneklem, Ölçekler ve İstatistiksel Analiz

Bu araştırmada değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini ortaya koymak hedeflenmiştir. Bu kapsamda; psikolojik sermayenin ve alt boyutlarının algılanan istihdam edilebilirlik üzerinde etkisinin olup olmadığını belirleyebilmek amacıyla çeşitli üniversitelerde öğrenim görmekte olan öğrencilere tesadüfi örneklem yöntemi ile elektronik ortamda anket uygulaması yapılmıştır. Günümüzde üniversite mezunlarının istihdam edilebilmesi önemli bir sorun alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde lisans mezunlarının tüm işsizler içerisinde işsizlik oranı %25,60'dır (İŞKUR, 2019). İş hayatına atılmayı heyecanla bekleyen gençlerin kendilerini istidam edilebilir bulmaları, istihdam edilebilirliklerini artırabilmek için başka bir deyişle bilgi ve becerileri ile yetkinliklerini artırabilmelerine katkı sunabilecek dinamikleri değerlendirebilmeleri önem arz etmektedir. Bu kapsamda üniversitede eğitimine devam eden öğrenciler örneklem olarak seçilmiştir. Bu kapsamda araştırmacıların sosyal çevreleri vasıtasıyla ve gönüllülük esasına göre sosyal ağlardan elektronik ortamda anket formları gönderilmiştir. Uygun şekilde doldurulmayanlar ayıklandıktan sonra 264 anket formu analizlere dâhil edilmiştir. Örneklemi oluşturan öğrencilere ait demografik özellikler Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1:** Demografik Özellikler

Cinsiyet	
Erkek	% 59,5
Kadın	% 40,5
Bölüm	
Sivil Havacılık Yüksekokulu	% 57,2
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	% 11,4
Turizm Fakültesi	% 8,3
Mühendislik Fakültesi	% 5,3
Fen ve Edebiyat Fakülteleri	% 5,3
Sağlık Bilimleri Fakültesi	% 5,0
Tıp Fakültesi	% 4,5
Eğitim Fakültesi	% 3,0
n=264	

Bu çalışmada öğrencilerin Algılanan İstihdam Edilebilirliklerini ölçmek amacıyla; Ellis (2013) tarafından geliştirilen ve Erdem vd. (2016) tarafından Türkçeleştirilen ölçek formu esas alınmıştır. Söz konusu ölçek 9 maddeden oluşmaktadır ve cevaplar 5'li Likert şeklinde alınmaktadır. Katılımcıların Psikolojik Sermaye Düzeylerini ölçmek amacıyla Luthans vd. (2007) tarafından geliştirilen ve Çetin ve Basım (2012) tarafından Türkçeleştirilen formu kullanılmıştır. Ölçek toplam 24 maddeden oluşmaktadır ve cevaplar 5'li Likert

şeklinde alınmıştır. Araştırmada seçilen örneklemden elde edilen veriler SPSS 20.0 ve AMOS 21.0 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir.

## BULGULAR

Ölçeklerin yapısal geçerliliğini belirleyebilmek amacıyla öncelikle Keşfedici Faktör Analizi (KFA) daha sonra ise yapısal eşitlik modeli ile Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılığı belirlemek amacıyla Cronbach Alpha testleri yapılmıştır.

### Keşfedici Faktör Analizi (KFA)

Her iki ölçek için yapılan KFA sonucunda ölçekleri oluşturan maddelerin KMO'ye göre faktör analizi uygulanabileceği, test değerinin 0,5'ten büyük olduğu görülmüştür (Sharma, 1996). KFA yapıldığında ortak varyansın 0,50 değerinin altında ise ilgili maddeler analiz dışına çıkartılarak faktör analizinin tekrar yapılması daha iyi sonuçlar ortaya koyar (Hair vd., 2006: 115). Bu çerçevede madde faktör yükleri 0,50'nin altında olan; psikolojik sermaye için 1, 6, 8, 11, 12 ve 24. maddeler, algılanan istihdam edilebilirlik için ise 3.madde analizlerden çıkartılmıştır. Örnekleme yönelik yapılan KFA sonucunda her iki ölçeğin de literatürde belirtildiği şekilde faktörlere ayrıldığı görülmüştür. Örneklemede iki ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı sırasıyla psikolojik sermaye için %67,55, algılanan istihdam edilebilirlik için ise %74,50 seviyesindedir. Sonuç olarak örneklemden elde edilen bulgular göz önünde bulundurulduğunda, ölçeklerin yapısal geçerliliğini destekler durum olduğu söylenebilir. AFA sonuçlarının ayrıntısı Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Ölçeklerin Keşfedici Faktör Analizi (KFA) Tablosu

Ölçek	Faktörler	Madde sayısı	Maddelerin		Varyans (%)	KMO ve Bartlett Testi
			Faktör Yükleri	Özdeğer		
Psikolojik Sermaye	Özyeterlilik	6	0,619-0,786	4,035	22,41	KMO=0,901 p=0,000
	Psikolojik Dayanıklılık	5	0,775-0,503	2,984	16,57	
	İyimserlik	4	0,778-0,513	2,647	14,70	
	Umut	3	0,754-0,557	2,493	13,84	
Algılanan İstihdam Edilebilirlik	Diğer İşlerin Çekiciliği	3	0,864-0,815	2,268	28,34	KMO=0,779 p=0,000
	Sosyal İlişkiler Ağı	3	0,864-0,825	2,227	27,83	
	Kendi Yeteneklerine Güven	2	0,886-0,748	1,465	18,31	

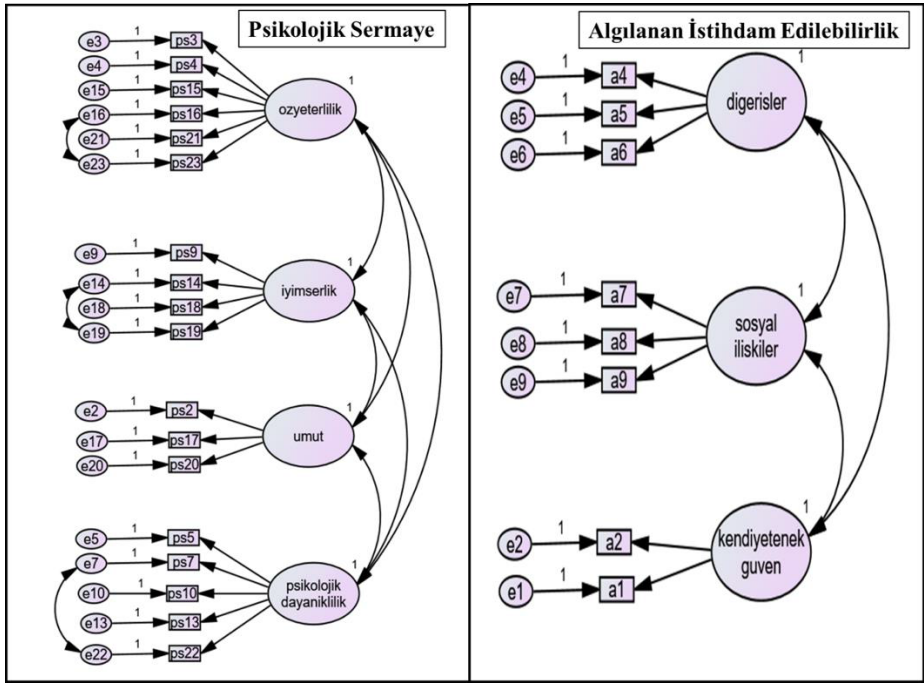
## Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Ölçeğin faktör yapısının ele alınan örneklem kapsamında uygunluğunu test etmek amacıyla DFA yapılmıştır. Örnekleme ait DFA sonuçları Tablo 3'te, örneklemin DFA faktör yapısı ise Şekil 1'de sunulmuştur.

**Tablo 3:** Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonuçları

Ölçek	Örneklem Sayısı (n)	Uyum İndeksleri						
		NFI	NNFI	FI	FI	RM- SAE	CMIN/ SD	P
<b>Psikolojik Sermaye</b>	264	0,906	0,945	0,905	0,944	0,07	1,985	0,000
<b>Algılanan İstihdam Edilebilirlik</b>		0,979	0,980	0,985	0,982	0,05	0,938	0,000

**Şekil 2:** DFA Faktör Yapısı



DFA sonuçlarını gösteren Tablo 3'deki bulgular incelendiğinde; örnekleme ait  $\chi^2$  değerleri,  $p=0,000$  olduğundan, modelin %95 güvenirlilik düzeyinde anlamlı olduğu söylenebilir. Analiz sonuçlarına göre tüm uyum indeks değerlerinin kabul edilebilir uyum aralığı içinde yer almaktadır (Schermelehd vd., 2003). Sonuçta, örnekleme uygulanan ölçeklerle ilgili faktörlü yapılarının kabul edilebilir modeller olduğu söylenebilir.

## İç Tutarlılık Analizi

Kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesinde Cronbach Alfa değerinin 0,70'den yüksek olması gerekmektedir (Liu 2003; Bülbül ve Demirel 2008). Yapılan analizlerin sonucu Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4:** İç Tutarlılık Analizi

Ölçekler ve Alt Boyutlar	Cronbach Alfa ( $\alpha$ )	Sonuç
Psikolojik Sermaye	0,919	
Özyeterlilik	0,886	
İyimserlik	0,809	
Umut	0,801	
Psikolojik Dayanıklılık	0,843	$\alpha > 0,70$ olduğundan güvenilir.
Algılanan İstihdam Edilebilirlik	0,787	
Diğer İşlerin Çekiciliği	0,822	
Sosyal İlişkiler Ağı	0,826	
Kendi Yeteneklerine Güven	0,704	

## Bağımsız Değişkenin Bağımlı Değişken Üzerindeki Etkisi

Çalışmanın bu bölümünde araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri belirlemek amaçlanmıştır. Johnson ve Wichern (2002)'e açık olarak AFA neticesinde bulunan değerler analizlerde değişken olarak düzenlenebilir. Faktör analizi sonucunda elde edilen faktörlere ait faktör skorları, Kalaycı (2010: 331) ile Johnson ve Wichern'nin (2002: 511) ifade ettikleri gibi, basit doğrusal regresyon modelinde bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Ayrıca, yapılan testler sonucunda bu skorların basit doğrusal regresyon analizi temel varsayımlarını (normallik, ardışık bağımlılık, vb.) sağladığı görülmüştür (Eroğlu, 2010: 207). Faktör skorları kullanılarak oluşturulan basit doğrusal regresyon modelinin özeti Tablo 5'de sunulmuştur.

**Tablo 5:** Regresyon Analizi Özeti

Hipotez	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	Std. $\beta$	Standart Hata	t	p	Hipotez Sonuç
<b>H1</b>	Psikolojik Sermaye		0,119	0,344	0,035	5,90	0,000	<b>KABUL</b>
<b>H1a</b>	Özyeterlilik	Algılanan İstihdam Edilebilirlik	0,065	0,255	0,035	4,24	0,000	<b>KABUL</b>
<b>H1b</b>	İyimserlik		0,013	0,115	0,036	1,85	0,050	<b>KABUL</b>
<b>H1c</b>	Umut		0,038	0,194	0,035	3,17	0,002	<b>KABUL</b>
<b>H1d</b>	Psikolojik Dayanıklılık		0,016	0,126	0,036	2,04	0,040	<b>KABUL</b>

Tablo 5 incelendiğinde, araştırma kapsamında ele aldığımız psikolojik sermayenin algılanan istihdam edilebilirliği anlamlı ve pozitif yönlü bir şekilde

yordadığı görülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın temel hipotezinin kabul edildiği belirlenmiştir. İlave olarak psikolojik sermayenin alt boyutlarının her birinin algılanan istihdam edilebilirlik üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir yordama gücü olduğu gözlenmiştir. Sonuç olarak araştırma kapsamında önerilen alt hipotezlerin tamamının kabul edildiği belirlenmiştir.

## SONUÇ

İstihdam edilebilirlik değişken bir rekabet ortamında hayatta kalması gereken örgütler ve kariyer başarısını hedefleyen bireyler için kritik bir faktördür (Ngoma ve Ntale, 2016; Donald vd., 2017). Ayrıca örgütlerde iş rolleri ve görevler arasında geçiş yapabilecek işgörenler kapsamında da istihdam edilebilirliğin başarılı bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir (Direnzo vd., 2015). Bu nedenle özellikle, eğitim hayatını tamamlamış yeni mezunların ne kadar süre içerisinde istihdam edilebilir olacakları sahip oldukları becerilerine, deneyim ve kişisel ilişkiler gibi uyguladıkları stratejilerine ve kendi özelliklerinin farkına varmaları büyük önem kazanmaktadır.

Algılanabilir istihdam edilebilirlik, bir kişinin iş bulma yeteneklerinin öznel yorumunu içerdiğinden, muhtemelen kişinin psikolojik durumundan etkilenmesi muhtemeldir. Olumlu bir zihinsel durum, bireylerin istihdam edilebilirliklerini nasıl algıladıkları üzerinde faydalı bir etkiye sahip olacaktır. Olumlu psikolojik durumun bir dışavurumu olan psikolojik sermaye, çalışanlar için daha fazla istihdam edilebilirlik algılamalarına yardımcı olabilecek bir sermaye bileşeni olarak değerlendirilmektedir (Chen ve Lim, 2012; Chiesa vd., 2018). Özellikle yeni mezunların, engellerin üstesinden gelmesini, yeni bir duruma uyum sağlamasını ve kaçınılmaz kariyer zorluklarına proaktif olarak yanıt vermesini sağlayan önemli faktörlerden biri psikolojik sermayedir. Bu nedenle psikolojik sermayenin, günümüz işgücü piyasasındaki yüksek rekabet ve belirsizlik nedeniyle giderek önemi artmaktadır (Nghia vd., 2020). Psikolojik sermayesi yüksek olan bireylerin, azim ve çabaları nedeniyle daha fazla istihdam edilebilirlik becerisi kazanma olasılıkları artabilmektedir. Bu kapsamda, psikolojik sermaye, özellikle üniversite öğrencilerinin istihdam edilebilirlik becerilerinin kazanılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Üniversite öğrencilerinin istihdam edilebilirlik becerileri ne kadar fazlaysa, istihdam edilebilirlik algısı da o kadar yüksek olmaktadır (Calvo ve Garcia, 2020). Bir araştırma sonuçları, daha yüksek istihdam belirsizliğinin daha düşük psikolojik seviyelerle yol açtığını ve bunun da daha yüksek stres seviyelerini ve daha düşük yaşam seviyelerini öngördüğünü göstermiştir (Newman vd., 2014).

Yukarıda belirtilen nedenlerle bireylerin psikolojik sermaye algılarının istihdam edilebilirlik algısı üzerinde etkili olup olmadığı bu araştırma kapsamında

incelenmiştir. Diğer faktörler (kişisel ve çevresel özellikler) ile birlikte ölçülebilir ve geliştirilebilir durumsal özelliklerden olan psikolojik sermaye bu araştırma kapsamında ele alınmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda öğrencilerin psikolojik sermayelerinin istihdam edilebilirlik algılarını anlamlı ve pozitif yönlü bir şekilde yordadığı belirlenmiştir. Elde edilen bulgu, istihdam edilebilirliği artırmada kişisel kaynakların ve eğilimlerin önemini vurgulayan çalışmaların sonuçlarını destekler niteliktedir. Chiesa vd. (2018)'nin genç çalışan üzerinde yaptıkları araştırmada algılanan istihdam edilebilirliğin, psikolojik sermaye ile iş güvensizliği arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini ve bu ilişkinin işçilerin sözleşme türü tarafından farklılık gösterdiğini ifade etmişlerdir. Özellikle, daha yüksek bir psikolojik sermaye düzeyi, daha yüksek bir istihdam edilebilirlik algısına ve dolayısıyla geçici ve serbest çalışanlar için daha düşük bir iş güvensizliğine karşılık geldiğini belirtmişlerdir. Calvo ve Garcia (2020)'nin lisans öğrencilerine yaptıkları araştırma sonucunda, öğrencilerin psikolojik sermayesindeki artışın istihdam edilebilirlik becerilerinde gösterilen yeterlik seviyesindeki artış üzerinde olumlu ve doğrudan bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Ngoma ve Ntale (2016)'nin yaptıkları araştırmada üniversite mezunlarının psikolojik sermayesi, sosyal sermayesi ve kariyer kimliğinin istihdam edilebilirlik sorunlarına karşı koymada yardımcı olabileceğini belirtmişlerdir.

Araştırmanın diğer bir önemli sonucu ise; psikolojik sermaye bileşenleri ile istihdam edilebilirlik algıları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olmasıdır. İşyerinde, psikolojik sermayesi yüksek olan çalışanlar genel olarak olmayanlardan çok daha iyi performans (yüksek iş katılımı, liderlik becerileri, sürdürülebilirlik, düşük stres ve daha iyi iş-yaşam dengesi) göstermektedirler (Rawat ve Sharma, 2018). Bir işyerinde engellerle karşılaşmanın çok yaygın olduğu düşünüldüğünde, kendine inanmanın istihdam edilebilirliğin önemli yordayıcılarından biri olduğu söylenebilmektedir. Örneğin, diğer tüm faktörler sabit tutulduğunda, yüksek **öz-yeterliliğe** sahip bir çalışanın daha fazla meydan okuma yetisine sahip olması onun, yüksek ücret sunan başka bir iş pozisyonunu değerlendirme cesaretine neden olacaktır. Dolayısıyla düşük öz yeterliliğe sahip bir çalışan ise buna cesaret edemeyip, hem bulunduğu kurumda yükselme şansını kaybedecek hem de diğer iş fırsatlarını da kaybedecektir (Gist, 1987). **Umutlu** insanlar başarıya ve hedeflerine ulaşmayı, umutsuz insanlardan daha fazla ciddiye almaktadırlar. Bu motivasyon durumu bireylerin hedeflerine ulaşmalarında olumlu etki yapmaktadır (Calvo ve Garcia, 2020). **Dayanıklı** olan bireyler karşı karşıya oldukları sıkıntılı durumlarla baş etme özelliğine sahiptir. Ayrıca problem çözme yeteneğinin yüksek olması göz önüne alındığında da kurum içerisinde sorunlara karşı daha fazla iyileşme ve

güçlendirme yeteneğine sahip olmaktadır (Coetzee ve Engelbrecht, 2019). **İyimser** bireyler, olumsuz durumlarla karşılaştıklarında bile bu olumsuz durumda algılanan tehditlerin yoğunluğunu azaltmaktadır. Böylece daha etkili olabilecek problem çözme ve başa çıkma stratejilerini kullanarak, sonuçların olumlu yöne evrilmesini sağlayıp, bu olumsuz durumun olası etkilerini hafifletebilmektedirler (Lau ve Knardahl, 2008). Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, psikolojik sermaye bileşenlerinin istihdam edilebilirlik algısını olumlu yönde artırdığını iddia eden çalışma sonuçlarıyla da örtüşmektedir (Pinquart vd., 2003; Lau ve Knardahl, 2008; Sung vd., 2012; Pool ve Quarter, 2013; Kirves vd. 2014b; Santilli vd. 2015; Akkermans, vd., 2015; In, 2016; Hirschhi 2013; Kasler vd. 2017; Coetzee ve Engelbrecht, 2019)

Araştırmanın sahip olduğu bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini daha net ortaya koymak amacıyla, aradaki ilişkileri açıklayabilecek aracılık değişkenlerini içeren araştırma modellerinin de incelenmesi daha faydalı olacağı düşünülmektedir. Müteakip çalışmalarda algılanan istihdam edilebilirlik ile diğer örgütsel davranış boyutları arasında yapılabilecek değerlendirmelerin gelecekteki istihdamın kalitesinin artırılmasına fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir.



## KAYNAKÇA

- Agarwal, P. ve Farndale, E. (2017). High-Performance Work Systems and Creativity Implementation: The Role of Psychological Capital and Psychological Safety. *Human Resource Management Journal*, 27 (3), 440-458.
- Akkermans, J. ve Tims, M. (2017). Crafting your Career: How Career Competencies Relate to Career Success via Job Crafting. *International Association of Applied Psychology*, 66 (1), 168-195.
- Akkermans, J., Brenninkmeijer, V., Schaufeli, W. B. ve Blonk, R. W. B. (2015). It's all about Careerskills: Effectiveness of a Career Development Intervention for Young Employees. *Human Resource Management*, 54 (4), 533-551.
- Avey, J. B., Luthans, F. ve Youssef, C. M. (2010a). The Additive Value of Positive Psychological Capital in Predicting Work Attitudes and Behaviors. *Journal of Management*, 36 (2), 430-452.
- Avey, J. B., Luthans, F., Smith, R. M. ve Palmer, N.F. (2010b). Impact of Positive Psychological Capital on Employee Well-Being Over Time. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15 (1), 17-28.
- Bandura, A. (1995). Exercise of Personal and Collective Efficacy in Changing Societies. A. Bandura (Ed.). *Self-Efficacy in Changing Societies* (1-45). New York: Cambridge University Press.
- Bergheim, K., Eid, J., Hystad, S. W., Nielsen, M. B., Mearns, K., Larsson, G. ve Luthans, B. (2013). The Role of Psychological Capital in Perception of Safety Climate among Air Traffic Controllers. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 20, 232-241.
- Bernston, E. ve Marklund, S. (2007). The Relationship between Perceived Employability and Subsequent Health. *Work & Stress*, 21 (3), 279-292.
- Bülbül, H. ve Demirer, Ö. (2008). Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri Servqual ve Serperf'in Karşılaştırmalı Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 181-198.
- Calvo, J. C. A. ve Garcia, G. M. (2020). The Influence of Psychological Capital on Graduates' Perception of Employability: The Mediating Role of Employability Skills. *Higher Educations Research & Development*, 0 (0), doi: 10.1080/07294360.2020.1738350.
- Chambel, M. J., Sobral, F., Espada, M. ve Curral, L. (2015). Training, Exhaustion, and Commitment of Temporary Agency Workers: A Test of Employability Perceptions. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24 (1), 15-30.

- Chen, D. J. Q. ve Lim, V. K. G. (2012). Strength in Adversity: The Influence of Psychological Capital on Job Search. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 811-839, doi: 10.1002/job.1814.
- Cheung, F., Tang, C. S.-k., ve Tang, S. (2011). Psychological Capital as a Moderator between Emotional Labor, Burnout, and Job Satisfaction among School Teachers in China. *International Journal of Stress Management*, 18 (4), 348-371.
- Chiesa, R., Fazi, L., Guglielmi, D. ve Mariani, G. (2018). Enhancing Sustainability: Psychological Capital, Perceived Employability, and Job Insecurity in Different Work Contract Conditions. *Sustainability*, 10, 2-10, doi:10.3390/su10072475.
- Coetzee, M. ve Engelbrecht, L. (2019). How Employability Attributes Mediate the Link Between Knowledge Workers' Career Adaptation Concerns and Their Self-Perceived Employability. *Psychological Reports*, 0 (0), doi: 10.1177/0033294119844981.
- Çetin, F. ve Basım, N. (2012). Örgütsel Psikolojik Sermaye: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. *Amme İdaresi Dergisi*, 45 (1), 121-137.
- Dawkins, S., Martin, A., Scott, J. ve Sanderson, K. (2013). Building on the Positives: A Psychometric Review and Critical Analysis of the Construct of Psychological Capital. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86, 348-370.
- De Cuyper, N., Mäkikangas, A., Kinnunen, U., Mauno,, S. ve De Witte, H. (2012a). Cross-Lagged Associations between Perceived External Employability, Job Insecurity, and Exhaustion: Testing Gain and Loss Spirals According to the Conservation of Resources Theory. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 770-788.
- De Cuyper, N., Raeder, S., Van der Heijden, B. I. J. M. ve Wittekind, A. (2012b). The Association Between Workers' Employability and Burnout in a Reorganization Context: Longitudinal Evidence Building Upon the Conservation of Resources Theory. *Journal of Occupational Health Psychology*, 17 (2), 162-174.
- De Vos, A., Van der Hauw, S. ve Van der Heijden, B. I. J. M. (2011). Competency Development and Career Success: The Mediating Role of Employability. *Journal of Vocational Behavior*, 79 (2), 438-447.
- Direnzo, M. S., Greenhaus, J. H. ve Weer, C. H. (2015). Relationship between Protean Career Orientation and Work-Life Balance: A Resource Perspective. *Journal of Organizational Behavior*, 36, 538-560.

- Donald, W. E., Baruch, Y. ve Ashleigh, M. (2017). The Undergraduate Self-Perception of Employability: Human Capital, Careers Advice, and Career Ownership. *Studies in Higher Education*, 599-614. doi:10.1080/03075079.2017.1387107.
- Ellis, L. E. (2013). *Community Embeddedness and Core Self-Evaluations as Predictors of Job Search and Stress during Unemployment: Perceived Employability as a Moderator*. A Thesis Presented to The Graduate School of Clemson University, Published by ProQuest LLC.
- Erdem, H., Kılınç, E. ve Demirci, D. (2016). Çalışanlarda İş Yükü Fazlalığının Algılanan İstihdam Edilebilirlik Üzerine Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (58), 722-784.
- Eriş, Y. ve Arun, K. (2020). Toksik Liderliğin Bir Çıktısı Olarak Örgütsel Bağlılık. *OPUS- Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (24), 2764-2804, doi: 10.26466/opus.599311.
- Eroğlu, A. (2010). Çok Değişkenli İstatistik Tekniklerin Varsayımları. Ş. Kalaycı (Ed.). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Forstenlechner, I., Selim, H., Baruch, Y. ve Madi, M. (2014). Career Exploration and Perceived Employability within an Emerging Economy Context. *Human Resource Management*, 53 (1), 45-66.
- Giorgi, G., Shoss, M. K. ve Leon-Perez, J. M. (2015). Going Beyond Workplace Stressors: Economic Crisis and Perceived Employability in Relation to Psychological Distress and Job Dissatisfaction. *International Journal of Stress Management*, 22 (2), 137-158.
- Gist, M.E. (1987). Self-Efficacy: Implications for Organizational Behavior and Human Resource Management. *Academy of Management Review*, 12 (3), 472-485.
- Gunawan, W., Creed, P. A. ve Glendon, A. I. (2018). Development and Initial Validation of a Perceived Future Employability Scale for Young Adults. *Journal of Career Assessment*, 27 (4), 610-627.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., ve Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6. Bs.). Uppersaddle River. NJ: Pearson Prentice Hall.
- Harms, P. D. ve Luthans, F. (2012). Measuring Implicit Psychological Constructs in Organizational Behavior: An Example using Psychological Capital. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 589-594.

- Harms, P. D., Vanhove, A. ve Luthans, F. (2017). Positive Projections and Health: An Initial Validation of the Implicit Psychological Capital Health Measure. *Applied Psychology: An International Review*, 66 (1), 78-102.
- Hirschi, A. (2013). Hope as a Resource for Self-Directed Career Management: Investigating Mediating Effects on Proactive Career Behaviors and Life and Job Satisfaction. *Journal of Happiness Studies*, 15 (6), 1495–1512.
- Hobfoll, S. (1989). Conservation of Resources: A New Attempt at Conceptualizing Stress. *American Psychologist*, 44 (3), 513-524.
- Hobfoll, S. E. (2001). The Influence of Culture, Community, and the Nested-Self in the Stress Process: Advancing Conservation Of Resources Theory. *Applied Psychology: An International Review*, 50, 337-421.
- Hobfoll, S. E., Johnson, R. J., Ennis, N. ve Jackson, A.P. (2003). Resource Loss, Resource Gain, and Emotional Outcomes among Inner City Women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84 (3), 632-643.
- Huang, L. ve Luthans, F. (2015). Toward Better Understanding of the Learning Goal Orientation–Creativity Relationship: The Role of Positive Psychological Capital. *Applied Psychology: An International Review*, 64 (2), 444-472.
- In, H. (2016). Acculturation and Hope as Predictors of Career Decision Self-Efficacy Among Korean International Undergraduate Students. *Journal of Career Development*, 43 (6), 526-540.
- Ishaq, E., Bashir, S. ve Khan, A. K. (2019). Paradoxical Leader Behaviors: Leader Personality and Follower Outcomes. *Applied Psychology: An International Review*, 1-16, doi.org/10.1111/apps.12233.
- Johnson, R. A. ve Wichern, D. W. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis*, 5(8), Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.
- Kalaycı, Ş. (2010). Faktör Analizi. Ş. Kalaycı (Ed.). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (319-331). Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Kasler, J., Zysberg, L. ve Harel, N. (2017). Hopes for the Future: Demographic and Personal Resources Associated with Self-Perceived Employability and Actual Employment among Senior Year Students. *Journal of Education and Work*, 30 (8), 881-892.
- Kirves, K., Kinnunen, U. ve De Cuyper, N. (2014a). Contract Type, Perceived Mobility and Optimism as Antecedents of Perceived Employability. *Economic and Industrial Democracy*, 35 (3), 435-453.

- Kirves, K., Kinnunen, U., De Cuyper, N. ve Mäkikangas, A. (2014b). Trajectories of Perceived Employability and Their Associations With Well-Being at Work: A Three-Wave Study. *Journal of Personnel Psychology*, 13 (1), 46-57.
- Lam, C. F., Liang, J., Ashford, S. J. ve Lee, C. (2015). Job Insecurity And Organizational Citizenship Behavior: Exploring Curvilinear and Moderated Relationships. *Journal of Applied Psychology*, 100 (2), 499-510.
- Lau, B. ve Knardahi S. (2008). Perceived Job Insecurity, Job Predictability, Personality, and Health. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 50 (2), 172-181.
- Li, Y. (2018). Building Well-Being among University Teachers: The Roles of Psychological Capital and Meaning in Life. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 27 (5), 594-602.
- Liu Y. (2003). Developing a Scale to Measure the Interactivity of Websites. *Journal of Advertising Research*, 43 (2), 207-217.
- Lupşa, D., Vîrga, D., Maricuţoiu, L. P. ve Rusu, A. (2019). Increasing Psychological Capital: A Pre-Registered Meta-Analysis of Controlled Interventions. *Applied Psychology: An International Review*, 0 (0), 1-51, doi: 10.1111/apps.12219
- Luthans, F. ve Youssef-Morgan, C. M. (2017). Psychological Capital: An Evidence-Based Positive Approach. *Annual Review of Organizational Psychology Organizational Behavior*, 4, 339-366.
- Luthans, F. ve Youssef, C.M. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33 (2), 143-160.
- Luthans, F., Avey, J. B. ve Patera, J. L. (2008). Experimental Analysis of a Web-Based Training Intervention to Develop Positive Psychological Capital. *Academy of Management Learning & Education*, 7 (2), 209-221.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., Norman, S. M. ve Combs, G. M. (2006). Psychological Capital Development: Toward a Micro-Intervention. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 387-393.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B. ve Norman, S. M. (2007a). Psychological Capital: Measurement and Relationship With Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., Youssef, M. C. ve Avolio, B. J. (2007b). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. New York: Oxford University Press.
- Madrid, H. P., Diaz, M. T., Leka, S., Leiva, P. I. ve Barros, E. (2018). A Finer Grained Approach to Psychological Capital and Work Performance. *J Bus Psychol*, 33, 461-477.

- Nelissen, J., Forrier, A. ve Verbruggen, M. (2017). Employee Development and Voluntary Turnover: Testing the Employability Paradox. *Human Resource Management Journal*, 27 (1), 152-168.
- Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F. ve Hirst, G. (2014). Psychological Capital: A Review and Synthesis. *Journal of Behaviour*, 35, 120-138. doi: 10.1002/job.1916.
- Nghia, T. L. H., Singh, J. K. N., Pham, T. ve Medica, K. (2020). Employability, employability capital, and career development: a literature review. T. L. H. Nghia, T. Pham, M. Tomlinson, K. Medica ve C. Thompson (Eds.). *Developing and Utilizing Employability Capitals: Graduates' Strategies across Labour Markets (Routledge Research in Higher Education)* (41-65). UK: Routledge.
- Ngo, H., Liu, H. ve Cheung, F. (2017). Perceived Employability of Hong Kong Employees: Its Antecedents, Moderator and Outcomes. *Personnel Review*, 46 (1), 17-35.
- Ngoma M. ve Ntale, P. D. (2016). Psychological Capital, Career Identity and Graduate Employability in Uganda: The Mediating Role of Social Capital. *International Journal of Training and Development*, 20 (2), 214-139.
- Paterson, T. A., Luthans, F. ve Jeung, W. (2014). Thriving at Work: Impact of Psychological Capital and Supervisor Support. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 434-446.
- Pinquart, M., Juang, L. P. ve Silbereisen, R. K. (2003). Self-Efficacy and Successful School-to-Work Transition: A Longitudinal Study. *Journal of Vocational Behavior*, 63, 329-346.
- Pool, L. D. ve Qualter, P. (2013). Emotional Self-Efficacy, Graduate Employability, and Career Satisfaction: Testing the Associations. *Australian Journal of Psychology*, 65, 214-223.
- Rawat, R. ve Sharma, R. (2018). Is Psychological Capital Related to Employability Skills of Graduate Students? A Comparative Study of Technical and Non-Technical Graduate Students. *Journal of General Management Research*, 5 (2), 39-54.
- Santilli, S., Ginevra, M. C., Sgaramella, T. M., Nota, L., Ferrari, L. ve Soresi, S. (2015). Design My Future. *Journal of Career Assessment*, 25 (2), 281-295.
- Schermelleh, E. K, Moosbrugger, H ve Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8 (2), 23-74.



- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. USA: John Willey&Sons Inc.
- Sung, Y., Turner, S. L. ve Kaewchinda, M. (2012). Career Development Skills, Outcomes, and Hope Among College Students. *Journal of Career Development*, 40 (2), 127-145.
- Türkiye İş Kurumu (İŞKUR). *Resmi İstatistikler*. 4 Mart 2020 tarihinde <https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/istatistikler/>. adresinden erişildi.
- Van Hootegem, A., De Witte, H., De Cuyper, N. ve Vander Elst, T. (2019). Job Insecurity and the Willingness to Undertake Training: The Moderating Role of Perceived Employability. *Journal of Career Development*, 46 (4), 395-409.
- Vanhercke, D., De Cuyper, N., Peeters, E. ve De Witte, H. (2014). Defining Perceived Employability: a Psychological Approach. *Personnel Review*, 43 (4), 592-605.
- Wittekind, A., Raeder, S. ve Grote, G. (2010). A Longitudinal Study of Determinants of Perceived Employability. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 566-586.
- Youssef-Morgan, C. M. ve Luthans, F. (2015). Psychological Capital and Well-Being. *Stress and Health*, 31, 180-188.





# SOSYAL MEDYADA SURIYELİ MÜLTECİ KRİZİNE İLİŞKİN KONUM ALIŞLAR: TÜRKİYE'DEKİ POLİTİK GENÇLİK ÜZERİNDEN BİR ANALİZ\*

The Positions Related to Crisis of Syrian Refugees  
at Social Media: An Analysis on The Political Youth  
Generation in Turkey

Gönderim Tarihi / Received: 05.03.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 02.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.699018>

Pınar BAYRAM<sup>1</sup>

**ÖZ:** Bu çalışma, Türk politik gençliğinin Suriyeli mülteci krizini, sosyal medyada hangi konumlardan inşa ettiklerini tespit etme amacı taşımaktadır. Etkileşimli konuşmalarda kişiler/örgütler kendilerini ve diğerlerini belirli konumlara yerleştirmektedir. Bu konumlanmalar kimlik gibi sosyal gerçekliklere göndermede bulunurlar. Araştırmada Wohn ve Bowe'un kristalleşme olarak adlandırılan sosyal medyada gerçekliğin sosyal inşası ve Moscovici'nin sosyal temsiller yaklaşımlarından yararlanılmıştır. Çalışmada 78 twitter hesabından belirli anahtar kelimelerle yapılan tarama sonrasında 235 tweet analiz edilmiştir. Analiz sırasında, 166 yorum, link gösterilen 36 metin, 173 fotoğraf ve 3 video yorumlayıcı perspektif olarak kullanılmıştır. Twitter hesaplarından toplanan veriler, Braun ve Clarke'ın tematik içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve 4 farklı tema tespit edilmiştir: (a) "dindaşlık" (b) "soydaşlık" (c) "sınıftaşlık" (d) "yurttaşlık". Analiz sonucunda sosyal medya paylaşımları üzerinden politik gençliğin mültecilik olgusuna yabancı oldukları ve krizi Türkiye'nin nesnel gerçekliğine gömdükleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Temsil, Sosyal Medya, Politik Gençlik, Mülteci, Kristalleşme.

**ABSTRACT:** This study aims to analyze the positions from which the political youth generation in Turkey has constructed the Syria refugee crisis at social media. These positions refer to social realities such as identity. This study adopts Wohn and Bowe's Social Construction of Reality at social media Crystallization and Moscovici's Theory of Social

\* Bu çalışma, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne sunulan 'Sosyal Medyada Suriyeli Mülteciler Krizine İlişkin Sosyal Gerçeklik: Türkiye'deki Politik Gençlik Üzerine Bir Analiz' adlı doktora tezinden türetilmiştir. Çalışma, 2020 yılı öncesinde toplanan verileri kullandığı için etik kurul izni gerektirmemektedir.

<sup>1</sup> Dr., Ekonomik Gündem Gazetesi, pinarbayram@windowslive.com , <https://orcid.org/0000-0003-1054-4602>

Representation. 235 tweets, 166 comments, 36 texts, 173 photos and 3 videos from 78 Twitter accounts in total were analyzed with some keywords. In this study tweets are examined by thematic content analysis method. This analysis response 4 different positions: (a) religiosity, (b) agnation, (c) class relations, (d) citizenship. The result of the analysis demonstrates that the political youth is alien to the refugee phenomenon and the refugee crisis. They realize the Syria refugee crisis with objective reality of Turkey.

**Keywords:** Social Representation, Social Media, The Political Youth Generation, Refugee, Crystallization.

## GİRİŞ

Günümüzde mültecilik, küresel boyutta etkileri olan ve kitleleri kapsayan bir göç hareketliliği olarak görülmektedir. Birleşmiş Milletler Mülteci Yüksek Komiserliği [BMMYK] (2018), mülteci terimini *kendi ülkesinde zulüm gören, çatışma, şiddet ya da kamu düzenini ciddi şekilde rahatsız eden durumlardan ve bunun sonucunda uluslararası korumaya ihtiyaç duymalarından dolayı ülkelerine dönemeyen kişiler* olarak tanımlamaktadır.

Türkiye, mülteciler konusunda taraf olduğu “Mültecilerin Hukuki Duruma İlişkin Sözleşme”yi 1967 tarihli ek protokol olan “coğrafi sınırlama” ile imzalamıştır. Bu coğrafi sınırlamaya göre, *Türkiye sadece Avrupa ülkelerinden gelen ve ırkı, dini, milliyeti belirli bir toplumsal gruba üyeliği veya siyasi düşünceleri nedeniyle takibata uğrayacağı korkusu ile iltica talebinde bulunanlara mülteci statüsü sağlanmaktadır* (İhlamur-Öner, 2014: 43-44).

“Mültecilerin Hukuki Durumuna İlişkin Sözleşme” gereği Türkiye, Suriye’den iltica eden savaş mağdurlarına, geçiş ülkesi olarak geçici ikamet verebilmekteydi. Fakat Suriye’de yaşanan savaş, sınır komşuluğu, tarihsel-kültürel geçmiş ve Türkiye-Suriye dış politikasının getirdiği vizyon ve doktrinler gibi gerekçelerle Türkiye, Suriyeli savaş mağdurlarına, açık kapı politikası uygulamış, sınır kapılarını açma kararı almış ve “1994 İltica ve Sığınma Yönetmeliği” gereğince, “sığınmacı” statüsü verdiği Suriyelilere “geçici koruma” sağlamıştır (Peker ve Sancar, 2007:37; Kap, 2014:32). Fakat bahsedilen geçici koruma statüsü, mülteciliğin uluslararası sözleşmelerle belirlediği bazı hakları kapsamadığından, Türkiye çıkardığı yönetmelik ve genelgelerle Suriyelilere yönelik uygulamaları yürürlüğe sokmuştur. Konuyla ilgili en önemli düzenleme ise Nisan 2014 tarihinde “Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu”nun yürürlüğe girmesiyle gerçekleşmiş ve bu düzenlemeyle Suriyelilere “şartlı mültecilik” (Kap, 2014:32) statüsü verilmiştir.

“Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu”na göre Suriyelilere sağlanan bu statüden yararlanacak kişilerin, bireysel olarak başvurması gerekmektedir. Fakat 3 milyonu aşan Suriyelilerin bireysel başvuru yapması bir problem ola-

rak değerlendirilmiş (Tunç, 2015:39) ve “Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu”na ilaveten Ekim 2014’te “Geçici Koruma Yönetmeliği” çıkartılmıştır. Böylece Suriye’den gelen savaş mağdurlarına tek tek başvuru yapmaksızın topluca “şartlı mülteci” statüsü verilmiştir. Bu yönetmelikle geçici koruma kapsamına alınan Suriyelilere kimlik belgesi imkanı sağlamış ve bu kişilere *sağlık, eğitim, iş piyasasına erişim, sosyal yardım ve hizmetler ile tercümanlık ve benzeri hizmetler* verilmiştir (Kap, 2014:32).

Suriye’de başlayan kriz nedeniyle 2011 tarihinden günümüze devam eden süreçte dünyaya dağılan mültecilerin sayısı BMMYK (2020) Ekim ayı verilerine göre 5 milyon 571 bin 129 olmuştur. Suriyeli mültecilerin en yoğun yaşadığı Ortadoğu ülkesi Türkiye’dir. BMMKY (2020) verilerine göre Türkiye’de ikamet eden Suriyeli mültecilerin toplam sayısı 3 milyon 627 bin 481’dir. Türkiye’yi sırasıyla Lübnan, Ürdün, Irak ve Mısır izlemiştir.

Suriyeli mültecilere Türk sınır kapılarının açılmasından günümüze uzanan bu süreçte politikacılardan gazetecilere, akademisyenlerden sokaktaki insana kadar pek çok çevre tartışma yürütmüştür. Sosyal medya araştırması olan bu çalışma, Suriyeli mülteci krizine Türk politik gençliğinin bakış açısıyla yaklaşmayı teklif etmektedir. Bu bakımdan çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır: a) Sosyal medya mecrası üzerinden yürütülen Suriyeli mülteci krizi tartışmalarında Türk politik gençliği, kendilerini ve Suriyeli mültecileri hangi konumlara yerleştirmektedir? (b) Bu tartışmalarda konum alışlar ve konumlandırmalar hangi sosyal pratiklerle idame ettirilmektedir? (c) Konumlanmalar Suriyeli mülteci krizine ilişkin hangi anlamları üretmektedir?

Araştırmanın örneklem grubunun belirlenmesi iki aşamada gerçekleşmiştir. İlk olarak 2011 – 2015 genel seçimlerine katılan tüm siyasi partiler tespit edilerek bu partilerin gençlik örgütleri belirlenmiştir. İkinci aşamada listesi yapılan siyasi partilerin gençlik örgütleri ve temsilcilerinin sosyal medya hesapları araştırılmıştır. Dolayısıyla sosyal medya hesabı olmayan politik gençlik örgütleri ve temsilcileri çalışmanın dışında bırakılmıştır. Çalışmada veriler, Türk politik gençliğinin Twitter hesaplarından elde edilmiş ve tematik içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Çalışmaya sosyal medya hesabı olan ve Suriyeli mülteciler hakkında paylaşım yapan 17 gençlik örgütüyle birlikte İzmir, İstanbul, Ankara temsilcilikleri ve tümünün başkanlarının 2011-2019 yılları arasında Suriyeli mülteci krizine dair paylaştığı içerikler dahil edilmiştir. Toplam 78 Twitter hesabında “Suriyeli”, “mülteci”, “göçmen”, “sığınmacı”, “Türkmen”, “Soydaş”, “kriz”, “göç”, “iltica”, “Suriye”, “savaş” ve “kamp” anahtar kelimeleriyle tarama yapılmış ve 235 tweet analiz edilmiştir. Analiz sırasında, 166 yorum, link gösterilen 36 metin, 173 fotoğraf ve 3 video yorumlayıcı perspektif olarak kullanılmıştır.

Bu çalışmada sosyal olarak örgütlenmiş grupların, birbirinden farklı sosyal gerçekliklerine ve bu gerçekliklerin temsiline yönelik bulgulara ulaşmak hedeflenmektedir. Dolayısıyla çalışmanın amacı sosyal medyada Türk politik gençliğinin Türkiye'deki Suriyeli mülteci krizine ilişkin anlam üretimine odaklanmak ve bu anlamların nasıl temsil edildiğini ortaya çıkartmaktır. Çalışma gençlik örgütlerinin bakış açısından meseleye yaklaşmıştır. Bu bakımdan gençlik örgütlerinin bağlı bulunan siyasal partilerin, liderlerinin (paylaşımlarda yer almıyorsa), Türkiye'nin iç ve dış politik aktörlerinin, yerel, ulusal ve küresel sivil toplum kuruluşlarının ve Suriyeli mültecilerin bakış açıları bu çalışma kapsamı dışındadır. Dolayısıyla çalışmada gençler ile ilişkili oldukları siyasi partiler arasında ilişki kurulmamış, bağlı oldukları düşünce yapılarıyla ürettikleri anlamların tutarlı olup olmadığı değerlendirilmemiştir. Ayrıca çalışmada gençlik örgütleri, ideolojik gruplara ayrılmamış ve ideolojik gruplarına göre nitelenmemiştir. Çalışma sosyal medya mecrasında politik gençliğe bir bütün olarak yaklaşmayı teklif etmektedir. Bu nedenle ön taramalar ve veri toplama aşaması dahil olmak üzere gençlik örgütlerinin bağlı oldukları partiler ve içinden seslendikleri ideolojiler, çalışmanın objektifliği açısından göz ardı edilmiştir.

## SOSYAL MEDYADA GERÇEKLİĞİN SOSYAL İNŞASI

Günümüzde sosyal medya, farklı bakış açılarıyla özgün fikirlerin ortaya konduğu, toplumsal meselelerin küresel boyutta tartışılabildiği, bireylerin (görüş, yetenek) tek tek görünür kılındığı bir iletişim mecrası haline gelmiştir.

Sosyal medya, kolay ve ucuz erişim imkanlarıyla geniş kitlelerin tercih ettiği bir iletişim mecrasıdır. "We Are Social" ve "Hootsui" (2019), işbirliği ile hazırlanan "Digital in 2019 in World" raporuna göre Türkiye'de aktif sosyal medya kullanıcıları, toplam nüfusun %63'ünü (52 milyon kişi) oluşturmaktadır. Bu rapora göre Türkiye'de bir internet kullanıcısı en az 7 saatini internette geçirmekte ve bu sürenin 2 saat 46 dakikasını sosyal medya kanallarına ayırmaktadır.

Yaygın olarak kullanılan sosyal medya, tercih edilirliğinin yanı sıra anlam üretimine de katkı sağlamaktadır. Wohn ve Bowe (2014), iletişim araştırmalarında, kitle iletişim araçlarının izleyici algılarını şekillendirmedeki rolünü araştırdıkları çalışmalarında, "kristalleşme" modelini ortaya atmışlar ve sosyal medyada gerçekliğin sosyal inşasının nasıl gerçekleştiğine yönelik bir açıklama girişiminde bulunmuşlardır.

Wohn ve Bowe (2016), fiziksel kristalleşme terimini sosyal medyada gerçeklik oluşumuna uyarlamışlardır. Teorisyenler, bilginin bir çekirdek gibi görüldüğünü ve benzer tutumların gerçekliği oluşturmak için çekirdeğe kümelenen "parçacıklar" olduğunu varsaymışlardır. Buna göre sosyal medyada bilgi akışı, çoklu bilgi kaynaklarının etrafındaki kümelenmelerden ve çoklu kaynak-

lardan ortaya çıkmaktadır. Bilgi farklı kaynaklardan geldiği için, “çekirdek” bir değil, birden çoktur. Bu nedenle, kristalleşme, merkezi değil, çoklu bilgi kaynaklarının bulunduğu bir süreçtir.

Kristalleşmenin kuramsal arka planını Berger ve Lucmann’ın gerçekliğin sosyal inşası kuramı oluşturmaktadır. Gerçekliğin sosyal inşası yaklaşımında belirttiği gibi öznel gerçeklik, bireyler tarafından kristalize ve sağlam bir formda içselleştirilerek sosyal etki yoluyla oluşmakta ve katılarak gerçeklik oluşuma katkı sağlamaktadır (Wohn ve Bowe, 2014: 261-264).

Sosyal medyada gerçekliğin sosyal inşasının nasıl gerçekleştiğine yönelik bir açıklama girişimi olan kristalleşme teorisi, gerçekliğin etkileşimler yoluyla ve kolektif olarak üretildiğini kabul eder. Etkileşimler sırasında çoklu bilgi kaynaklarından alınan enformasyonlar kümelenmek suretiyle gerçekliğin içselleştirilmesine doğrudan etki eder. Bununla birlikte, Wohn ve Bowe (2014), her bireyin çevrimiçi ağı farklı bir şekilde oluşturulduğundan, bu ağların ve kullanıcıların ağlardaki diğer insanlarla ilişkilerinin gerçeklik algılarını etkileyeceklerini belirtmişlerdir. Örneğin, daha küçük ve daha homojen grupların bir parçası olan bireyler, genel olarak toplumla daha az derecede örtüşecek, ancak eko odası olarak bilinen bir fenomen olan ağlarıyla insanlarla kuvvetli örtüşecek bir gerçeklik görüşüne bağlı kalacaktır. Öte yandan, daha fazla bir çevrimiçi ağı sahip olan bireyler, küçük, homojen bir çevrimiçi ağı sahip olanlardan çok daha farklı bir gerçeklik hissine sahip olabilir. Ancak yine de gerçeklik hakkındaki fikirlerinin “gerçek gerçeklik” olduğunu düşünmektedirler. Sosyal medya kullanıcıları, haber maddelerine ve sosyal etkinliklere bağlantı gönderirken ve onlar hakkında yorumda bulunurken, bu kullanıcıların öznel gerçekliklerini sembolik gerçekliğe dönüştürdüğü açıktır. Bu yayınlar çevrimiçi sosyal ağlarda güvenilir kişilerle paylaşıldıkları için, nesnel gerçeklik olarak algılanan bir şeye kristalleşebilirler.

Wohn ve Bowe (2014) kristalleşmenin varsayımlarına göre geleneksel medya, alternatif medya ve sosyal ağlar bilgi kaynaklarıdır. Bir bireyin bilgiye erişimi, kaynakları ile iletişim şekilleri tarafından belirlenir. Dolayısıyla bir kişinin bilginin belirginliği konusundaki yargısı, kaynak(lar)ın ve bireyin kaynak(lar) ile olan ilişkisinin bir fonksiyonu olacaktır. Bilginin içeriğine yönelik tutum, başkalarının tutumlarından ve bireyin bu insanlarla olan ilişkilerinden etkilenecektir. Zaman içinde, bireyler bir gerçeklik duygusu geliştirir ve makro düzeyde, gerçeklik oluşumu gruplar halinde kristalleşir. Sonuç olarak kristalleşme süreci, bireyin sosyal ağının nitelikleri ve bireyin bireysel nitelikleri ile yönetilecektir.

Varsayımları sıralanan kristalleşme sürecinin oluşumu, ana akım medya, sosyal medya (örneğin, sosyal ağ siteleri, bloglar) ve sosyal ağlardaki bireyler de dahil olmak üzere çeşitli kanallardan bilgiye maruz kalmakla başlamaktadır.

Bir birey bilgiye maruz kaldıktan sonra, bu bilginin alındığı kaynaktan da etkilenerek bir tutum oluşturmaktadır.

Ahmadi ve Wohn (2018), "How to Handle Online Risks?: Discussing Content Curation and Moderation in Social Media" çalışmalarında sosyal medyada rastlantısal bir habere maruz kalma ölçeği geliştirerek öncüllerini incelemek için bir anket yapmışlardır. Araştırma bulguları kullanıcıların haber içeriğine olası maruz kalma durumlarının sosyal medya kullanımını arttırabileceğini ve sosyal medya haberleriyle daha fazla ilişki kurmayı teşvik edebileceğini göstermiştir. Bu nedenle, daha fazla kullanıcı haber içeriğine rastlantısal bir şekilde maruz bırakılarak, sosyal medya haber tüketicisini çekebilmekte ve rekabet avantajı elde edebilmektedir. Kristalleşme süreci bireyin sosyal ağının özellikleriyle bireyin kişiliği ve kültürel arka planı gibi çeşitli özelliklerden etkilenir. Sosyal medya insanların yüz yüze bir durumda tartışmayacakları belli bir konuda sahip oldukları tutumları görmelerini sağlar. Bireyin sosyal ağı ne kadar çokluysa kristalleşme etkisi o kadar yoğunlaşacaktır (Wohn ve Bowe, 2014: 261-264).

Wohn ve Bowe'un (2014), sosyal medyada bilgi akışı ve gerçeklik oluşum sürecini tanımlamak için kullandıkları "kristalleşme"ye göre bilgi ve tutumların küçük moleküller gibi olduğunu ve benzer moleküllerin bireyin aklında gerçeklik "kristalleri" oluşturmak üzere bir araya geldiği varsayılmıştır. Teorisyenler, gerçekliğin inşasında geleneksel medya, alternatif mecralarla birlikte sosyal medyanın da çoklu bilgi kaynakları arasında yer aldığı ve çekirdeğe yapışan kristaller meydana getirdiğini savunmuşlardır. Üstelik bu teoriye göre bireyin gerçekliği yalnızca bilinçli olarak takip ettiği sayfalarla sınırlı değildir. Dijital mecra, aynı zamanda bilgiye maruz kalmayı da bünyesinde barındırır. Dolayısıyla bireyin gerçeklik duygusu, maruz kaldığı bilgiye ve bu bilgiye karşı tutumuna da bağlı olmaktadır.

## SOSYAL GERÇEKLİĞİN TEMSİLİ

Sosyal temsiller, gündelik söylemlere demirlemiş ve kolektif olarak üretilen sosyal gerçekliğin temel dinamikleridir. Paker (2000), sosyal temsil teorisinin sosyal yaşamın inşa edici yönlerine yoğunlaşarak atıf ve inançları anlamak için bir çerçeve sunduğunu belirtmektedir. Sosyal temsiller, iletişim bilimlerinde düşünmenin karakteristikleri, insan davranışı ve bilgisinin içeriğini açıklamaya imkan tanımaktadır.

Sosyal temsiller yaklaşımı, 1961 yılında Moscovici'nin Psikanaliz İmajı ve Kitlesi adlı çalışmasında ortaya atılmıştır (Bilgin, 2009:326). Moscovici (1976), bu çalışmasında insanların psikanaliz hakkında sahip oldukları bilgi repertuarına temsiller yoluyla açıklık getirmiştir.



Moscovici (1973), sosyal temsilleri, tek bir tanım kalıbına sokmamış bunun yerine kurumsal anlamda çeşitli yönlerini dile getirmiştir. Kuramcıya göre sosyal temsiller, sosyal değişimler için bir kod ve kendi dünyalarıyla bireylerin farklı yönlerini açıkça belirleme, sınıflandırma için bir anahtar sunarak topluluk üyeleri arasında iletişim kurulmasını sağlayan değer sistemleri, fikirler ve uygulamalardır. Moscovici (1963: 251), kavramın özündeki kolektifliği vurgulayarak sosyal temsilleri *sosyal olanın davranış ve iletişim amacıyla işlenişi* olarak betimlemiştir.

Bilgin (2009), sosyal temsillerin içinde bulunduğumuz dünyaları anlama girişimi olarak görüldüğünü belirtir. Bilgin'e göre sosyal temsiller, düşüncelerin içeriklerini, bu içeriği anlamamızı sağlayan sosyal mekanizmaları, sosyal ve bilişsel içeriklerin işlevlerini, neye yaradıklarını anlaşılır hale getirmektedir.

Moscovici (1984), sosyal temsillerin amacının yabancı olanın bilindik kılınması olarak açıklar. Teorisyene göre bir toplumda yabancı olan yadırganır, merak edilir, hatta yer yer yabancı olana karşı endişe duyulur. Böyle durumlarda yabancı olanın açıklanması beklenir. Sosyal temsillerin öncelikli amacı yabancı olanın açıklanması, normalleştirilmesi ve tanıdık hale getirilerek aşına hale getirilmesidir. Sosyal temsiller aracılığıyla aşına kılınan, toplum tarafından tasdik edilip, onaylanabilir.

Sosyal temsiller, iki safhadan oluşur: demir atma ve nesneleştirme. Demir atma, yabancı olanı kategorize edip imajlara indirgeyerek yeni fikrin, önceden var olan bir sisteme bağlanmasıdır. Bu aşamada eski ve yeni kategoriler arasında benzerlik kurularak yeni olana bildik bir bağlam kazandırılır ve yeni olan anlamlandırılır (Paker, 2000; Arkonaç, 2016). Dolayısıyla demirleme aşaması yeni olanla karşılaştığı anda ortaya çıkmaktadır. Markova (2004), demirlemenin karşılaştırmayı, değerlendirmeyi ve yeni – aşına olunmayan fenomenin var olan bilgiyle entegrasyonu olduğunu belirtir. Bu süreç dinamik ve dengeleyicidir. Diğer taraftan demirleme, bireyin olan biteni açıklama esasında ilerleyen, temsillerin var olan içeriklerini yeniden inşa ettiği, yeni temsiller ürettiği ve yeni temsillere anlamlar verdiği bir anlam kurucu faaliyetidir.

Demir atma safhası birbirinden ayırlamayan fonksiyonlara sahip fakat birbirinden farklı iki alt aşamadan oluşur. Bu aşamalardan imajların oluşumuna işaret eden ilki sınıflandırmadır. Sınıflandırma ilk kez karşılaşılan bilginin kategorize edilerek belli bir kurallar / davranışlar setine oturtulup tanıdık bir bağlam kazandırılmasıdır. Demir atma safhasının ikinci aşaması olan isimlendirme ile karşılaşılan yeni bilgi, o toplumun kültür matriksine dahil edilerek belirsizliğin ortadan kalkmasına yardımcı olur. İsimlendirme sonucu nesne ya da olgu tarif edilebilir ve toplumlar arasında uygunluk nesnesi haline getirilir ve özelliklerine ayrılabilir (Moscovici, 1984: 34; Paker, 2000).

Sosyal temsillerin oluşumunda ikinci mekanizma olan nesneleştirme, soyut olanı somut imaj ve nesnelere dönüştürür. Böylece soyut olan elle tutulabilir şeyler gibi yaşanırken açıklanamaz olan açıklanabilir hale getirilir. Nesneleştirme sürecinin iki yönü bulunur. Bunlardan ilgi ikonik dönüştürmedir. İkonik dönüştürme belli kavram ya da teorinin (bilimsel ve teknik bilginin) bazı özelliklerinin seçici olarak alınmasıyla basitleşme sağlarken aynı zamanda bilimsel bilgiyi bağlamından kopararak gündelik bilgiye dönüşmesini sağlar. İkinci yönü ise bilginin imaja dönüştürülmesiyle gerçeklik görüntüsü kazandırılmasına atıfta bulunan doğallaştırma. Böylece imajla gerçeklik arasında ayırım kaybolarak kavramın imajı gerçekliğin bir kopyası haline gelir (Moscovici, 1984: 40; Paker, 2000: 46-47).

Moscovici (1988) üç tür sosyal temsil tanımlamıştır. Bu sosyal temsiller hegemonek, özgürleştirici ve polemik temsillerdir.

Hegemonik Temsiller, toplumun bütün üyeleri tarafından oy birliğiyle paylaşarak belirli bir sosyal konu hakkında paylaşılan ortak bir gerçeklik oluşturur (Deaux ve Viley, 2007: 11). Bu bakımdan hegemonik temsiller, gerçekliğin baskın toplumsal yapısını etkilemekte ve muhalif temsillere itiraz etmektedir (Howarth, 2006: 79). Bu temsiller, sabit, sembolik, zorlayıcı ve homojendir. İnsanlar arasında kabul edilmesi zımni olarak gerçekleşir (Paker, 2000: 49).

Özgürleştirici temsiller, alt gruplara ait fikir ve bilgi dolaşımının doğal sonucu olarak ortaya çıkarlar ve tamamlayıcı işlevleri vardır (Paker, 2000:49). Bu bakımdan *farklı grupların mülkiyetindedirler* (Deaux ve Viley, 2007: 11). Özgürleştirici temsiller, bir toplumun üyeleri farklı bir şekilde yeni bilgilere maruz kaldığında ve dolayısıyla geniş bir kimlik grubundaki bireyler veya alt gruplar arasındaki farklılıkları yansıttıklarında oluşturulur (Ben-Asher, 2003).

Polemik temsiller, sosyal çatışma ve anlaşmazlık durumlarında ortaya çıkarlar. Bu temsiller, toplumun tamamına yayılmadan sınırlanırlar ve özellikle çatışmacı ilişkilerle belirlenirler. Rekabetçiliği yüksek olduğu bu temsiller diyaloglarda tespit edilebilir (Deaux ve Viley, 2007: 11; Paker, 2000: 49).

## YÖNTEM VE ANALİZ

Çalışmada elde edilen veriler tematik içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Tematik içerik analizi, bir metinde göze çarpan temaların yapılandırılmasını ve tasvir edilmesini amaçlamaktadır. Verilerin kodlanmasıyla başlayan tematik içerik analizi yöntemi, temaların belirlenmesi, tematik ağların (haritanın) oluşturulması, bu ağların tanımlanması, raporlanması ve yorumlanması adımlarını takip eder (Attride-Stirling, 2001). Anlam örüntülerini bulmak için yararlanılan temalar, bir taraftan inşa edilen sosyalliğin sosyo-kültürel bağla-

mına göndermede bulunurken, diğer taraftan sosyal temsilleri üreten temel referans noktaları olmaktadır (Markova, 2004: 134).

Çalışmada Braun ve Clarke’ın (2019) tematik içerik analizine ilişkin analiz basamakları takip edilmiştir. Bu bakımdan ilk olarak veriler toplanmış, deşifre edilmiş ve üst üste okumalarla veriler arasındaki benzerlik ve farklılıklar not edilmiştir. Benzer veriler ayrı ayrı dosyalararak temalara ayrılmış ve analize ilişkin yol haritası oluşturulmuştur. Bu aşamadan sonra her temaya ait özellikler betimlenerek açık bir şekilde tanımlanmış ve açıklanmıştır. Son olarak rapor hazırlanmış, her temanın altında doğrudan alıntı örnekleri yerleştirilmiştir. Tüm bu işlemlerden sonra analiz sonuçları, araştırma sorusu ve literatürle tekrar ilişkilendirilmiştir.

### **Evren ve Örneklem**

Örneklem grubun belirlenebilmesi amacıyla ilk olarak 2011 ve 2015 genel seçimlerine katılan tüm siyasi partiler tespit edilmiştir. Yapılan ön araştırma sonrasında seçimlere katılan Anadolu Partisinin 18.12.2015 tarihinde, Halkın Sesi Partisinin 19.09.2012 yılında kapandığı anlaşılmıştır. Milliyetçi ve Muhafazakar Parti 08.08.2013 tarihinde isim değişikliği yaparak “Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisine” dönüşmüştür. Bu partilerin dışında Millet Partisi, Genç Parti, Liberal Demokratik Parti, Halkın Yükseliş Partisi, Muhafazakar Yükseliş Partisi, Demokratik Gelişim Partisi, Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi, Millet ve Adalet Partisi, Merkez Parti, Hak ve Adalet Partisi ve İlk Parti’nin gençlik örgütlerine ait resmi Twitter hesabı bulunamamış, internet siteleri ve parti genel başkanlıkları aranarak konu teyit edilmiştir. Araştırma resmi sosyal medya hesabı olan gençlik örgütleri üzerinden yürütülmüştür.

Türkiye’de politik gençlik olarak belirlenen araştırma evrenine uygun olarak belirlenen örneklem grubu Tablo.1’de görülmektedir.

**Tablo 1:** Araştırmanın Örneklem Grubu<sup>2</sup>

- Ak Gençlik (AG)
- Alperen Ocakları (AO)
- Atatürkçü Düşünce Derneği Gençlik Kolları (ADD)
- Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları (CHP-GK)
- Demokrat Parti Gençlik Kolları (DP-GK)
- Demokratik Sol Parti Gençlik Örgütü (DSP-GÖ)
- Doğru Yol Partisi Gençlik Kolları (DYP-GK)
- Emek Gençliği (EG)
- Genç Saadet (GS)
- Halkın Demokratik Partisi Gençlik Merkezi (HDP-GM)
- Hepar Gençliği (HG)
- İcma Gençlik Derneği (IGD)
- Kurtuluş Partisi Gençlik Kolları (KP-GK)
- Öncü Gençlik (ÖG)
- Türkiye Gençlik Birliği (TGB)
- Türkiye Komünist Gençliği (TKG)
- Ülkü Ocakları (ÜO)

Bu kapsamda 17 gençlik örgütüyle birlikte İzmir, İstanbul, Ankara temsilcilikleri ve tümünün başkanlarının Suriyeli mülteci krizine dair paylaştığı içerikler çalışmaya dahil edilmiştir. Toplam 78 twitter hesabında “Suriyeli”, “mülteci”, “göçmen”, “sığınmacı”, “Türkmen”, “Soydaş”, “kriz”, “göç”, “iltica”, “Suriye”, “savaş” ve “kamp” anahtar kelimeleriyle tarama yapılmış ve 235 tweet analiz edilmiştir. Analiz sırasında, 166 yorum, link gösterilen 36 metin, 173 fotoğraf ve 3 video yorumlayıcı perspektif olarak kullanılmıştır.

### Uygulama

Uygulama kısmında bahsedilen anahtar sözcüklerle Twitter üzerinden genel taramalar yapılmış, kullanılabilir tweetler örgütlere göre temize geçirilmiştir. Toplanan veriler gerekli okumalar yapıldıktan sonra verilerde anlam içeren ifadeler not edilmiştir. Ayrıca, paylaşımlarda yer alan ifadeler, referanslar, emojiler, hesaplar, farklı durumlarda veya farklı katılımcıların konuşmalarında tekrarlanan özellikler, ortak ve farklı noktalar saptanmıştır. Okumalar sırasında benzeri malzeme yığınları ayrı dosyalarda toplanmış ve verileri takip edebilmek amacıyla numaralandırılmıştır. Ayrı dosyalarda toplanan veri

<sup>2</sup> Alfabetik sıraya göre listelenmişlerdir.

setlerini, argüman ve karşı argümanlara göre ayrılarak kategorize edilmiştir. Temaların, kategoriler ve tüm veri setiyle uyumunu kontrol ederek analize ilişkin tematik “harita” oluşturulmuş ve her temaya ait özellikler sadeleştirilerek tanımlanmış ve isimlendirilmiştir. Son olarak raporlama yapılmış ve her kategoriye somut, çarpıcı doğrudan alıntı örnekleri yerleştirilmiştir.

## BULGULAR

Uygulama kısmında belirtilen aşamalar tamamlandıktan sonra her kategori, konu başlığına ayrılmış, alt kategoriler başlıklar içinde sıralanmıştır. Çalışmanın objektifliği açısından örnek veriler dosya içerisinden rastgele seçilmiştir. Her kategoriye, gerekli görüldüğü kadar örnek yerleştirilmiştir.

### Suriyeli Mülteci Krizi Bağlamında Dindaşlık Konumu

Suriyeli mülteci krizinde Türk politik gençliği bir argüman ve bir tartışma alanıyla dindaşlık konumunu inşa etmiştir. Ortaya konan argümanda Suriyeli mülteciler ile Türklerin, aynı ümmetin üyeleri olarak dindaş (din kardeşi) olduklarını öne sürülmektedir. İkinci olarak Suriyeli mültecilerin Türkiye'ye ilticasının dindaşlar arasında mezhep krizine neden olabileceği üzerine bir görüşür. Burada gerekçelendirmeden Sünni Suriyeli mültecilerle Alevi Türkler arasında dindaşlığın sağlanamayabileceği tartışması ortaya atılmıştır.

Özetlenen bir argüman ve bir tartışma alanı iki farklı dindaşlık temsiline dayanmaktadır. İlk dindaşlık temsili, Suriyeli mültecilerle Türkleri aynı ümmetin üyeleri olarak gören değerler bütünüdür. Buna göre Suriyeli mülteciler, aynı ümmetin üyeleri olarak Türk vatandaşlarıyla dindaş yani din kardeşleridir. Buna göre Suriye'den gelen din kardeşlerini konuk etmek ve onlara yardımcı olmak ensar (yardımlaşma) ruhunun bir gereği olarak görülmüştür. Bu kategoride paylaşılan içerikler hadis ve dini kıssadan hisselerle desteklenmiştir. İçeriklere göre din kardeşi *komşusu açken tok yatmaz* ve Müslüman kişi *eline, diline hakim olur* ve başkalarına zarar vermez. Yapılan yardımlar *Allah rızası* için yapılmaktadır ve karşılığı *iyi dua* almaktır.

#### Şekil 1: Dindaşlık Teması, Ak Gençlik 63. Paylaşımına Gelen 1. Yorum



**Kaynak:** 5 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/EmreGedikZehra/status/593165760081559554> adresinden erişildi.

## Şekil 2: Dindaşlık Teması, Alperen Ocakları 6. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Aralık 2019 tarihinde [https://twitter.com/Fazli\\_Centilmen/status/787565068338749440](https://twitter.com/Fazli_Centilmen/status/787565068338749440) adresinden erişildi.

Bu değerler, Tanrısal iradeye dayanmakta ve gerçekleştirilmesi farz (emir) kabul edilmektedir. Tıpkı Mekke'den Medine'ye hicret eden sahabeler gibi Suriyeli mültecilerde Müslüman bir ülkeye dindaşlarının yanına sığınmışlardır. Onlarla ensar ruhu oluşturmak, onlara iyi davranmak dindaşlık değerleri arasında görülür.

## Şekil 3: Dindaşlık Teması, Genç Saadet 2. Paylaşım



**Kaynak:** 20 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/enesykmz/status/501495720021872642> adresinden erişildi.

#### Şekil 4: Dindaşlık Teması, Ak Gençlik 100. Paylaşım



**Kaynak:** 20 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/OsmanTomakin/status/883761623726534657> adresinden erişildi.

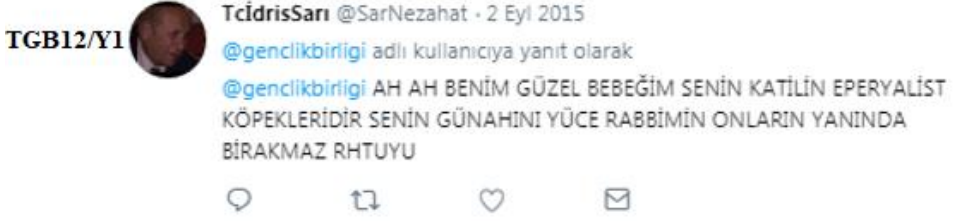
Ensar ruhu oluşturamayıp onlara kötü davrananların, zulüm edenlerin ise er geç ilahi adalete teslim olacağı ön görülmektedir.

#### Şekil 5: Dindaşlık Teması, Ak Gençlik 15. Paylaşım



**Kaynak:** 20 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/OsmanTomakin/status/309427933083226113> adresinden erişildi.



**Şekil 6:** Dindaşlık Teması Türkiye Gençlik Birliği 12. Paylaşımına Gelen 1. Yorum

**Kaynak:** 14 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/SarNezahat/status/639172440841678848> adresinden erişildi.

**Şekil 7:** Dindaşlık Teması, Genç Saadet 4. Paylaşım

**Kaynak:** 05 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/enesykmz/status/814884086452027393> adresinden erişildi.

İkinci olarak bir argüman şeklinde ortaya çıkmayan ve tartışma alanı içinde beliren görüştür. Dindaşlıkla ilgili ortaya atılan görüşe göre dindaşlık temsili ümmetle değil aynı mezhebe mensup üyelerce kurulmaktadır. Bu argümanda Sünni ve Aleviler aynı ümmetin bir parçası olarak görülmemiş, mezhepsel olarak ayrılmıştır.

Bu kategoride örnek sayısı bir tanedir, fakat bir tartışma alanı açtığı için kategoriye dahil edilmiştir. Bu görüşte mezhep ayrılığının altı çizilmiş ve Türkiye’de yaşayan Sünni ve Alevi mülteci ya da Türk vatandaşlarının problem yaşayabilecekleri öngörülmüştür.

## Şekil 8: Dindaşlık Teması, Ülkü Ocakları 4. Paylaşım



**Kaynak:** 20 Aralık 2019 tarihinde [https://twitter.com/Ulku\\_Ocaklari/status/420682829064712192](https://twitter.com/Ulku_Ocaklari/status/420682829064712192) adresinden erişildi.

(Link içerik) “Gördüğümüz gibi olayın birden çok boyutu vardır ancak zannediyorum ki en can alıcı yanı sosyolojik boyuttur. Bir önceki sayıdaki yazımda belirttiğim üzere Suriye’deki isyanın temelinde yatan mesele Sünni halkın yıllardır ülkeyi yöneten Esad ailesinden rahatsız oluşudur. Çünkü Esad ailesi Nusayri’dir. Yani Arap Alevi’sidir. Olayların çıktığı bölgenin, Seyyidlerin yaşadığı bölge olması da bunun en önemli kanıtlarından biridir. Peki, uzun vadede düşünürsek ve mültecilerin büyük bir kısmının Sünni olduğunu göz önünde bulundurursak, Arap Alevileri ile savaşan, savaşmadan olsa dahi toplum temelinde onlarla sorunlar yaşamış olan mültecilerin ileride Türk Alevileri ile sorun yaşayabilme ihtimali dikkate değer değil midir?” (Çelik, 2014).

İlk dindaşlık temsilinde, Suriyeli mültecilerle Türkler arasında, sınıfsal, mezhepsel ya da ırksal farklılıklar eritilmiş ve hepsinin üstüne Tanrısal iradeyi ortaya konulmuştur. Bu irade, inanç gereği sorgusuz sualsiz kabul edilmiş ve bütünleşme gerçekleşmiştir. Suriyeli mülteci krizinin olumsuz sonuçlarını aşmaya yönelik inşa edilen dindaşlık, bu argümanda öne sürülen ilişkileri düzenleyerek gruplar arasında çatışmaya set çekmiştir. Tartışma alanında ortaya çıkan ikinci temsil, net ve açık bir şekilde ortaya argüman çıkartmamış ve mezhepsel ayrılıklara yönelik bir tartışma sunmuştur. Bu temsilde dindaşlık, mezhepsel birlikteliğe dayanır ve bu mezhepler aynı ümmetin üyeleri arasındaki ilişkileri bozabilir.

### Suriyeli Mülteci Krizi Bağlamında Soydaşlık Konumu

Soydaşlık konumundan bir argüman ve bu argümandan beslenen iki tartışma alanı ortaya çıkmaktadır. Soydaşlık konumu Suriyeli mültecileri, Türkmenler ve diğer milliyetten olan Suriyeliler olarak ikiye ayırmıştır. Argümanı ortaya atan örgütler, Suriyeli Türkmenleri, Türk milletinden göreyerek aralarındaki kan bağına göndermede bulunmuş ve soydaş kabul etmiştir. Bu argümandan temellenen birinci tartışma alanında cılızda olsa Türkmen olmayan Suriyeli mültecilere Osmanlı-Türk devlet geleneği gereği kapıların açılması olumlanmıştır. İkinci argümanda ise Türkmen olmayan Suriyeli mültecileri hasım

olarak görmüş ve Türkiye’de bulunmalarına karşı çıkmıştır. Bu argümanda geçmiş hafıza devreye sokularak Suriyeli mülteciler, Ermeni, Kürt, Arap sorunlarıyla ilişkilendirilmiş ve Suriyeli mülteciler dışlanmıştır.

Yukarıda özetlenen bir argüman ve bu argümandan temellenen iki tartışma alanı, tek bir soydaşlık temsiline dayanmaktadır. Burada ele alınan soydaşlık temsili, Suriyeli Türkmenlerle Türk vatandaşlarını hısım olarak gören akrabalık ilişkilerini olumlayan değerler bütünüdür. Zor durumda kalan aile üyelerine yardım etmek, onlarla dayanışmaya girmek, korumak, kollamak ve sadakat duygularıyla onlarla bütünleşmek soydaşlık değerleri arasında görülür.

Suriye, çeşitli milletlerden (Arap, Türk, Kürt v.b.) insanları barındırmaktadır. Türkler, kan bağıyla bağlı olduğu Suriyeli Türkmenlerle soydaştır başka bir deyişle aralarında kan bağı vardır. Savaştan Türkiye’ye sığınan Suriyeli Türkmen mültecilere sahip çıkmak, korumak ve yardım etmek, Türklerin sorumluluğu olarak görülmüştür. Bu kategoride Suriyeli Türkmen mülteciler, Türkiye’ye gönülden bağlı olduğu diğer taraftan da Türklerin Suriyeli mültecilerin her daim yanında oldukları vurgulanmıştır.

### Şekil 9: Soydaşlık Teması, Hısım Kategorisi, Ülkü Ocakları 2. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Aralık 2019 tarihinde [https://twitter.com/Utku\\_Ocaklari/status/413757777518268416](https://twitter.com/Utku_Ocaklari/status/413757777518268416) adresinden erişilmiştir.

(Link İçerik) “Suriye’de yaşanan savaştan dolayı ülkemize sığınan Suriyeli Türkmenlerin durumları kış mevsiminin gelmesiyle daha da zorlaşmıştır. Ülkü Ocakları vicdani sorumluluk bağlamında Suriyeli Türkmenlerin; “ kışlık giysi ve kırtasiye ihtiyaçlarını” karşılamak amacıyla, yurt genelinde bir yardım kampanyası düzenleme kararı almıştır. Yardımlar, Ülkü Ocakları’nın il ve ilçe temsilciliklerinde toplanacak, daha sonra Türkmen kardeşlerimizin bulunduğu kamplara sevk edilecektir. Yardımların yeni ve temiz malzemelerden olması gerekmektedir. Kışlık giysi ve kırtasiye ihtiyaçları dışında herhangi bir yardım kabul edilmeyecektir. Tüm vatandaşlarımızı yardım kampanyasına destek vermeye davet ediyoruz” (Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı, 2013).

## Şekil 10: Soydaşlık Teması, Hıırım Kategorisi, Ülkü Ocakları 10. Paylaşım



**Kaynak:** 20 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/OlcayKilavuz/status/882543587161931778> adresinden erişilmiştir.

(Link İçerik) “Suriyeli göçmenlerin tacizde, tecavüzde yahut saldırıda bulunduğu yönünde özellikle sosyal medya merkezli haberler kısa sürede kitlesel hareketlere sebebiyet vermektedir. Türkiye’ye yürekten bağlı Türkmen soydaşlarımızın da bu provokasyonların hedefi haline getirilmeye çalışıldığı görülmektedir. (...) Ülkücüler, Türk Milleti’nin şerefli bir mensubunu hedef alan hiç bir eylemi desteklemedikleri gibi ne soydaşlarımız ile vatandaşlarımız arasındaki bağın bu eylemlere kurban gitmesine ne de suçsuz mazlumların günahına girilmesine alet olmaya-caklardır” (Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı, 2017).

Aynı soydaşlık temsiline dayanan iki tartışma alanı belirlemiştir. İlk tartışma alanı olan görüş, aynı soydaşlık temsiline dayanır fakat soydaş olmayan Suriyeli mültecilere Osmanlı – Türk geleneği gereği sınır kapılarının kapanmaması gerektiği öne sürülür. Bu görüşte Suriyeli mültecilerle hıımslık ilişkisi yürütülmez, fakat hasımslık ilişkisi de güdülmez.

### Şekil 11: Soydaşlık Teması, Hısim Kategorisi, Alperen Ocakları 5. Paylaşımına Gelen 3. Yorum



**Kaynak:** 15 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/efebey08/status/749247962677649408> adresinden erişildi.

Bu kategoride Türk olmak mazlumun, yoksulun, zor durumda olanın yanında olmakla eş değer tutulmuştur. Geçmişten günümüze Türk devletleri savaşan, zulümden kaçanların sığındığı bir ülke olmuştur. Dolayısıyla Suriyeli mültecilere yardım etmek, Türk olmanın büyüklüğü ve onuru olarak yorumlanmıştır.

### Şekil 12: Soydaşlık Teması, Hısim Kategorisi, Alperen Ocakları 8. Paylaşım



**Kaynak:** 20 Aralık 2020 tarihinde <https://twitter.com/kursatmican/status/864894077350936577> adresinden erişilmiştir.

İkinci tartışma alanında ise Arap, Kürt olan Suriyeli mülteciler hasım olarak görülür. Dünyanın çeşitli bölgelerinde zor durumda olan Türkmenler varken hasımların ülkeye kabul edilmesi, Türk tarihine yeni sorunlar ekleyecektir. Bu görüşten geçmiş hafıza canlandırılmış ve Suriyeli mülteci krizi “Ermeni Sorunu”, “Kürt Sorunu”, “PKK” gibi olaylara göndermede bulunarak yorumlanmıştır. Bu görüşe göre dünyanın çeşitli yerlerinde zulüm gören hısımlar (Türk kökenliler) varken, hasımlar mülteci olarak kabul edilmemelidir.



### Şekil 13: Soydaşlık Teması, Hasım Kategorisi, Hepar Gençliği 1. Paylaşım



**Kaynak:** 19 Aralık 2020 tarihinde <https://twitter.com/HeparGencligi/status/480666770802749441> adresinden erişildi.

### Şekil 14: Soydaşlık Teması, Hasım Kategorisi, Demokratik Sol Partisi gençlik Örgütü 2. Paylaşımına Gelen 17. Yorum



**Kaynak:** 19 Aralık 2020 tarihinde [https://twitter.com/m\\_turhan78/status/751788531547267072](https://twitter.com/m_turhan78/status/751788531547267072) adresinden erişildi.

### Şekil 15: Soydaşlık Teması, Hasım Kategorisi, Doğru Yol Partisi Gençlik Kolları 2. Paylaşım



**Kaynak:** 19 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/FahriDyp/status/702019776508465152> adresinden erişildi.

### Şekil 16: Soydaşlık Teması, Hasım Kategorisi, Türkiye Gençlik Birliği 2. Paylaşımına Gelen 1. Yorum



**Kaynak:** 20 Aralık 2020 tarihinde <https://twitter.com/Backstagemama/status/231809723769421824> adresinden erişildi.

## Suriyeli Mülteci Krizi Bağlamında Sınıftaşlık Konumu

Sınıftaşlıkla ilgili bir argüman öne çıkmaktadır. Ortaya konan argüman, Suriyeli mültecilerin kapitalizmin -sömürdüğü alt sınıflar olduğudur. Aynı sömürülen sınıfın üyeleri olarak Suriyeli mültecilerle kapitalizme karşı savaşta birlikte yer alınmalıdır. Bu argümana göre Suriyeli mülteciler özelinde tüm mülteciler, emekçi – işçi sınıfıdır. Tüm alt sınıfların ortak mücadelesiyle kapitalizmin yıkılacağı ve mültecilik olgusunun da sona ereceği iddia edilmiştir.

### Şekil 17: Sınıftaşlık Teması, Türkiye Komünist Gençliği 4. Paylaşım



TKG @TKGninesi · 10 May 2017

TKG protestonun ardından basın açıklaması gerçekleştirdi: düşmanımız Suriyeliler değil kapitalizmdir.

#SuriyelilerdeğilMcDonaldsdefolsun



1 52 43

**Kaynak:** 15 Aralık 2020 tarihinde <https://twitter.com/TKGninesi/status/862316873953705985> adresinden erişildi.

Kapitalizmin yarattığı mültecilik ancak kapitalizmin yıkılmasıyla son bulabilir. Dolayısıyla kapitalist sistem, altsınıfların dayanışması ve mücadelesiyle yıkılmalıdır ve yıkılacaktır.



### Şekil 18: Sınıftaşlık Teması, Türkiye Komünist Gençliği 3. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/TKGninsesi/status/862319005297672192> adresinden erişildi.

### Şekil 19: Sınıftaşlık Teması, Türkiye Gençlik Birliği 13. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/genclikbirligi/status/639161519234764801> adresinden erişildi.

### Şekil 20: Sınıftaşlık Teması, Türkiye Gençlik Birliği 10. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/genclikbirligi/status/558732790599266304> adresinden erişildi.

(Link İçerik) “Tüm bu verileri dünya nüfusunun en zengin %20”sinin tüm dünyadaki mal ve hizmetlerin %86”sını tükettiği, dünyanın en yoksul 48 ülkesinin (yani tüm dünya ülkelerinin dörtte biri) gayri safi milli hasıllarının toplamının dünyanın en zengin üç kişisinin (üçü de çok uluslu şirketler sahibi) servetlerinin toplamından daha az olduğu gibi olgularla okuduğunuz zaman, neresinden tutarsanız tutun bu düzenin elinizde kalacağını göreceksiniz. Bir de madenciye yaşam odasını çok görüp kendisine bin odalı milyon dolarlık saraylar yaptıran padişah özentileri varsa ülkenizde, artık o düzen yıkılmadan çocukların karnı doymaz” (Türkiye Gençlik Birliği, 2015).

Özetlenen argüman bir sınıftaşlık temsiline dayanmaktadır. Sınıftaşlık temsili, Suriyeli mültecilerle ırk dil, din fark etmeden tüm sömürülenleri birlikte değerlendiren ve aynı sınıfın üyeleri olarak gören değerler bütünüdür. Bu değerler, ideolojik sistem düzeyinde devrimsel iradeye dayanmaktadır. Suriyeli mülteciler, emperyalist politikalarca parçalanmış ülkelerini terk etmeye mecbur bırakılmışlardır. Kapitalizmin ucuz iş gücü isteği, mülteci hareketliliğine neden olmuştur. Dolayısıyla Suriyeli mülteciler, kapitalizm tarafından sömürülen ve daha fazla sömürülmek istenen alt sınıflardır.

## Şekil 21: Sınıftaşlık Teması, Türkiye Komünist Gençliği 1. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/TKGninsesi/status/698527718846156800> adresinden erişildi.

(Link İçerik) “Göçe zorlanan onca insan dinsel, etnik ve mezhepsel nedenlerle göç ediyormuş gibi gözükse de resme biraz daha uzaktan ve bütünlüklü baktığımızda bu insanların çok büyük bir kısmının emekçi kitlelerden oluştuğu ve savaşı da kıtlığa da yaratan kapitalist düzenin karşısındaki işçi sınıfının birer üyesi oldukları açığa çıkmaktadır. Dergimizin ikinci sayısında ilk sayıda yer verdiğimiz “Mülteci Sorunu” başlıklı yazıyı bir kez daha ve kapsamlı bir şekilde ele almanın gerekliliğini hissettik. Suriye’deki sonu gelmez savaşın en büyük sıkıntısını yaşayan Suriye halkı son 3 senedir kendi ülkesinden ayrılmak zorunda bırakılmakta ve işin insani boyutu gün geçtikçe kanıksanmakta. Durum böyle olunca emperyalizmin müdahalesiyle paramparça olmuş Suriye toprakları yaşanmaz bir yer haline, bunun sorumlularına dair bir yazının yazılması da zorunlu hale geldi. (...) Yaşanan bu göçün ve diğer tüm göçlerin sebepleri sıralandığında ekonomik, çevresel etkenler ve savaş gibi sebepler gösteriliyor ancak atlanmaması gereken fakat açıkça atlanan asıl nokta göçün ve savaşın kaynağının emperyalizm oluşu. Kapitalizm ve emperyalizmi hesaba katmadan yapılacak bir göç değerlendirmesi ya eksik kalıyor ya da düzenin sınırları içinde onların istediği yerde bitmek zorunda” (Türkiye Komünist Gençliği, 2016).

## Şekil 22: Sınıftaşlık Teması, Türkiye Gençlik Birliği 15. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Aralık 2019 tarihinde <https://twitter.com/genclikbirligi/status/639459920740503552> adresinden erişildi.

(Link İçerik) “Dün tüm Türkiye’ye ve hatta Dünya gündemine damga vuran Suriyeli çocuk fotoğrafı yukarıda yazdığımız tüm çelişkileri tek bir karede ortaya koyuyor. Suriye’de başlatılan emperyalist savaştan kaçarken denizde boğulan ve kumsala cesedi vuran, henüz 3 yaşındaki Suriyeli çocuk. O Suriyeli çocuk emperyalizmin doğasının acı bir fotoğrafıdır. (...) Eğer UNICEF ve diğer sivil toplum örgütleri çocuklar ölmesin, İnsanlar ölmesin demek istiyorlarsa, namluyu sömürü yarışında olan emperyal kuvvetlere çevirmelidirler! Bu savaşın sorumluları bir galon petrol için milyonları öldürebilecek eli kanlı emperyalist ülkeleridir. Eğer insanlık dramını sonlandırmak istiyorlarsa, derhal coğrafyamızdan defolsunlar!” (Türkiye Gençlik Birliği, 2015).

Aynı sınıfın üyeleri olarak Suriyeli mültecilerle birlikte olmak, dayanışma ruhu oluşturmak, haksızlıklara karşı birlikte hareket etmek, sınıftaşlık değerleri olarak görülür. Sınıftaşlık konumundan mültecilik olgusu, kapitalist politikalarla birdir ve ayrı değerlendirilmesine gerek yoktur. Fakat bu argümanda, orta ve üst sınıf Suriyeli mülteciler görmezden gelinerek aralarındaki güç ilişkileri de yok sayılır.

### Suriyeli Mülteci Krizi Bağlamında Yurttaşlık Konumu

Yurttaşlıkla ilgili iki argüman öne çıkmaktadır. Birinci olarak ortaya konan argüman, Suriyeli mülteci krizi nedeniyle Türkiye’ye gelen Suriyeli mültecilerin, dışlandığı ve mağdur edildiği üzerinedir. Geçici olarak Türkiye’de bulunan mağdur Suriyeli mültecilere insanlık adına destek verilmeli, mağduriyetleri giderilmelidir. İkinci argüman ise Suriyeli mülteci krizi nedeniyle Türk yurttaşların çeşitli tehlikelerle ve yapısal sorunlarla karşı karşıya kaldığı, kendi vatanlarında dışlandığı ve haklarının gasp edildiğine yöneliktir.

Özetlenen iki argüman iki farklı yurttaşlık temsiline dayanmaktadır. İlki vatan sahibi olarak sivil yurttaş temsili, ikincisi vatan/toprak / mülk sahibi olarak militarist yurttaş. İlk temsilde Suriyeli mültecilerin mağduriyetleri öne çıkarılırken, ikincisinde Türk vatandaşlarının karşı karşıya kaldıkları tehlikelere odaklanılır.

Vatan - hak sahibi olarak sivil yurttaş, Türkiye Cumhuriyeti yurttaşlarının, Suriyeli mültecilerinin yaşadıkları insanlık dramına kayıtsız kalmadıkları ve bu dramın acısını paylaştıklarını içeren evrensel değerler bütündür. Suriyeli mültecilerin yaşadıkları mağduriyetler, insanlık trajedine yol açmakta ve vicdansızlık olarak yorumlanmaktadır.

**Şekil 23:** Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Demokratik Sol Parti Gençlik Örgütü 4. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde [https://twitter.com/search?q=Suriyeli%20\(from%3Aonur\\_iste\)&src=typed\\_query](https://twitter.com/search?q=Suriyeli%20(from%3Aonur_iste)&src=typed_query) adresinden erişildi.

**Şekil 24:** Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları 9. Paylaşımına Gelen 3. Yorum



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/chpgenclikgm/status/444710835592495104> adresinden erişildi.

Suriyeli mülteciler, geçici olarak geldikleri Türkiye'de korunmalı ve desteklenmelidir. Bu bakımdan Türkiye yurttaşları, ilgili kurum ve kuruluşlara karşı Suriyeli mültecilere yapılamayan yardımlar nedeniyle suçlayıcı ve onların yararına politika üretilmesi bakımından talepkârdır.

**Şekil 25:** Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları 9. Paylaşımına Gelen 7. Yorum



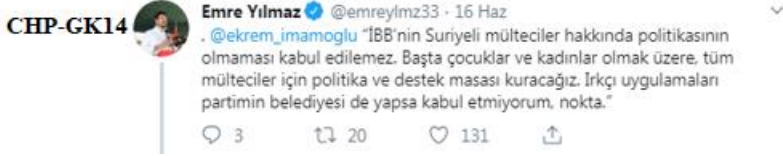
**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/zeus427/status/444781353801101313> adresinden erişildi.

**Şekil 26:** Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları 9. Paylaşımına Gelen 8. Yorum



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/neskurtolu/status/444779658043990016> adresinden erişildi.

**Şekil 27:** Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları 14. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/emreymz33/status/1140350504008081408> adresinden erişildi.

Bu kategoride Suriyeli mültecilerin desteklenmesi ve yardım yapılması bir gurur kaynağı olarak görülmektedir.

**Şekil 28:** Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Ak Gençlik 64. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/AKGenclikGM/status/612293625318404096> adresinden erişildi.



## Şekil 29: Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları 6. Paylaşım



**Kaynak:** 15 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/chpgenclikgm/status/365055244863934464> adresinden erişildi.

(Linkİçerik) “Suriye’de devam eden insanlık trajedisi sırasında, sizin liderliğinizde, kardeşlerimizle dayanışma gösteren Türk halkına ve hükümetine teşekkürlerimizi ve en içten şükranlarımızı sunarız ifade-siyle başlayan mektupta, “Reyhanlı, Antakya, Gaziantep, Kilis, Şanlıurfa, Kahramanmaraş, Adana, İstanbul, Ankara ve diğer pek çok şehirde evlerini ve kalplerini Esad’ın zulmünden kaçan kardeşlerine açan ve Suriyelileri misafirleri olarak ağırlayan büyük ve onurlu Türk halkını hiç unutmayacağız” ifadeleri yer alıyor. Tarihin, bu zor zamanlarda Suriyelilere yardım eli uzatan Anadolu insanının yaptığı fedakârlıkları hatırlayacağını belirten mektup “Sizi temin ederiz ki, hiçbir güç, aramızdaki kardeşlik, akrabalık, dostluk ilişkilerine fitne sokmayı başaramayacaktır” deniyor. (...) Esad’ın zulmünden kaçan kardeşlerine açan ve Suriyelileri misafirleri olarak ağırlayan büyük ve onurlu Türk halkını hiç unutmayacağız” ifadeleri yer alıyor” (BBC, 2013).

Onların yaşadıkları dramı görünür kılmak, onlarla üzülmek, bu dramın sonlanması için ulusal ve uluslararası devlet ve örgütlere çağrı da bulunmak insani değerler arasında görülür. Çünkü yurttaş, “hesap sorma” hakkına sahiptir ve haklardan mahrum kalan mülteciler adına bu misyon yüklenilmektedir. Bu misyonla gençlik örgütleri ve üyeleri, ulusal ve uluslararası güç odaklarına, muhalif gruplara yönelik eleştirilerde bulunmuşlar ve yer yer hesap sorma yoluna gitmişlerdir.

## Şekil 30: Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları 12. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/chpgencistanbul/status/699963131167182848> adresinden erişildi.



### Şekil 31: Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Doğru Yol Partisi Gençlik Kolları 8. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/FahriDyp/status/1072362081045897216> adresinden erişildi.

### Şekil 32: Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Ak Gençlik 75. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinden <https://twitter.com/OsmanTomakin/status/802078019309473792> adresinden erişildi.

### Şekil 33: Yurttaşlık Teması, Mağdur Kategorisi, Türkiye Gençlik Birliği 17. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/demiralaybaris/status/663798614037278720> adresinden erişildi.

İkinci olarak vatan /toprak / mülk sahibi olarak militarist yurttaş temsili, Türkiye Cumhuriyeti'nin ve Türk vatandaşlarının Suriyeli mülteci krizinde çeşitli tehlikelerle karşı karşıya kaldıkları ve Suriyeli mültecilerin, Türk vatandaşlarının haklarını gasp ettiğine yönelik milli değerler bütünüdür. Bu değerler, milli iradeye dayanmaktadır ve devlet, öncelikli olarak kendi yurttaşları-

nın haklarını korumak, onların refah içinde yaşamasını sağlamak, huzur ve toplumsal güvenliği gerçekleştirmekle yükümlüdür.

Suriyeli mülteci krizi nedeniyle Türkiye'ye gelen Suriyeli mülteciler, Türkiye'nin demografik ve toplumsal yapısını bozmuş, güvenlik sorununa yol açmışlardır.

### Şekil 34: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Demokratik Sol Parti Gençlik Örgütü 2. Paylaşımına Gelen 3. Yorum



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/serhatsezgin3/status/751786988873842690> adresinden erişildi.

### Şekil 35: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Demokratik Sol Parti gençlik Örgütü 1. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde [https://twitter.com/onur\\_iste/status/312987049273724928](https://twitter.com/onur_iste/status/312987049273724928) adresinden erişildi.

### Şekil 36: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Öncü Gençlik 9. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/OncuGenclik/status/1081516633603170305> adresinden erişildi.

(Link İçerik) “Yılbaşı gecesi Taksim’deki kutlamalar vesilesiyle görüldü ki, enerji biriktiren bir toplumsal gerilim hattı oluşuyor. Suriyelilerin misafirlik süresinin uzaması, bir gettolaşma eğilimine yol açtığı ölçüde, yeni türden toplumsal bütünleşme sorunlarının kaynağı olmak üzere-dir” (Hatipoğlu, 2019).

Türkiye’de güvenlik sorunlarına yol açan Suriyeli mülteciler nedeniyle Türk yurttaşları tehlike altındadır.

### Şekil 37: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Hepar Gençliği 2. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/HeparGencligi/status/566661540720701440> adresinden erişildi.

### Şekil 38: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Türkiye Gençlik Birliği 6. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/genclikbirligi/status/501787254910877697> adresinden erişildi.

Türk vatandaşları kriz nedeniyle kendi vatanlarında dışlanmakta ve hakları Suriyeli mülteciler tarafından gasp edildiği ileri sürülmektedir.

### Şekil 39: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Demokratik Sol Parti Gençlik Örgütü 3. Paylaşım



**Kaynak:** 19 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/DspAnkaraGenc/status/840793196292632576> adresinden erişildi.

### Şekil 40: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Doğru Yol Partisi Gençlik Örgütü 9. Paylaşım



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/FahriDyp/status/1045247666895163393> adresinden erişildi.

### Şekil 41: Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Türkiye Gençlik Birliği 4. Paylaşım



**Kaynak:** 19 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/genclikbirligi/status/312983396219502592> adresinden erişildi.

Bu kategoride Suriyeli mültecilerin Türkiye'den gönderilmesi gerektiği belirtilmektedir.

**Şekil 42:** Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Cumhuriyet Halk Partisi Gençlik Kolları 10. Paylaşımına Gelen 2. Yorum



**Kaynak:** 19 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/nzengin63/status/476663679069720577> adresinden erişildi.

**Şekil 43:** Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Ülkü Ocakları 17. Paylaşımına Gelen 2. Yorum



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/orhanoglak/status/882547248986550276> adresinden erişildi.

**Şekil 44:** Yurttaşlık Teması, Tehdit Kategorisi, Türkiye Komünist Gençliği 5. Paylaşımına Gelen 2. Yorum



**Kaynak:** 18 Kasım 2019 tarihinde <https://twitter.com/TKGninesi/status/862301037889282048> adresinden erişildi.

İkinci temsilde, vatan sahibi olan yurttaşların tehlike altında oldukları kabul edilir. Suriyeli mültecilerle sahip olunan vatan ve haklar temelinde çatışmacı hatta yer yer ötekileştirici bir ilişki kurulur. Bu konumlandırma Suriyeli mültecilerle vatan sahipliği–vatansızlık üzerinden bir ilişki yürütmüş ve ulusal–evrensel değerler arasında temsiller farklılaşmıştır.

## SONUÇ

Sosyal tanınma teması içinde gençlik örgütlerinin 4 farklı (dindaşlık, soydaşlık, sınıftaşlık, yurttaşlık) konumdan krize yaklaştıkları tespit edilmiştir. Dindaşlık ve soydaşlık konumlarından gençlik örgütleri Suriyeli mülteci krizinin merkezine muhtaçlığı yerleştirmektedir. Suriyeli mülteci krizinin sonuçları üzerinden değerlendiren bu gençlik örgütleri, hayatlarını idame ettiremeyen Suriyeli mültecilerin, yoksulluk gibi yapısal sorunlarla baş başa kaldıklarını vurgulamışlardır. Politik gençlik örgütleri, bu sorunları sosyal medya hesaplarından paylaştıkları fotoğraflarla görünür kılmışlardır. Fotoğraflar aracılığıyla kadınlar ve çocuklar olarak işaretlenen Suriyeli mültecilerin en temel ihtiyaçlarını bile karşılayamamaları bu gruptaki gençlik örgütlerini, aracı olmak için harekete geçirmiştir. Bu paylaşımlarda sosyal bilgi stoklarından yararlanılarak Suriyeli mültecilerin İslam ümmetinin ve Türk soyunun bir parçası olduğu vurgulanmış ve dini hadis ve kıssadan hisselerle katılımcıları yardım yapmaya teşvik etmişlerdir. Berger ve Lucmann (2008) sosyal bilgi stoklarının bireylerin toplumda konumlanmalarına ve yöneltilmelerine imkan sağladığını ve ötekilere dair tipleştirmeleri ve tecrübeleri de kapsadığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda gündelik hayata dair bilgi, ilişkilenebilir temelde yapılır ve bu ilişkilenebilir yapıları, sosyal bilgi stoku tarafından insanlara hazır olarak sunulur. Gençlik örgütleri bu tema altında yardım yapan değil yardıma aracılık eden bir misyon yüklenmişler ve yardım etmenin erdemini üstlerine almışlardır. Dolayısıyla bu grubun krizi pragmatik bir şekilde inşa ettikleri söylenebilir. Dine vurgu yapan paylaşımlar, Suriyeli mültecileri Müslüman olarak görme eğilimindeyken, soya vurgu yapan gençlik örgütleri Suriyeli mültecilerin Türkmen olmalarının altını çizmişlerdir. Müslüman olmayan Suriyeli mülteciler hakkındaki öznel gerçeklik sallantılıdır çünkü herhangi bir yerde buna dair bir söyleşme söz konusu değildir. Fakat bir paylaşımda Türkmen olmayan Suriyeli mültecilere Türk devlet geleneği gereği sınır kapılarının açılması mecburiyet olarak görülmüştür. Dindaşlık kategorisinde Suriyeli mülteci krizine dini değer yüklemek ve mültecileri “hicret eden sahabeler” benzetmesiyle sunmak, onlara yönelik olumlu bir yaklaşım sergilenmesini sağlamıştır. Parker’in (2000) belirttiği gibi din, insanların olumlu değer atfettikleri bir olgudur. Nitekim din ya da dini değerler aleyhinde herhangi bir argümana rastlanılmamıştır. Fakat yer yer muhalif gruplarda dinin kullanıldığına yönelik bazı görüşler ortaya atılmıştır. Benzer olarak aile değerleri birleştirici bir değer olmasının yanında sorumluluklara da atıfta bulunmaktadır. Aynı kültürel ve tarihi geçmişe sahip olunan Suriyeli mültecilere (Türkmen) yönelik Türkiye’de bulunmalarına itirazlar oldukça az sayıdadır. Burada Osmanlı Türk tarihi hafızası canlandırılarak aynı ortak geçmişin ve kültürel değerlerin paylaşıldığı hatırlatılmıştır.



İkinci grup, mülteci kriziyle sınıf bağları aracılığıyla ilişki kurmuş ve mültecileri alt sınıf üyeleri olarak görme eğilimine girmişlerdir. Sınıftaşlık konumundan gençlik örgütleri Suriyeli mülteci krizini kapitalizmin bir sonucu olarak değerlendirmişlerdir. Buna göre Suriyelileri vatanından eden, emeklerini sömüren, göç etmek zorunda bırakan ve göç yolculuklarında öldüren kapitalist sistem ve politikalarıdır. Sınıf bağı yoluyla inşa edilen krizde, gençlik örgütleri krizin nedenlerine değinmişler ortaya çıkan sorunları görünür kılmışlardır. Ek olarak gençlik örgütleri, sorunun faillerini deşifre ederek ortak düşman olarak nitelmişlerdir. Hedef gösterilen failler, ulusal düzeyde kapitalizmin işbirlikçisi olarak tanımlanan hükümet, sistem düzeyinde kapitalizmdir. Paylaşımlarda açık ya da örtük olarak ulusal ve uluslararası politikalar eleştirilmiştir. Bu gençlik örgütleri, Suriyeli mültecilerin çalışma hayatına girişini engelleyen düzenlemeler nedeniyle sömürülmelerine ve mülteci çocukların mağduriyetlerine duyarlıdır. Artar (2019), mülteci işçilerin, dışlanma, ezilme ve sömürülme koşullarının altında olduğunu belirtmiştir. Tüm olumsuz sonuçlarıyla birlikte Suriye savaşı ve/ya Suriyeli mülteci krizi, kapitalizm nedeniyle ortaya çıkmıştır. Savaşın bitmesi ve mülteci krizinin sona ermesi için kapitalist sistem ile mücadele etmek gerekmektedir. Gençlik örgütleri Suriyeli mülteci krizinde, krizin sonuçlarını telafi mekanizması olarak sınıf dayanışmasını öne çıkarmışlardır. Kapitalizme karşı mücadele krizin çözümüne yönelik sunulan reçetedir. Ayrıca protesto ve eylemler, bu mücadelede benimsenen yöntemlerdir.

Üçüncü grup, Suriyeli mültecileri biyolojik insan olarak değerlendirerek evrensel insan haklarına değer yüklemekte ve mülteci krizinin merkezine Suriyeli mültecilerin mağduriyetlerini ve trajik hikayelerini yerleştirmektedir. Burada gençlik örgütleri, Türkiye'ye iltica eden Suriyeli mültecilerin vatantaşlık bağını dışarıda bırakan doğum ve vatan arasındaki güçlü ilişkiyi vurgulayarak mülteci krizini vatan sahibi / vatansızlık ile haklara sahip olmak/haklardan mahrum olmak ilişkisi üzerinden algulamışlardır. Bu paylaşımlarda Suriyeli mülteciler yer yer nesne konumundan çıkarılmakta ve deneyimlerle özne olarak inşa edilmektedir. Bu gruptan gençlik örgütleri mültecilerin yaşadıkları mağduriyetler ve trajedi karşısında hesap sorma ve eleştiri refleksi göstermektedir. Temadan gençlik örgütleri Suriyeli mülteci krizine hümanist değerler yüklenmiş ve kriz insanlık temelinde değerlendirilmiştir. Suriyeli mültecilerin biyolojik olarak yaşam hakkında sahip "insan" olduklarını dile getiren bu paylaşımlarda mültecilerin mağduriyetleri merkeze alınmış ve trajik hikayeleri görünür kılınmıştır. Yoksulluk-mağduriyet gibi temalara odaklanmak mültecilerin edilgen ve muhtaç konumunu pekiştirmektedir (Şen, 2017). Bu perspektiften mülteciliğin uluslararası hakları gündeme getirilmemiş, Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin tabi olduğu şartlı mültecilik koşulları irdelenmemiştir.



Son olarak Suriyeli mültecilerin sosyal olarak tanınmasını reddeden temada 2 grup tespit edilmiştir. İlk olarak (dördüncü grup) ele alınan grup Suriyeli mültecileri, Türk vatandaşlarına yönelik bir tehdit olarak sunmuştur. Bu gençlik örgütleri krizi vatan / toprak/mülk sahibi olarak Suriyeli mültecilerin istenmediğine dair örtük ve açık ifadelerle ima etmişlerdir. Bu tehdit algısı iç ya da dış politikada Suriyeli mülteci politikalarının bir çekişme malzemesi olarak değerlendirilmesini mümkün kılmıştır. AB’den para alınması karşılığında mültecilerin kabul edilmesi, açık kapı politikası, Türkiye’de mülteci sayısının artması, seçmen olmayan mültecilerin seçim propagandalarında kullanılması, mültecilerin milli ekonomiye zarar vermeleri, terör örgütleri üyelerinin ülkeye sızması, istihdamı olumsuz yönde etkilemeleri, vatandaş olmadıkları halde devlet kadrolarına atanabilmeleri, üniversitelere sınavsız girmeleri, toplumsal kargaşaya neden olmaları gerekçeleriyle mülteci politikaları eleştirilmiştir. Tunç (2015), Suriyeli mültecilere yönelik olumsuzlayıcı algının nedenlerini temel kamu hizmetlerindeki (sağlık, belediye vb) aksamalar, ekonomik kaygılar (iş kaybetme, gelir kaybı, kiralara yükselmesi vb.), güvenlik kaygıları (asayiş, şüphe, tedirginlik, gerginlik vb.), temel haklara ilişkin kaygılar (çalışma izni, oturma izni, vatandaşlık vb.) olarak gruplamıştır. Bu gibi nedenlerle Türk vatandaşlarının haklarına ve yaşam kalitelerine yönelik sorunlara yol açan bir tehdit olarak görülen mülteciler, anlatılarda potansiyel sorunların öznesi olarak yer yer ötekileştirilmiştir.

Suriyeli mültecilerin sosyal tanınmalarını reddeden ikinci grup (beşinci) yaptığı paylaşımlarda Suriyeli mültecileri özellikle Türkiye’nin bekasına yönelik bir tehlike olarak görülmüş ve Suriyeli mültecileri hasım olarak sunmuştur. Ayrıca bu grup üyeleri, geçmiş kolektif hafızayı canlandırmış ve Suriyeli mülteci krizini, “Ermeni sorunu”, “PKK sorunu” gibi olaylarla ilişkilendirilerek “Arap sorunu” olarak ifade etmiştir. Bu grup için Suriyeli mülteciler mağanda - terörist olarak değerlendirilmiş ve derhal ülkeden gönderilmeleri gerektiği açık ifadelerle öne sürülmüştür. Bu paylaşımların hiçbirininin gerekçelendirilmesi söz konusu değildir. Bu bakımdan bu grubun krizi irrasyonel şekilde inşa ettikleri söylenebilir. Sosyal tanınmanın reddi temasında kalan iki gerçeklik Suriyeli mültecileri, milli değerlerle değersizleştirilmektedir. Tehdit ya da hasım olarak temsili sunulan Suriyeli mülteci krizi bağlamında yapılan paylaşımlar krizin mağdurlarını “Türk yurttaşları” olarak inşa etmektedir.

Suriyeli mülteciler, küresel medyada negatif (sahtecilik, yük, olası tehditler v.b.) ya da pozitif olarak (korunmaya muhtaç mağdurlar v.b.) tanımlanmaktadır (Gale 2004; Hardy ve Phillips 1999; Pickering 2001). Araştırma sonuçlarına göre Suriyeli mülteciler sosyal medyada gençlik örgütleri tarafından benzer şekillerde sunulmuştur. Çalışmada elde edilen sonuçlar birlikte değerlendirildi-

rildiğinde Türkiye’de politik gençlik, mültecilik olgusuna yabancıdır. Politik gençliğe göre Türkiye’ye iltica eden Suriyeliler görünürde mülteçidir; fakat aslında onlar Müslümandır, Türkmen kökenlidir, alt sınıftır, teröristtir, mağdur, hasımdır ya da ötekidir. Fakat mülteci olarak değerlendirilmemiştir. Dolayısıyla ortaya çıkan sonuçlar, politik gençliğin Suriyeli mülteci krizini, Türk toplumunun nesnel gerçekliğine gömdüklerine işaret etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Avrupa Birliği Bakanlığı. (2015). *Türkiye – AB Vize Serbestisi Diyalogu*. 5 Ağustos 2018 tarihinde <https://www.ab.gov.tr/files/stib/TRABVizeSerbestisi.pdf> adresinden erişildi.
- Ahmadi, M. ve Wohn, D. Y. (2018). The Antecedents of Incidental News Exposure on Social Media. *Social Media + Society*, 4, 1-8. doi: 10.1177/2056305118772827.
- Aktay, Y. (2014). Suriyeli İmtihanında Türkiye. 12.06.2015 tarihinde <https://www.yenisafak.com/yazarlar/yasinaktay> adresinden erişildi.
- Arkonaç, S. A. (2016). İnsan İnsan İçinde. İstanbul: Hiperlink.
- Artar, F . (2019). "Medyada Sınıfsal Temsil Mücadelesi: Suriyeli Mülteciler 'Yardıma Muhtaç' Mı 'Ucuz Emek' Mi?". *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 22 (2), 26-61. 25 Ekim 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/sosars/issue/49993/640827> adresinden erişildi.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool For Qualitative Research. *Qualitative Research*, 1(3), 385-405, 21 Nisan 2020 tarihinde <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/146879410100100307> adresinden erişildi.
- BBC (2013). Suriyeli Örgütlerden Türkiye'ye Teşekkür Mektubu. 22 Aralık 2015 tarihinde [https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/08/130807\\_suriye\\_turkiye\\_mektup](https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/08/130807_suriye_turkiye_mektup) adresinden erişildi.
- Ben-Asher, S. (2003). Hegemonic, Emancipated And Polemic Social Representations: Parental Dialogue Regarding Israeli Naval Commandos Training in Polluted Water. *Papers on Social Representations*, 12, 6-1.
- Berger, P. L. ve Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası: Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi* (V.S. Öğütle, Çev.). İstanbul: Paradigma.
- Bilgin (2009). *Sosyal Psikoloji*, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (2018). 20 Haziran 2018 tarihinde <https://www.unrefugees.org/refugee-facts/what-is-a-refugee/> adresinden erişildi.
- Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (2020). 19 Ekim 2020 tarihinde [https://data2.unhcr.org/en/situations/syria#\\_ga=1.150812086.1634584225.1465540161](https://data2.unhcr.org/en/situations/syria#_ga=1.150812086.1634584225.1465540161) adresinden erişildi.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2019). Psikolojide Tematik Analizin Kullanımı (S. N. Şad, N. Özer, ve A. Atlı, Çev.). *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi – Journal of Qualitative Research in Education*, 7(2), 873-898. Doi: 10.14689/issn.2148-2624.1.7c.2s.17m.

- Çelik, B. (2014). Denize Düşenler Yılana Sarılmasın. 15 Mayıs 2015 tarihinde <https://www.ulkuocaklari.org.tr/page/73?s=6> adresinden erişildi.
- Deaux, K., & Wiley, S. (2007). *Social Representations and Identity: Content, Power, And Process*. G. Moloney, I. Walker (Eds.), New York: Palgrave Macmillan.
- Harré, R. (1998). *The Singular Self: An Introduction to The Psychology of Personhood*. London: Sage.
- Hatipoğlu, A. (2019). Suriyeli Gettosu. 12.02.2019 tarihinde <https://www.aydinlik.com.tr/yazarlar/atakan-hatipoglu> adresinden erişildi.
- Howarth, C. (2006). A Social Representation is not A Quiet Thing: Exploring The Critical Potential of Social Representations Theory. *British Journal of Social Psychology*, 45(1), 65-86.
- Ihlamur - Öner, S. G. (2014). Türkiye'nin Suriyeli Mültecilere Yönelik Politikası. *Ortadoğu Analiz*, 6, 61,42-45, 22 Haziran 2016 tarihinde [http://www.orsam.org.tr/tr/trUploads/Yazilar/Dosyalar/2014319\\_11sunagulferihlamuroner.pdf](http://www.orsam.org.tr/tr/trUploads/Yazilar/Dosyalar/2014319_11sunagulferihlamuroner.pdf) adresinden erişildi.
- İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2019). *Mültecilerin Hukuki Durumuna İlişkin Sözleşme*. 11 Eylül 2019 tarihinde [www.goc.gov.tr](http://www.goc.gov.tr) adresinden erişildi.
- Kap, D. (2014). Suriyeli Mülteciler: Türkiye'nin Müstakbel Vatandaşları. *Akademik Perspektif*, 2, 30-35. 22 Haziran 2016 tarihinde [http://www.ikv.org.tr/images/files/Akademik-Perspektif-Aralik-2014\\_30-35\(1\).pdf](http://www.ikv.org.tr/images/files/Akademik-Perspektif-Aralik-2014_30-35(1).pdf) adresinden erişildi.
- Markova, I. (2004). Sosyal Temsiller ve Demokrasi, *Doğunun ve Batının Yerelliği Bireylik Bilgisine Dair*, (S. Arkonaç, Ed.). İstanbul: Alfa, 121-160.
- Moscovici, S. (1963). Attitudes and Opinions, *Annual Review of Psychology*, 14: 231-260.
- Moscovici, S. ve Herzlich, C. (1973). *Health and Illness: A Social Psychological Analysis*. (C. Herzlich Ed.). London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1976). *Social influence and social change*. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1984). The Phenomenon of Social Representations, *Social Representations*, (R. Farr and S. Moscovici, Eds.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Moscovici, S. (1988). Notes Towards A Description of Social Representations, *European Journal of Social Psychology*, 18, 211- 250.
- Paker, K. O. (2000). Üniversite Gençleri Arasında Modernliğin ve Laikliğin Sosyal Temsilleri. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

- Peker, B. ve Sancar, M. (2007). Mülteciler ve İltica Hakkı Yaşamın Kısıyındakilere Hoş Geldin Diyebilmek. İnsan Hakları Derneği İktisadi İşletmesi Yayını, 1 Temmuz 2016 tarihinde [http://www.insanhaklaridernegi.org/wpcontent/uploads/2007/11/multeciler\\_ve\\_iltica%20hakkı.pdf](http://www.insanhaklaridernegi.org/wpcontent/uploads/2007/11/multeciler_ve_iltica%20hakkı.pdf), adresinden erişildi.
- Şen F. (2017). Bir 'Öteki' Olarak Mülteciler: Suriyeli Mültecilerin Anaakım Ve Alternatif Medyada Temsili. *Atatürk İletişim Dergisi*, 12, 15 Ekim 2020 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/398225> adresinden erişildi.
- Tunç, A. Ş. (2015). Mülteci Davranışı ve Toplumsal Etkileri: Türkiye'deki Suriyelilere İlişkin Bir Değerlendirme. *TESAM Akademi Dergisi*, 29-63, 21 Haziran 2016 tarihinde <http://tesamakademi.com/wp-content/uploads/2016/05/2-2015-2AyseSebnemTunc.pdf> adresinden erişildi.
- Türkiye Gençlik Birliği. (2015). Burger King'e Giren Çocuğun Hatırlattıkları. 12 Haziran 2017 tarihinde <https://tgb.gen.tr> adresinden erişildi.
- Türkiye Gençlik Birliği. (2015). Unicef'in İnsanlığı. 15 Haziran 2017 tarihinde <https://tgb.gen.tr> adresinden erişildi.
- Türkiye Komünist Gençliği. (2016). Türkiye'de Mülteci Sorunu ve Emperyalizmin Rolü. 12 Haziran 2017 tarihinde <https://genclik.tkp.org.tr/> adresinden erişildi.
- Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı. (2013). Ülkü Ocakları Suriyeli Türkmenlerin Yanında. 9 Haziran 2015 tarihinde <https://www.ulkuocaklari.org.tr> adresinden erişildi.
- Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı. (2017). Basın Bildirisi. 9 Haziran 2015 tarihinde <https://www.ulkuocaklari.org.tr> adresinden erişildi.
- We Are Social. (2019). Digital in 2019 Global Overview Report.2 Ekim 2019 tarihinde <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> adresinden erişildi.
- Wohn, D. Y., ve Bowe, B. J. (2014). Crystallization: How Social Media Facilitates Social Construction of Reality. *In Proceedings of the Companion Publication of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 261-264. doi:10.1145/2556420.2556509.
- Wohn, D. Y. ve Bowe, B. J. (2016). Micro Agenda Setters: The Effect Of Social Media On Young Adults Exposure To And Attitude Toward News. *Social Media + Society*, 2, 1-12. doi:10.1177/2056305115626750.



# OSMANLI ÇELTİK ÜRETİMSAHASI OLARAK KONRAPA YA DA “OSMANLI SARAYININ NADİDESİ KONURALP PİRİNCİ”\*

16<sup>th</sup> Century Konrapa Rice Field or “The Rare of  
the Ottoman Palace Konuralp Rice”

Gönderim Tarihi / Received: 24.09.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 24.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.799608>

Kenan Ziya TAŞ<sup>1</sup>

**ÖZ:** Konrapa XVI. yüzyılda Osmanlı idarî yapısı içinde Anadolu eyâleti veya beylerbeyliği-ne bağlı bir sancak (livâ) merkezi olan Bolu'nun, on altı nahiyesinden biridir. Henüz tarihî kaynaklar itibarıyla kesin ve açık bir şekilde ispatlanamasa da nahiyenin adının burada türbesi bulunan ve yörenin fethini gerçekleştiren Konur Alp'tan geldiği açıktır. Konrapa merkezinin, Tahrir Defterleri'ndeki ifadeyle Nefs-i Konrapa'nın bir diğer adı da Üskübü'dür.

Tahıl grubu içinde yer alan pirinç, mutlak olarak büyüme devresi esnasında çok suya ihtiyaç duyduğundan, ancak coğrafi bölgelerin vadi tabanları içinde yetişme zemini bulmaktadır. Sancak dâhilinde bu şartları taşıyan en müsait bölge olan Konrapa nahiyesinde, pirinç ziraatı nin yoğunlaştığı görülmektedir. Konrapa'nın o devirde çeltik üretimi yapılan Anadolu'nun büyük merkezlerinden biri olduğu da anlaşılmaktadır. Sancaktaki çeltik ziraatı nin önemi, kanunnâmeye hususi bir madde eklenmesini gerektirmiştir. Konrapa'daki kadar büyük olmasa da Kıbrıs ve Yedidivan nahiyelerinde de çeltik ziraatı mühim bir yer tuttuğu gibi bu çeltik sahaları padişah hasası olarak ayrılmıştı. Hususi bir işletme halinde görülen ve padişah hasası olan sancaktaki bu çeltik ziraatı devletçe de yakından takip edilmekteydi.

**Anahtar Kelimeler:** Çeltik (pirinç), Çeltikçi, Konrapa, Bolu, Osmanlı Tahrir Defterleri.

**ABSTRACT:** Konrapa is one of the sixteen township (nahiye) of Bolu where is center of Sancak in Ottoman administrative structure at XVI. century. In historical sources could not be proven clearly but the town name (Nahiye) highly probable comes from conquerer of region Konur Alp. Konrapa is is also calling as a Üskübü in “Tahrir Defterleri”. As known rice needs much water. That is why it grows up in bottom of valleys. Konrapa has the most

\* “Osmanlı Sarayının Nadidesi Konuralp Pirinci” ifadesi makalenin maksadına güçlü bir katkı sağlaması ve dikkat çeken bir tanımlama olması sebebiyle <https://degerturkiye.com/tr/urunler/osmanli-sarayinin-nadidesi-konuralp-pirinci> internet adresindeki çalışmalarımızdan istifade ettiği anlaşılan yazıdan alınmıştır. Çalışma içeriği ve konusu sebebiyle etik kurul gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Fen Edebiyat Fakültesi/Tarih Bölümü, kztas@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8866-4025>



suitable location in vicinity region for rice. It comes out that Konrapa is one of the biggest ricecenter in Anatolia at that time. The importance of rice necessitate to add to Kanunname as a special item. Kıbrıs and Yedidivan towns are also assigned as Sultan's "hassa". This rice places of Sultan was following closely by government

**Keywords:** Rice, Çeltikçi, Konrapa, Bolu, Tahrir Defters of Ottomans.

## GİRİŞ

Günümüzde gündelik hayatımızın önemli bir tüketim ve gıda maddesi olan pirincin üretim aşamasındaki ismi "**çeltik**", daha ziyade üreticilerin kullandığı bir adlandırmadır. Bu ad, sıradan günlük tüketici tarafından kullanılmaz. Çeltik tabiri, Osmanlı devrinde günlük dilde kullanılırken arşiv belgelerinde de **çeltik-çeltük** چ ل توک imlâsı ile sıklıkla karşımıza çıkmaktadır.

Çeltik, kabuğu ayıklanmamış pirince (oryzasativa) ya da bitkisine denilir. Buğdaygiller familyasından olan çeltik bitkisi, buğday ve mısır gibi besleyici değeri yüksek tahıllar arasında yer alır ve özellikle Doğu Asya'da geniş ölçüde ziraatı yapılır. Çeltik ziraatının Anadolu'da ne zaman başladığı çok belli değildir. Ancak var olan Asya karakterli bu bitkinin ekiminin Türklerin Anadolu'ya girişiyle yaygınlaştığı anlaşılmaktadır. Bu bitki, suda yetiştirilen tek tahıldır ve tabii olarak gelişimini de su içinde tamamlar. Çeltik, tarladan yeşil halde hasat edilir ve demetler halinde kurutulur. Kuruyan başaklardaki çeltik taneleri daha sonra ayrılır. Bu halde çeltik fabrikalarında veya Osmanlı'da "dink" دنگی adı verilen değirmenlerde işlenip elenerek kabuklarından çıkarılır ve böylece sofralarımıza gelen pirinç elde edilmiş olur (Emecen,1993: 265-266).

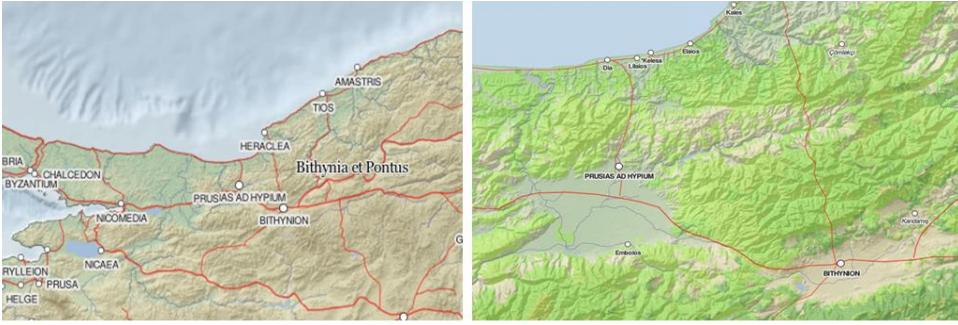
**Şekil 1:** Çeltik'ten Pirince



## چلتوک - چلتیک'ten Pirince

Latince Çeltik /pirinç tarımının yapılması için düz ve taban arazisi ve çok su gerekmektedir. Konrapa ve çevresi de bu özelliklere sahip olduğundan, aşağıda verilen haritalardan görüleceği üzere, antik devirlerden beri pirinç üretilen bir yöredir. Bölgenin antik devirlerdeki adı Bithynia ve Konuralp yöresinin adı da Prusia Ad Hypum'dur (Özlü, 2009: 18). Bu yöredeki pirinç ziraatının tarihi ile ilgili olarak günümüze ulaşan ve elimizde olan en fazla ve en sıhhatli bilgiler Osmanlı döneminde 1500'lü yıllara aittir.

Şekil 2:16. Yüzyılda Konuralp / Konrapa



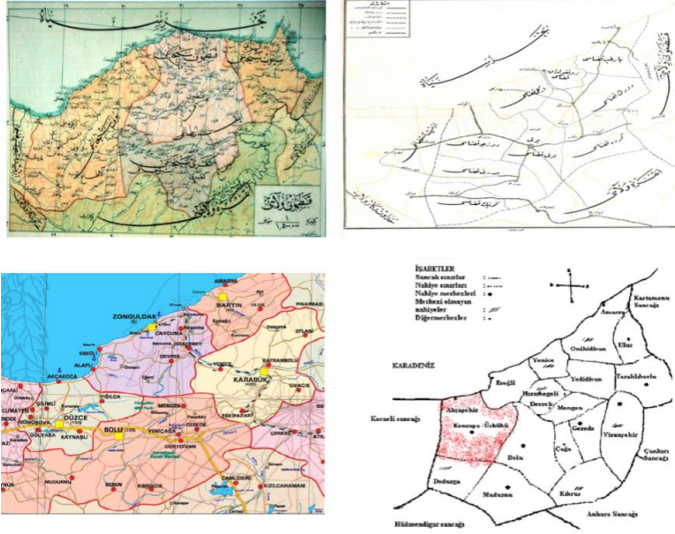
## 16. YÜZYILDA KONURALP / KONRAPA

Konrapa 16. Yüzyılda Bolu Sancağı'nın altı nahiyesinden biridir ve aynı zamanda kaza merkezi olup bugün Düzce ilinin Konuralp ilçesidir.

16. Yüzyılda Bolu sancağı dâhilinde bugünkü siyasi ve idari coğrafyamıza göre Bolu, Düzce, Zonguldak, Bartın ve Karabük olmak üzere beş il bulunmaktadır (Taş, 2012: 247-260).

Orhan Bey (1324-1361), babası Osman Gazi'nin sağlığında askerî idareyi ele aldıktan sonra Konur Alp'a yörenin fethi vazifesini vermiştir. Konur Alp, Akya-zı'yı ve Mudurnu'yu ve sonra da kendi adı verilen Düzce taraflarındaki Konrapa'yı ele geçirmiştir. Bu nedenle Konrapa daha sonra Konur Alp'e iktâ olarak verilmiştir. Bu fetihlerden sonra Prusias Kasabası, Üskübü (Eskibağ, Eskiba) adını almış; Düzce Ovası ise Konur Alp'in gösterdiği kahramanlığa istinaden "Konrapa" ve "Konur Alp İli" olarak adlandırılmıştır. Yapılan fetihlerle sınırlar genişledikçe Konuralp'in de idarî olarak bağlı bulunduğu yer ve yönetimi değişmiştir (Taş, 2020: 167-177).

### Şekil 3: Osmanlı Döneminde Konuralp /Konrapa'nın Coğrafi Konumu



### YÖNTEM

Makalenin ortaya konması için tapu Tahrir Defterleri ve Kanunnâmeler; tarama, usulüyle tasnif edilmiş; konuyla ilgili belgeler tarandıktan sonra çeltikle ilgili metinler tasnif edilmiş, tenkit ve tertip marifetiyle Konrapa Pirinci'nin ilk olarak Osmanlı mutfağında ne zaman ve ne şekilde kullanıldığı, ziraatının nasıl yapıldığı, kullanılan terminolojinin ne olduğu etraflı bir şekilde ortaya konulmuştur. Makalede tarama, tasnif, tahlil, tenkid ve tertip yöntemi kullanılmıştır

### AMAÇ

Konu literatürde var olan haliyle önemine uygun derecede yer almadığından, mesele tüm teferruatıyla yeniden gözden geçirilerek genişletilmiş ve bir makale olarak hazırlanmıştır. Bu maksatla çok yakın zamanda üretildiği farz edilen çeltik üretiminin çok daha eski zamanlara dayandığı ve kaynaklarda konuyla ilgili oldukça ayrıntılı bir şekilde verildiği ortaya konmuştur. Yazı, 14-16 Aralık 2015 tarihinde Düzce'de düzenlenen Uluslararası Katılımlı Konuralp Çeltik Çalıştay'ında sunulmuş ancak bildirinin tamamı talep edilmemiş, yalnızca gönderilen özet, dijital ortamda PDF formatında yayınlanmıştır. Metnin kısa ve basit hali "16. Yüzyılda Konrapa Çeltik Sahası" adıyla Bolu Sancağı adlı kitabın içinde sadece bir kısım olarak yer almıştır. Bu makalede çeltik üretiminin tarihsel gelişimi ve Osmanlı mutfağında önemli bir yerde durduğu tespit edilmiş konunun dayanak noktaları şümulü bir şekilde ele alınmıştır.

## TAPU-TAHRİR DEFTERLERİ:

Tapu Tahrir Defterleri veya kısaca Tahrir Defterleri, Osmanlı Devleti'nin iktisadi-askeri düzeninin temel uygulama alanı olan Tımar sisteminin yürürlükte olduğu idari birimlerde, eyâlet ve sancaklarda, belirli aralıklarla vergi konusu olan her türlü gelir ve üretim ile bunların tasarrufuna muhatap olanların sayımlarının kaydedildiği defterlerdir. Kısaca vergi kalemleri ve vergi nüfusu ile bunlardan yararlananların kayıtlarıdır. Osmanlı toprak sisteminin gelişimini, işleyişini ve neticelerinin somut bir yansıması olan Tahrir sistemi ve Tahrir Defterleri ile ilgili, Halil İnalçık ve Ömer Lütfi Barkan'ın öncülüğünü yaptığı, oldukça geniş bir literatür bulunmaktadır. Bunun için ayrı dipnotlar ve kaynak listesini dipnot olarak vermek yerine hem sistemi özlü olarak anlatan hem de buna dair kaynakları veren Defterhâne'den Tapu ve Kadastro'ya adlı kitabı zikretmek mümkündür (Yıldırım, Kadioğlu, 2010:78-118).

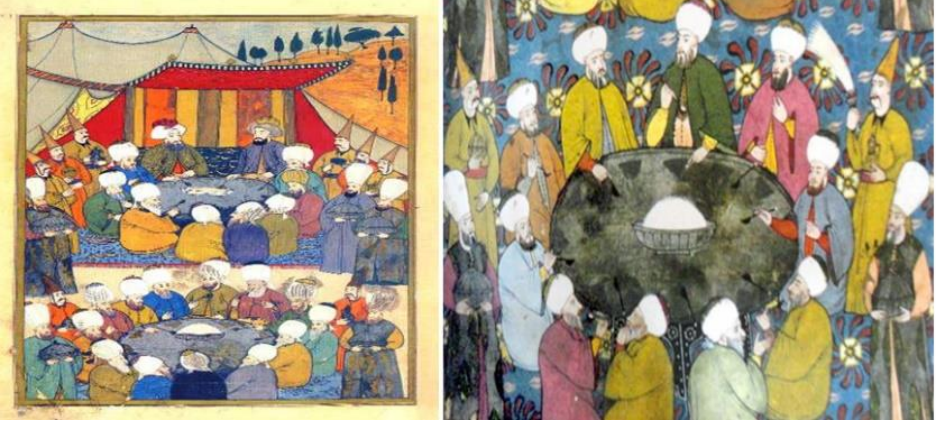
Metinde kullandığımız malzemeye dair Türk arşivlerinin kıymetli belge gurubunu teşkil eden Tahrir Defterleri, Konuralp / Konrapa'daki çeltik ziraatı için de belgeli en eski, en doğru ve geniş bilgiyi bu Tahrir Defterleri vermektedir (Taş, 2017: 18-34). Bolu Sancağı'na ait bu defterlerdeki kayıtlara istinaden yöredeki çeltik ziraatı hakkında üretim, vergi, işleyiş ve önemine dair sonuçlar belgelere dayanarak elde edilen tablolara göre değerlendirmeler yapılmıştır.

## OSMANLI DEVLETİNDE ÇELTİK ÜRETİMİ VE ÇELTİKÇİ REÂYA SİSTEMİ (چلتوکچی - چلتوکچی)

Günümüzde daha ziyade tahıl olarak adlandırılan ve taneli ürünler demek olan hububat üretimi Osmanlı devletinde zirai faaliyetin en başında yer alır. Hububât istihsalı "ehemm-i mühimmâtan" veya ehemmi-i umurdan" madud büyük bir devlet işi ve adetâ dinî bir vazife "lâzime-i uhde-i diyânet" olarak devletçe başarılması lâzım gelen bir dava addedilmiştir (Güçer, 1964: 238). Devlet senelik hububat istihsalini muayyen bir seviyede tutmak, toprakların mümkün mertebe işlenmesini temin etmek maksadıyla hububat istihsalini tanzim edici kayıtlar koymuştur. Pirinç, taneli bitki olmak itibarı ile hububat sayılan bir bitkidir. Diğer hububat türlerine göre ekim sahasının daha az oluşu, besleyicilik değeri, lezzet ve tadı dolayısı ile daha revaçtadır. Özellikle şölenlerde Osmanlı sarayının ve ordusunun başyemeğidir.



#### Şekil 4: Osmanlı Sarayı ve Pirinç Pilavı



Sahip olduğu bu hususiyetleri itibarı ile pirinç /çeltik; Osmanlıda buğday, arpa ve diğer hububat türleri daha farklı ve istisnai bir muameleye tabi tutulmuştur. Çeltik ziraatı, bitkinin sürekli suya muhtaç olması dolayısıyla gayet zordur. Belki de ekiminden mahsulün kaldırılmasına kadar geçen süre zarfında sürekli bakım istemesi dolayısıyla “kıymetli tahıl” bitkileri arasında yer almıştır (Süreker, 2002: 72,149). Çeltik ziraatını teşvik etmek amacıyla hususi bir yapılanma meydana getirilmiş ve bu durum devletin izni/takibi altında yapılmıştır. Çeltik ziraatı daha ziyade devletin mülkiyetindeki topraklar demek olan mîrî arazi üzerinde; padişah, şehzade, hânedan mensupları, yüksek devlet görevlilerine tahsis edilmiş büyük haslara ait yerlerde veya vakıf-mülk topraklarda yapılırdı. Bu araziler, “mukataa” yoluyla kiraya verilerek veya “ortakçılık” yolu ile işlenirdi. Her mukataanın başında bir “çeltik emini” yer alırdı. (Genç, 2006:129-132; Lütfi, 1939: 265-266). Başlangıçta farklı menşelerden gelen ve toprağa bağlı köle statüsünü andıran “ortakçı kulların” istihdamı, beklenen pirinç üretimini karşılayamayınca farklı bir uygulamaya gidilmiştir. Mîrî arazilerde yükümlülükleri açısından ortakçı kullarla reâyâ arasında yer alan “çeltikçi reâyâ” anlayışı yaygınlık kazanır. Bu bakımdan çeltik ziraatı ile uğraşan reaya (reâyây-ı çeltükciyân), daha imtiyazlı bir konum kazanır ve olağan üstü hal vergisi olan “avârız”dan bahsi geçen muaf tutulur (Karagöz, 2004: 276). Ancak bu muafiyete karşılık; sancaktan sancağa farklılık göstermekle beraber, sıradan reâyâdan talep edilen öşürün üzerinde vergi alınır ve üretilen pirincin neredeyse yarısını devlete vermek zorunda kalınır (Pamuk, 2007: 53). Bu tarımsal faaliyet devlet için önem arz ettiğinden yağcı, küreci, ellici, derbendci vs. gibi yarı askeri bir vazife şeklinde telakki edildiğinden avarızdan muafiyet, öşrün yarısının alınması ise avarızdan muafiyete karşılık değil ürünün verimindeki yükseklikten kaynaklı olsa gerek, nitekim sulak hububat alanlarında da yarım öşür alınıyor.

Çeltik ziraatının yapıldığı yerler, başka ekim-dikimin yapılmadığı sulak arazilerdir. Bu arazilerde çeltik ekimi yapabilmek için hususi ve meşakkatli bir emek gerekir. Özellikle suyun temini ve sürekliliği çok mühimdir. Bu bakımdan buralara Osmanlı terminolojisinde “nehr-i çeltük” ya da daha az kullanılan ifade ile ark/karığ yani su kanalları inşa edilerek çeltik ziraatı için zemin hazırlanır. Su kanallarının kazılması, bakımı için “çeltükçü reâyâ” denilen görevli bir zümre oluşmuştur ve babadan oğula intikal eden bir süreklilik kazanmıştır. “Çeltük kürekçileri” de denilen kişiler, vergi muafiyeti karşılığında bu su kanallarını temizlerlerdi. Bunların başında bir “çeltükçü reisi” bulunurdu. Çeltik reisi, ekim zamanı çeltik ekilecek yerleri tespit eder başka mahsul ekilmesine mâni olurdu. Ekimi için gerekli tohumu ise “çeltik emini” temin ederdi. Kanunnâmeler’deki bilgilere istinaden 10-15 “kile”den yukarı ekenler “çeltükçi reâyâ” sayılırdı. Aşağıda resim olarak verdiğimiz kayıtlardan da anlaşılacağı üzere Bolu Sancak Kanunnamesi’nin ifadesine 10-15 kileden fazla çeltik tohumu ekenler çeltikçi kabul edilirken 10 kileden daha az tohum ziraat edenler ise rençber sayılmışlardır.

Şekil 5: TD 35 Bolu Kanunnamesinde Çeltükçiler



Tahrir Defterinde ve Kanunname’de Çeltükçünün tanımı ve çeltükçi reâyâ kaydını: “...ve şol çeltükci ki bir müdd ve yahud on beş kile bârî on kile tohum zira’ât eden ânın gibiler çeltükci olmak emrolunup ve her kangı köyde ise isimleri üzerine çeltükci kaydolma ammâ on kileden mâdûn tohum zira’ât eden kimesnelere çeltükci olmak emrolunmayup rençber addolındı ve hâssa çeltük ve sancakı beyi ve erbâb-ı tumâr ve subaşılar sınırına ekilürse hemân rençber hissesinden ‘öşür alınur...” (Bolu Livası Kanunnamesi, TD: 35 v.3b).

Yine yukarıdaki belgede de görüldüğü üzere bunların kaydedildiği defterlerde isimlerini üzerine bu bilgiler yazılırdı. Osmanlı Devleti’nde, “...çeltik nehirlere başkanlarının pişkeşlerine ve berâtlarına bakmakla vazifeli ...” kaleme, “Çeltik Rüsûmu Kalemi” veya “Çeltik Muhasebesi Riyâseti” denilmektedir (Başbakanlık Osmanlı Arşivi Rehberi 1992, 268). Çeltik ziraatında sahib-i arz (tumarı, zeâmeti veya hassı ya da onlar adına “emin”) tasarruf eden su ve toprağı temin

eder, reâya ise işçiliğini yapar. Elde edilen ürün reâya vesahib-i arz arasında tohum miktarı düşüldükten sonra yarı yarıya bölüşüldü. Çeltik öşür ise reâya hissesinden alınırdı.(Ünal, 2008: 182-183; Emecen,1993:265-266).

## 16. YÜZYILDA KONRAPA'DA ÇELTİK ÜRETİMİ VE MİKTARI

Çeltik ve ziraatı ile ilgili yukarıda yaptığımız açıklamalar çerçevesinde 16. Yüzyılda Bolu Sancağı sınırları dâhilindeki en uygun coğrafya Konrapa yöresidir. Bu sebeple pirinç üretimi, bütün Osmanlı coğrafyası içinde burası en yoğun çeltik tarımının yapıldığı sahalardan biri olmuştur. Buna ilave olarak Bolu Sancağı'nın diğer iki nahiyesi Kıbrıs ve Yedidivân nahiyelerinde Konrapa'daki kadar büyük olmasa da çeltik ziraatı mühim bir yer tutar. Buralardaki çeltik sahalarının büyük bir kısmı "padişah hası" olarak ayrılmıştır.

Padişah hası olan bu çeltik sahalarından başka sancakta müteferrik yerlerde de çeltik ziraatı yapılmaktadır. Nahiyelere göre çeltikten hâsıl olan öşür miktarı, akça olarak tabloda gösterilmiştir. Tabloya bakıldığında çeltik ziraatı açısından Konrapa'nın bariz bir şekilde öne çıktığı görülmektedir. Ancak zaman içinde çeltik ziraatında fark edilir bir azalma olduğu da dikkatli çekmektedir.

Konrapa'da çeltik üretiminin miktarı Tahrir Defterleri'ndeki kayıtlardan hareketle tablo haline getirilmiş ve Konrapa'nın bu üretimdeki önemini anlaşılması ve karşılaştırılabilmesi için de sancak dâhilindeki diğer üretim sahalarındaki miktarlar da verilmiştir.

Tablodaki bilgilerin anlaşılması ve yorumlanabilmesi için Osmanlı devrinde kullanılan ölçü birimi olan ve tabloda geçen kavramların açıklanması gerekir. Öşür, sözlükte "onda bir" anlamına gelen Arapça kelimenin Türkçe söylenişidir. Umumi olarak toprak ürünlerinden tahsil edilen zekâtı ifade eder. Ancak Osmanlı devrinde öşür adı altında toplanan vergiler daha ziyade ziraî vergilerdir. Vergi oranları da beşte birden (humus) onda bire (öşür) kadar değişme gösterir. Öşür vergisinin çok büyük bir kısmını tahıl ve bakliyattan alınanlar teşkil eder ve yine çoğunlukla "aynî" maldan mal olarak tahsil edilirdi (Erkal-Tabakoğlu, 2007:100-103).

Kile ve müdd ifadeleri, hububat türü mahsulün ölçümünde kullanılan hacim ölçüsüdür. Müdd, sözlükte iki avuç dolusu kadar bir hacme karşılık gelen ölçü birimidir. Ağırlık olarak karşılığı da 875 gram kadardır. Müdd 20 kile yani yaklaşık 740 litrelik hacmiyle 513,178 kg. civarında buğday tartan bir hacim ölçüsüdür. Müdd de kile de yöreden yöreye göre değişiklik gösterir. Tam bir ölçü birliği yoktur ama 16. Yüzyıl için rakamlar takriben bu şekilde kabul edilir. Meselâ başka bir kabulde de 1 buğday müddü 420 kg'a karşılık gelirken; 1çeltik müddü 210 kg olarak alınmıştır. 1 müdd 20 kile karşılığıdır. 1 kile takriben 20 kg'dır (Kallek, 2006: 265-266; İnalçık, 2002: 21-49).



Ürünler yarı yarıya paylaşılmaktadır. Burada tablolara yansıtılan bir ayrıntıya dikkat çekmek gerekiyor. Çeltik hasad edildikten sonra umumiyetle yarı yarıya paylaşılmaktadır. Çeltik öşrü de reâyânın hissesinden alınır. Bu sebeple üretilen çeltik miktarının ne kadar olduğunu hesaplamak için defterlerde verilen rakamları 10 ile yani öşür miktarı ile çarpıp, sonra çıkan bu miktarı ikiye katlamak gerekir( Ünal, 2008:182-183). Ancak Bolu sancağı için bu oranlar kesinlik arz etmediğinden rakamlar hesaplanıp tablolara yansıtılmamıştır.

**Tablo 1:16.** Yüzyılda Konrapa’da Çeltik Üretimi ve Miktarı

PADİŞAH HASSI OLAN ÇELTİK ZİRAAT VE ÖŞRÜ		
Nahiye	Ekilen Tokum Müdd-kile	Alınan öşür, akça
<b>Konrapa</b>	<b>516 mudd 2 kile</b>	<b>158.535 akça</b>
Kıbrus	26 mudd 9 kile	25.000 akça
Yedidivan	38 mudd 12 kile	6.796 akça
PADİŞAH HASSI DIŞINDAKİ YERLERDEKİ ÇELTİK ÖŞRÜ		
Nahiye		
Dodurga		
Ereğli	4.513	350
Hızırbegeli	24	-
<b>Konrapa</b>	<b>46.356</b>	<b>25.579</b>
Onikidivan	2.640	2.830
Taraklıborlu	25.	-
Ulus	2.520	1.200
Yekûn	59.173	31.919
DEĞİRMEN VE DİNK ÖŞÜRLERİ		
Nahiyeler	1519	1568
Bolu	6.134	4.493
<b>Konrapa</b>	<b>4.970</b>	<b>6.757</b>

Mirliva Hassı Olarak, Bakra Karyesi’nde 27 Hane Çeltükçü ve Öşr-i Çeltük 312 akça, Kadanı Karyesi’nde 5 Rumiler Karyesi’nde 23 Hane çeltükçü ve Çeltükçü Öşr-i Çeltük 900 akça kaydedilmiştir.

Çeltiğin kabuğundan ayrılması işinin yapıldığı “dink” adı verilen değirmenler ise, çoğu Konrapa nahiyesinde olmak üzere “resm-i dink” adıyla vergilendirilmiştir. Tablodan görüldüğü üzere onun da büyük kısmı Konrapa nahiyesindedir.

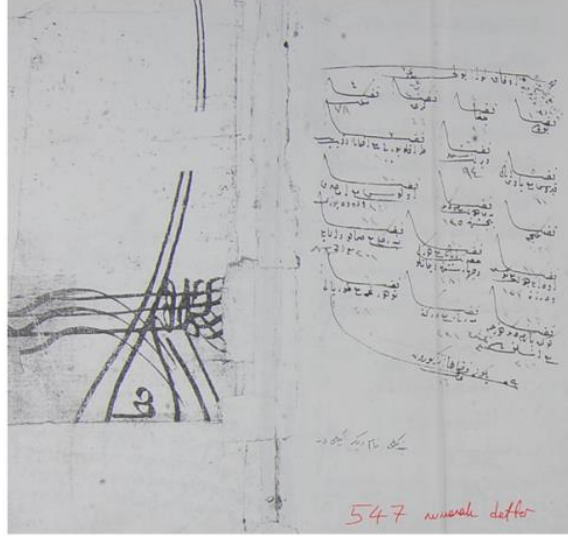
## SONUÇ

Konrapa’daki çeltik ziraatının ya da pirinç üretiminin günümüze kadar uzanan tarihi seyrini anlatmak bu makalenin sınırlarını aşar. Ancak günümüzdeki durumu ifade eden Düzce’yi tanıtan bir rehber kitapta şu ifadeler dikkat çekicidir: “Halk dilinde kasaba pirinci olarak anılan Konuralp pirincinin tarihi 1800’lü yıllara dayanmaktadır.” şeklinde bir ifade bulunmaktadır Yöreye özgü geçmişi ve Os-

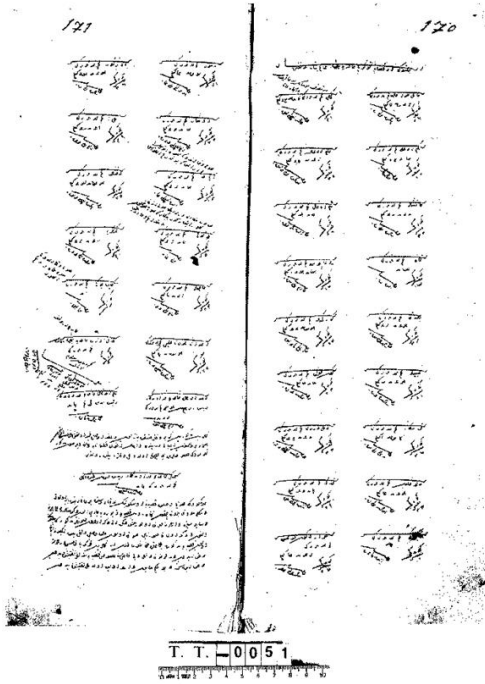
*manlı Saray mutfağının Pirinci olarak adlandırılan Konuralp Pirinci zamanın vazgeçilmez lezzet kaynaklarından biri olarak varlığını bugüne kadar sürdürmüştür. İlimizde Merkez ilçeye bağlı Konuralp bölgesi, Taşköprü köyü, Kaymakçı köyü, Kadioğlu köyü; Çilimli ilçesine bağlı Esenli ve Dikmeli köylerinde yaklaşık 3000 dekar çeltik ekilebilir alan bulunmakta, bunun her yıl 2000-2500 dekarı ekilmektedir.” (Kültürel Çeşitliliği ile Düzce Lezzetleri, 2019: 195). Bu ifadeler günümüzdeki durumu yansıtabilir. Ancak tarihi bilgi olarak sunulan ifadenin ne kadar yanlış olduğu açıkça ortadadır.*

## EK BELGELER

### Ek 1: Konrapa Nahiye /Kazasında Çeltikçiler Ve Çeltik Üretimine Dair Arşiv Kayıtları ve Çözümleri



## Ek 2: Çeltik Kayıtlarının Bulunduğu Tahrir Defterleri



	Nehr-i ...	Tohum be-müdd-i büzürg		Küreççi Nefer	Hasıl
		Müdd	Kile		
1	Hacı Süle hâlyâ (?)	12	2	26	458
2	Keçili (1)	99	13	41	1440
3	Yenicöğlü	3	13	27	...
4	Kılıçoğlu	11	13	35	4545
5	Cağışlar	19	16	33	...
6	Seyhoğlu	5	10	6	
7	Kaman	4	-	4	1080
8	Yolaçevire-Hâric	7	19	13	540
9	Bağdan	17	12	33	430
10	Kürkçüler	37	19	53	11175
11	Sabiler	17	3	51	6065
12	Gündoğmuş	9	3	23	3065
13	Karapınar	83	1	46	16890
14	Ahi Derzi	18	13	33	5425
15	Delü Halil	17	10	33	9560
16	Kadamı	8	19	29	1440
17	... (Yazı bozuk)	2	-	11	1120
18	Bakraz ve Gündoğmuş	11	5	57	4525
19	Umur	59	10	71	17860
20	Öztemür	27	27	36	1580
21	Avşar	3	19	22	1425
22	Yahya	11	16	49	1555
23	Bevce(1)	3	12	14	1405
24	Efendi	24	14	25	8995
25	Dökümcü (3)	2	12	5	510
26	Kengerye	16	12	90	3525
27	Hacılar	11	6	24	1525
28	Kelbükü (4)	1	-	berat	370
29	Ahdaş Mevlana Halimi	37	8	175	9420
30	Çalözü (5)	-	-	-	-
	CEM'AN YEKÜN (6)	29 kat'n	2445	2	158535
	Ümid oğlu (7)	12	-	-	1940
	Yenicöğlü (8)	8,5	-	-	5180
	Cenkli (9)	5	-	-	1400

## TD 51 (1519) Enhâr-ı çeltükkazâ-i Konrapa

## TABLO İÇİNDEKİ DİPNOT METİNLERİNİN ÇÖZÜMÜ

(1) der Tasarruf-ı Musa Beg ser çakırcıyân-ı dergâh-'âlî

(2) Suyu Vefa etmedüğüsebepten altı yıl var imiş bu kadar tohum ekilürmüş

(3) Karadere Pınarı derler imiş suyu andan ekilür imiş mezkur pınarın suyu soğuyub bu mikdar tohum vefâidermiş.

(4) Suyu vefa etmedüğüsebepten ...birmudd tohum ekilür.

(5) Hashâ-yûpâdişâh-i 'âlem-penâh tohum ve hasılma'lûm olmadı.

(6) Enhârma'aÇalözü der nehr-i Keçili; Kesim der nehr-i Çalözü, Hâsil der nehr-i Çalözü

(7) Hashâ-i Hüdavendigârre'is İbrahim Nâib Musa

(8) Hashâ-i hüdavendigârre'is Seydi Mehmed

Nehr-i mezkûreynegerçi defter-i atıkdeyazulub bir mikdâr hâsil kaydolunmuşhaliyyen teftiş olunubesmâlaribulunmayub 'a'yân-ı vilâyetde ve ehh-i vukûfkat'anâm ve nişân-virmeyüb mezkûr nehirlere hasılatları bu vechile olduğu deftresebt olundu.

(9) Hashâ-i hüdavendigârre'is Civoandoğmuş

*Nehr-i mezkûrun suyu asılda (?) kasaba-i Üskübü'nünyukarusında bir dağ içinde Yapaolukdimeklema'rûf yerden çıkubnihânolub kasaba-i mezbureyecâriolubdegirmenlerine ve hamamlarına ve sairisine ve atlarına (?) sarf olurmuş sonradan zikr olan su nehr-i mezkûrun çeltüğü alınub ve zikr olan su ziyade soğuk olup hâsılı dahi yılda iki yüz akça olup kasaba-i mezkûrecemâatihakk-i şürbtalebettüklerinKonrapa kadısı der-i devlete arz idüb der-i devletden dahi Bolu kadısına hususi kasabayı sen dahi teftiş edüb arz edesiz deyühükmi-i hümayûnvâridolub ol dahi teftiş idüb 'ale't-tafsî l Merhûm Sultan Bâyezîd Han tâbeserâhuya 'arz olunub Çünkü yılda hâsıl iki yüz akçadır bu yurdum ki çeltükden feragat edübminba'dzikr olan suya kimesneyi dahletdirmeyesiz su ber-kaâr-ı sâbıkcârî olduğu üzere girü kasaba-i mezbûreyecâriolub benim devâm-ı devletim du'âsına meşgul olalar deyu fi hâmişşehr-i Şa'bâni'l-mu'azzam sene ihd'a aşer ve tis'amie de Konrapakadısına hük-i hümayûn sadaka etmiş oldukdanberüzikr olan su kasaba-i mezkûreyecâriolubnehr-i mezkûrda çeltükzir'at olunmaz olmuş husûs-i kazıya böyle olduğu deftere sebt olundu.*



## KAYNAKÇA

*Arşiv Kaynağı (Bolu Sancağı Tahrir Defterleri)*

BOA TD 51

BOA TD 35

BOA TD 547

Barkan, Ö. L. (1939), "XV ve XVI. Asırlarda Osmanlı İmparatorluğu'nda Toprak İşçiliğinin Organizasyonu Şekilleri, I, Kulluklar ve Ortakçı Kullar", *İktisat Fakültesi Mecmuası*, Sayı 1, s. 29-74.

Başbakanlık Osmanlı Arşivi Rehberi, Ankara 1992.

Emecen, F., "Çeltik", TDVİA, Cilt 8 (1993), s. 265-266

Erkal, M. ve Tabakoğlu A. (2007), "Öşür", TDVİA, Cilt 34 s.100-103.

Genç, M. (2006), "Mukataa", TDVİA, Cilt 31 s. 129-132;

Güçer, L. (1964), XVI. -XVII. Asırlarda Osmanlı İmparatorluğunda Hububat Meselesi ve Hububattan Alınan Vergiler, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.

İnalçık, H. (Trc. Eşref Bengi Özbilen), (2002), "Osmanlı Metrolojisine Giriş" *Türk Dünyası Araştırmaları*, s.21-49.

Kallek, C. (2006), "Kile", TDVİA, Cilt 25 s.568-571.

Kallek, C. (2006), "Müd", TDVİA, Cilt 31, s.265-266;

Karagöz, M. (2004), "1193/1779 Senesi Rüşum Defteri'ne Göre Bazarcık-Tatarpazarı'nda Pirinç Üretimi", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, 275-299.

Konuralp Çeltik Çalıştayı (2015) <http://celtikcalistayi.zdbf.duzce.edu.tr/Dokumanlar/ff35cf4c-9a60-4eaa-8ecd-b0df792de246.pdf> adresinden 29.08.2020 tarihinde erişildi.

Düzce Valiliği, (2019), *Kültürel Çeşitliliği ile Düzce Lezzetleri*, Ankara: Düzce Valiliği Yayınları.

Osmanlı Sarayının Nadidesi: Konuralp Pirinci (t.y.) <https://degerturkiye.com/tr/urunler/osmanli-sarayinin-nadidesi-konuralp-pirinci> adresinden 25.08.2020 tarihinde erişildi.

Özlü, Z. (2009), *Batı Karadeniz'de Antik Bir Osmanlı Kenti Prusias Ad Hypium Üsküb'ü (Konuralp)*, İstanbul: Düzce Üniversitesi Araştırma Yayını.

Sürek, H. (2002), *Çeltik Tarımı*, İstanbul: Hasat Yayıncılık.



- Şevket P. (2007), *Osmanlı-Türkiye İktisadi Tarihi (1500-1914)*, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Taş, K. Z., (2020), “*Konrapa (Konuralp)’da Osmanlı Öncesi ve Kuruluş Dönemi İdari Yapısı ve İdarecilerine Dair İzler*”, Konur Alp Gazi ve Düzce Tarihi Sempozyumu Bildiriler, Yayına Hazırlayanlar, Ali Ertuğrul-Fırat Yaşa, 23-24 Kasım 2018, Düzce, Ankara: TTK yayınları
- Taş, K. Z. (2017), *Bolu Sancağı, “XVI. Yüzyılda Konuralp’in Konrapa/Üskübü) Tahrir Defterlerine Göre Sosyo-Ekonomik Durumu”* ss. 247-260. İstanbul: Post Yayınevi.
- Taş, K. Z. (2017), *Osmanlının Arka Bahçesi Bolu Sancağı 16. Yüzyılda Bolu-Düzce-Bartın-Karbük-Zonguldak*, İstanbul: Post Yayınevi.
- Ünal, M. A. (2008), *Osmanlı Devrinde Sinop*, Isparta: Fakülte Kitabevi.
- Yıldırım, M. ve Kadioğlu, S. (2010), *Defterhane’den Tapu ve Kadastro’ya Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü’nün Tarihçesi*, Ankara: Tapu ve Arşiv Dairesi Başkanlığı Yayını.

Araştırma Makalesi / Research Article

# YABANCI TURİSTLERİN GENEL MÜZE İMAJI ALGILAMALARI: AYASOFYA VE TOPKAPI SARAYI MÜZELERİ\*

The Overall Museum Image Perceptions of Foreign  
Tourists: Hagia Sophia and Topkapı Palace  
Museum

Gönderim Tarihi / Received: 30.04.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 02.09.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.730083>

Seçkin ESER\*\*1

Zafer ERLER<sup>2</sup>

**ÖZ:** Turizm sektörü açısından müzeler önemli çekim merkezleridir. Bir müzenin turizm sektöründe başarı elde edebilmesi ve diğer müzelerden ayırt edici özelliklere sahip olabilmesi için müze imajı önemli bir faktördür. Bu çalışmanın amacı, yabancı turistlerce Topkapı ve Ayasofya Müzesi'nin algılanan genel müze imajının belirlenmesidir. Veriler alan yazımına dayalı olarak geliştirilen anket aracılığı ile iki müzeyi ziyaret eden 527 yabancı turiste, 8 Aralık 2018-8 Şubat 2019 tarihleri arasında yüz yüze uygulanarak elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, yabancı turistler tarafından Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi'nin genel müze imajı açısından "iyi" olarak algılandığı, ancak aralarında müze imajı bakımından fark olmadığı belirlenmiştir. Çalışmada; bilişsel ve duygusal müze imaj algısının, genel müze imajı algısını etkilediği belirlenmiştir. Çalışmada müzelerle, ilgili kurum ve kuruluşlara müzelerin geliştirilmesi için bilişsel ve duygusal imaj faktörleri ele alınarak öneriler getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bilişsel Müze İmajı, Duygusal Müze İmajı, Genel Müze İmajı, Ayasofya Müzesi, Topkapı Sarayı Müzesi.

**ABSTRACT:** Museums are important attractions for the tourism sector. Museum image is an important factor in order to be successful in the tourism industry and to have distinctive features from other museums. The purpose of this study is to determine the perceived

\* Bu çalışma, Zafer ERLER'in "Yabancı Turistlerce Algılanan Müze İmajı: Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi Karşılaştırması" başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan veriler 2018 yılı Aralık- 2019 yılı Şubat ayları sürecini kapsadığı için etik kurul kararına ihtiyaç duyulamamaktadır.

\*\* Sorumlu Yazar

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği, seckineser@outlook.com, <https://orcid.org/0000-0001-9972-5818>

<sup>2</sup> Bilim Uzmanı, zaferler39@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2401-1831>

overall museum image of Topkapı and Hagia Sophia Museum by foreign tourists. The data were collected by applying a questionnaire developed based on the literature between the dates of December 8, 2018 – February 8, 2019, to 527 foreign tourists visiting the two museums. In the research results; it was determined that the Topkapı Palace and the Hagia Sophia Museum were perceived as “good” in terms of the overall museum image, but there was no difference between each other by foreign tourists. Additionally, it was determined that perception of the cognitive and emotional museum image affected the overall museum image. In the study, recommendations have been developed to museums, related institutions and organizations by considering cognitive and emotional image factors for the development of museums.

**Keywords:** Cognitive Museum Image, Emotional Museum Image, Overall Museum Image, Hagia Sophia Museum, Topkapı Palace Museum.

## GİRİŞ

Tarihsel açıdan müzeler, seyahatlerin temel sebeplerinden biri olarak kabul görmekte ve farklı bölgelerden gelen turistler koleksiyonları görmek amacıyla müzeleri ziyaret etmektedir. 19. ve 20. yüzyılların başında seyahat merkezlerinde müzeler kurulmaya başlanmıştır (Jolliffe ve Smith, 2001: 151). Turizm faaliyetleri sayesinde, müzelerde saklanan eserlerin ve koleksiyonların bilinirliği artmış ve müzeler turizm açısından önemli birer merkez haline gelmiştir (Kervankıran, 2014: 348). Müzeler belirli bir kültürel oluşumu temsil eder. Koleksiyonlarındaki çeşitli sergilerin nasıl sergileneneceği müzenin çekiciliğini ve doğal olarak ziyaretçi sayısını etkileyebilir (Barrio vd., 2009). Temelde bir bölgede turist çekme potansiyeline sahip yapıların başında gelmektedir. Aynı zamanda, turistlerin buldukları bölgede daha fazla kalış süresi ve daha kaliteli zaman geçirme açısından da tercihlerini etkileyebilmektedir (Tezgel ve Akova, 2017: 309). Çünkü ziyaretçiler müzelerde sergilenen eser ve koleksiyonları değerlendirirken, müzenin fiziksel çevresini ve genel atmosferini de duyuşsal açıdan ele almaktadır (Radder ve Han, 2015: 455-456).

Müzeler, ziyaretçiler, turistler ve yerel halk için önemli bir değer kabul edilmektedir. Müze ziyaretleri, bireylerin belirli kültürlere dönük bilgi edinmelerini sağlamakla birlikte, eğlenceli zaman geçirmelerine imkân yaratmaktadır. Daha da önemli olan ise müzeler, bir rehber kitapta ya da turistlerin yol üzerinde bir durak olmasından öte, toplumlarda önemli bir role sahiptir. Bir müze, bir toplumun kültürünün ve tarihinin bilinirliği için bir platform ve toplumun ortak toplandığı bir yer özelliğindedir. Ayrıca yerel toplumun yaşam kalitesine katkıda bulunmaktadır. Müzeler, kim olduğumuzu tanımamıza yardımcı olan ülkelerin ve kültürlerin simgelerini saklayan ve sergileyen yerlerdir. Ayrıca, dünya tarihinin ve insanlığın başarılarının bir kaydını içermektedir (Genoways ve Ireland'den akt. 2003: 328; Culley, 2010: 1). Tüm medeniyetlere ve

bireylere ait eserleri bir arada sunarak, medeniyetler arasındaki ilişkinin önemini de ortaya koymaktadır. Bilime, antropolojiye, tarih, endüstri ve çevreye sundukları eserlerle birçok kaynak yaratmaktadır (Mercin, 2003: 112).

Günümüzdeki her işletme gibi müzelerinde belirli hedef ve amaçları vardır. Kotler ve Kotler (2000), müzelerin hedeflerini 3 ana noktada toplamıştır. Bu hedefler, müze ziyaretçilerinin müze deneyimlerini geliştirmek, müze ziyaretçilerine olan hizmeti geliştirmek ve müzelerin rekabet edebilmesini sağlamak olarak belirtilmiştir. Rekabet edebilmenin yollarından biriside, nasıl bir müze imajı algısı yaratılmak istendiği veya müzenin algılanan imajının nasıl yönetildiği ile ilgilidir. Aynı zamanda, müzelerin miras ve kültürün korunması, kültürel miras bilgisinin yayılması, yerel halkın ve turistlerin bölgeye çekilmesi gibi çeşitli görevleri de bulunmaktadır (Trinh ve Ryan, 2013: 239-240).

İmaj bir ürünün, bireyin, kurumun, markanın, politik kişiliğin veya bir ülkenin kamudaki algılanması veya görüntüsü olarak tanımlanmaktadır (Türk-kahraman, 2003: 4). Pajunen (2006) imajı insanların beyninde oluşan algılama biçimlerini, tavır ve tutumlarını belirleyen öğeler şeklinde belirtmiştir. Müze imajı ise, kişilerin müze hakkında edindiği izlenimdir. Müzenin içerisindeki bilgiler, eserler, levhalar, teknolojiler ve sunulan hizmetlerdir. Gil ve Ritchie (2017) müze imajının ziyaretçilerin bir müzeyi nasıl algıladığı ve anladığı konusunda bir yol gösterici olduğunu ifade etmişlerdir. Vaughan (2001) müzelerin başarılı olabilmeleri ve imajın eyleme dönüşmesi için ziyaretçilerin tercihlerinin iyi anlaşılması gerektiğini belirtmiştir. Kotler ve Kotler (2000) müzenin tanınırlığının sağlanabilmesi için müze imajının tanımlanması gerektiğini söylemektedir. Bu sebeple, müzelerin başarısı için müze imajı algısının oluşturulması gerekmektedir.

Müze imajı müzelerin başarısı, tanınırlığı ve turistlerin ziyaret tercihlerinde yer alması gibi unsurlarda farklılığa yol açabileceği gibi, müzelerin eksiklerinin belirlenip gelişmelerine de katkı sağlamaktadır. Bu sebeple bu çalışmada; yabancı turistlerin müzelere dönük algısı ortaya konularak, belirlenen iki müzenin algılanan genel imajı hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Çalışmada, Topkapı Sarayı ve Ayasofya müzelerinin yabancı turistlerce algılanan genel müze imajı incelenmektedir.

Türkiye’de nüfus sayısı, tarih, kültür, turist sayısı bakımından zengin, en çok bilinen şehirlerden biri İstanbul şehridir. İstanbul şehrini, 2018 yılında 13 milyon 433 bin 101 yabancı turist ziyaret etmiştir. 2017 ve 2018 istatistiklerine göre İstanbul şehrinin en çok ziyaretçi alan iki müzesi Topkapı Sarayı Müzesi ve Ayasofya Müzesi’dir. İstanbul Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 yılı verilerine göre, İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi’ni 3.004.620, İstanbul Ayasofya Müzesi’ni ise 2.922.037 kişi ziyaret etmiştir (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlü-

ğü, 2019). Belirlenen müzelerin en fazla ziyaretçi sayısına sahip olan iki müze olması, çalışma alanı seçilmesindeki temel nedendir. Ayrıca bu iki müze tarihi, dini ve kültürel açıdan önem arz etmekle birlikte, Türkiye'nin en öne çıkan kültürel miras unsurları olarak kabul görmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Müze ve Müzecilik

Müzeler, tarihi yapıtları tespit eden, bilimsel yöntemlerle ortaya koyan, inceleyen, koruyan, tanıtan, sunan, eğitim programları vasıtasıyla tarihi unsurlar hakkında toplumu bilinçlendirerek, kültür seviyesini arttırmayı ilke edinen eğitim, bilim ve sanat birimleri olarak tanımlanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Dolayısıyla, insanoğlunun medeniyet tecrübesini üniversiteler, bilimsel ve araştırma kurumları ile tarih boyunca biriktiren müzeler, bu tür bilgilerin önemli kaynaklarını temsil etmektedir. Tarihsel ve kültürel mirasın objesi ile kültürel kodların alıcısı arasında eşsiz bir aracı kabul edilmektedirler (UNESCO, 2018).

Müzecilik ise; müzede yer alan yapıtları saklamak, sergilemek ve korumak hedefiyle gerekli teknik bilgileri içeren bilimsel çalışma alanına denir. Müzenin kurulması, müzede bulunan eserlerin nereden geldiği, hangi döneme ait oldukları, kim tarafından buldukları, eserlerin sıcaklık, nem vb. dış etkilere korunması, tasnifi ve onarılması gibi konularda faaliyet gösterme olarak tanımlanmaktadır. Müzecilik tarihte ilk kez müzelerin batıda soylu sınıfının kendi kişisel zevkleri için farklı çeşitte sanat eserlerini ve ganimetlerini bir araya toplamaları sonucunda oluşmuştur (Müze Rehberi, 2019).

Müzecilik, öğren yerlerinde yer alan toplumların kültürüne veya doğaya ait varlıkları korumak, saklamak ve sergilemek amacıyla kullanılan teknikleri kapsayan faaliyetlerin tümü olarak tanımlanmaktadır. İlk kurulduğu dönemlerde müzelerin temel görevleri; eserleri ve kıymetli eşyaları toplamak, belgelemek, korumak ve belli bir alana yönelik sergilemektir. Zamanla gelişen teknoloji ve toplumların daha bilinçli hale gelmesi estetik kaygıların önemini gün yüzüne çıkarmıştır. Müze ziyaretçilerinin istek ve ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılanma isteği ve değişen algılarla müzeler aynı zamanda bir eğitim kurumu olma özelliğine sahip olmuştur (Aksoy, 2016: 9). Dolayısıyla, müzelerin "toplama, koruma, bakım, onarım, belgeleme, arşivleme ve sergileme olarak belirtilen temel görevlerine, eğitim de eklenmiştir (Kırca, 2008: 5-6).

Dünyada müzeciliğin günümüzdeki anlam, amaç ve hedefleri ile ne zaman başladığı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Eski yunan medeniyetinde, Atina şehrinde bulunan bir tepede veya bir tepede bulunan odaya müze

denildiği, Helenistik çağda Antakya, Roma, Bergama gibi dönemin ünlü şehirlerinde kütüphaneler ve önemli eşyalarla müze inşa edildiği belirtilmiştir (Altunbaş ve Özdemir, 2012: 3). Roma döneminde geçmişe ait yapıtlardan koleksiyon oluşturma, eser kopyalama uygarlıkların vazgeçilmez bir parçası olmuş ve Romalılar eski yunan heykellerini bir arada toplamayı onur ve gösteriş olarak o dönemde kabul etmişlerdir. Karanlık çağ olarak bilinen Orta çağ döneminde belirli bir müze anlayışı hakim değildir. Sadece bu dönemde halk tarafından önemli bir yeri olan manastır ve kiliselerde dinsel eşyalar toplanmıştır (Keleş, 2003: 3).

Müzecilikte, 18.yüzyıldan itibaren farklı bir anlayış değişikliği başlamıştır. Böylece, 'müze çağı' olarak kabul edilen 19.yüzyılda yer alan devlet müzeleri yerini özel müzelere bırakmıştır. Ülkeler ve kıtalara göre müzelerin yönetimlerinde ve mekânsal oluşumlarında fark bulunmaktadır. Günümüzde her yeni müze yeni bir model olarak ortaya çıkmıştır. Avrupa, modernizmin etkisiyle birbirine benzeyen müze sayısı bakımından artış göstermiştir. Louvre, Hermitage, Dolmabahçe ve Topkapı gibi saraylarda kurulmuş müzeler yaşanmış hikâyeleri ve tarihleriyle ilgi odağı haline gelmişlerdir (Okan, 2016: 189). Müzeler, 20. yüzyılın ortalarında devleti yöneten kişilerin güç ve zenginlik gösterisinin sahnelendiği bir kurum olmak anlayışından tamamen kurtulmuştur. 20.yüzyılda nesne ve doğal varlıkların korunması, toplanan koleksiyonların müzeler vasıtasıyla toplumun her kesimine ulaşması, merak ve ilgi uyandırmak amacıyla farklı türde sergileme ve etkinlikler ortaya çıkmıştır (Atagök, 2010: 8). 21.yüzyılda çağdaş müzecilik anlayışıyla birlikte modern iletişim araçlarına yönelim artmış, müzeler içerisinde bulundurduğu eserleri, koleksiyonları, sergileri modern iletişim araçları sayesinde kişilere sunmuştur. Bu anlamda çağdaş müze anlayışı, ziyaretçi bekleyen veya çeken değil iletişim araçları sayesinde müzeyi insanların ayağına getiren bir anlayışa yöneltmiştir (Okan, 2016: 191).

Günümüzde, müzecilik anlayışı teknolojinin ilerlemesiyle farklı bir yön çizmektedir. İlerleyen zamanda klasik müzecilik anlayışı yerini çağdaş müzecilik anlayışına bırakmıştır. Klasik müzecilik anlayışı arama, toplama, koruma, bakım ve sergileme gibi müzelerin temel görevleriyle sınırlı müzecilik türüdür. Çağdaş müzecilik anlayışı ise, iletişim ve eğitim işlevlerine de sahiptir. Çağdaş müzecilik ile birlikte kitlelerin istek ve ihtiyaçlarını anlayan ve bu doğrultuda ilişki kurulan etkin, katılımcı ve dinamik bir anlayış hâkim olmuştur (Erdoğan, 2003: 2). Çağdaş müzecilik birçok farklı yönü ile yeniliklere açık bir müze anlayışının genel adıdır. Bu kapsamda müzeler, ziyaretçilere dönük koleksiyon hikayeleri anlatmak, sürekli-geçici sergi etkinlikleri gibi yeni gösterim tekniklerini kullanmaktadırlar. Çağdaş müzecilik anlayışında müze ve

ziyaretçiler arasında iletişim konusu ön plana çıkmıştır. Müze ziyaretçilerine bilgisayar desteği ile sergi, dokunmatik ve interaktif sistemler kullanılarak, farklı sunumlarla etkilemeye çalışılmıştır (Altunbaş ve Özdemir, 2012: 6).

### **Müze Turizmi**

Müzeler turizm faaliyetlerinin önemli bir unsurudur. Turistin tercih ettiği destinasyon bir bütün olarak ele alındığında, müzeler destinasyonların önemli birer parçası kabul edilir (Jolliffe ve Smith, 2001: 152). 20.yüzyıl sonlarından başlayarak müzelerin işlev ve ziyaretçi sayılarının artmasıyla turizm ve müze kavramları birbirinden ayrılmaz bir bütün olmaya başlamıştır. Turizmde önemli paya sahibi olan ülkeler doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerini, müzelerde sunarak ve sergileyerek ziyaretçi sayılarını yükseltmektedirler (Boyar, 2006: 89-93). Müze turizmi, kültürel miras turizmi kategorisi içerisinde ve müzedeki turistlerin ziyaretlerini temsil eden turizm şekli (Bogan vd., 2018: 85) olarak ifade edilmektedir. Bulunduğu bölgeye ekonomik katkı sağlayan, kültürel ve tarihi miras ile ilgili her şeyin sergilendiği ve bir yerin tanınırlığını artıran, olumlu yönde etki bırakan, çeşitli etkinlikler düzenlenerek insanların bilinçlenmesine katkı sağlayan turizm türüdür. Dünyada bireyler yalnızca bir ülkede veya bölgede bulunan müzeleri görmek amacıyla turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar, bu sayede müze turizmi ortaya çıkmakta ve gelişmektedir (Özkan, 2015: 37-38).

Kervankıran (2014) dünyada son dönemde müze turizmine dönük talebin gittikçe arttığını belirtmiştir. Ayrıca bazı müzelerin ziyaretçi sayıları ve müze gelirlerinin, ülkelerin toplam turist sayısından ve turizm gelirinden oldukça fazla olduğunu ifade etmiştir. Son 40 yıllık süreçte müzecilik ve müze turizmi alanlarında dikkate değer gelişmeler yaşandığını, müzeciliğin fonksiyonları, misyonu, vizyonu, yönetim uygulamaları, tercih edilen teknolojiler ve pazarlama tekniklerinin değiştiğini belirtmiştir. Çağdaş müzecilik modelinde ziyaretçi odaklı yaklaşımın temel alındığını açıklamıştır. Temel (2019) ise, müze turizmini Türkiye açısından değerlendirmiştir. Türkiye'nin müze turizmi açısından önemli bir potansiyel oluşturduğunu ancak tam anlamıyla yararlanılmadığını ifade etmiştir. Türkiye'deki müze ziyaretçi oranlarının ele alındığında müzelerin gerekli ilgiyi görmediği ve turistler tarafından ziyaret edilen müzelerin oldukça az olduğunu belirtmiştir. Türkiye'ye gelen turistlerin sadece %25'inin Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı 199 müzeden herhangi birini ziyaret ettiğini ve turistlerin müzelere olan ilgisini çekebilme yeterince başarı sağlanmadığını ifade etmiştir.

### **İmaj Kavramı ve Müze İmajı**

İmaj, kurumların parçalarını oluşturan müşteriler, yatırımcılar, tedarikçiler ve halk tarafından kurumun, bireylerin zihninde algılanışı olarak tanımlanmak-



tadır (Alex vd., 1995: 61). Bir kurumun aynı etkinlikte yer alan diğer kurumlardan ayrılmasında etkili olan, farklılıklarını ortaya çıkaran özellikler olarak da tanımlanabilir. Bu yüzden imaj, bir kurumun kendini ifade etmesi için en önce belirlenmesi gereken bir kavramdır (Çetin ve Tekiner, 2015: 419).

İmajın üç ana boyutu bulunmaktadır (Baloğlu ve McCleary, 1999; Vaughan, 2001; Beerli ve Josefa, 2004). Bunlar; bilişsel, duygusal ve genel imajdır.

**Bilişsel imaj**, bir nesneyle ilgili bilgileri ve inançları tanımlamak için kullanılır (Yazıcıoğlu ve Akbulut, 2015: 137). Bir bölge veya yer hakkında yapılan bilinçli değerlendirmeler sonucu oluşan bilgilere ve inançlara dair insanların zihninde canlanan görüntü (Baloğlu ve Brinberg, 1997: 11-15) olarak ta ifade edilmektedir.

**Duygusal imaj**; bir kişi veya bir yer hakkında sahip oldukları, bireyler için duygusal anlam ifade eden imaj türüdür (Akbulut, 2014: 32-33). Gartner (1993), duygusal imajı bir bölge veya alan ile ilgili kişilerin duyguları olarak ifade etmiştir. Gil ve Ritchie (2009) benzer şekilde, bir yerin veya nesnenin bireylerde uyandırdığı duygular olarak tanımlamıştır.

**Genel imaj** ise duygusal ve bilişsel imajın bir sonucu olarak bireylerin hissedilen genel duygularıdır (Vaughan, 2001: 256). Bireylerin bir bölgeyi veya yeri ziyaret etmeden önce hakkında genel bir yargıya sahip oldukları herhangi bir hedefin genel görüntüsü olarak da açıklanmaktadır (Gil ve Ritchie, 2017: 535). Genel imajın oluşumunda, her ne kadar fiziksel özelliklerin etkisi yadsınamaz ise de, duygusal özelliklerin yarattığı etkinin daha fazla olduğu da ifade edilmektedir (Prayag vd., 2017: 9).

Dolayısıyla, *Müze imajı*, bireyin bir müze hakkında; içinde sergilenen eserler, verilen hizmet, yapısı, mimarisi, tarihi ve müze içerisindeki teknoloji bakımından sahip olduğu bilgi ve izlenimdir. Müze imajı, bilişsel ve duygusal imaj arasındaki ilişki ve bir bireyin, müzeyi nasıl algıladığı ve anladığı konusunda bütünsel bir algı sunmaktadır (Gil ve Ritchie, 2017: 536). Müzenin her bir parçası ve bütünsel olarak değerlendirilmesi müzenin imajı kabul edilir.

Müze imajının oluşumunda bilişsel ve duygusal imajın bütüncül olarak bıraktığı etki önemlidir. Bu açıdan bilişsel müze imajı, müzenin sahip olduğu fiziksel özellikler, içerisinde yapılan etkinlikler, çalışanlar ve bölümler hakkındaki kişilerin değerlendirmesi (Çerçi, 2013: 50-54) olarak ifade edilmektedir. Müzelerde, *bilişsel imaj* öğelerini müzelerin yapısı, personeli ve müzelerin göstergeleri meydana getirmektedir. Bununla birlikte, bilişsel imaj karmaşık bir yapıya sahiptir ve birbiriyle bağlantılı bir dizi fiziksel ve psikolojik imgeler ve yorumlardan meydana gelmektedir (Vaughan, 2001: 255). Müzelerin sahip olduğu bilişsel imaj öğelerini; tabela ve yönler, hediyelik eşya dükkanı, müze-

nin içinde görsel animasyon, bakımı, müzede kullanılan teknoloji, müzenin dışındaki veya içindeki işaretler, mimarisi, ücreti ve dekorasyonu gibi unsurlar oluşturmaktadır.

*Duygusal imaj* boyutu bir kişinin müze hakkında duygularıdır (Yazıcıoğlu ve Akbulut, 2015: 138). Aynı zamanda bir müzenin içerisindeki atmosferin bireyler açısından; sıkıcı veya canlandırıcı, hoş veya hoş olmayan, boğucu veya heyecan verici, pasif veya aktif, uyarıcı veya teşvik edici, stresli veya rahatlatıcı şeklinde değerlendirilmesidir. Duygusal imajın iki önemli unsuru vardır; müzenin belli bir kitleye hitap etmesi ve kişilere yaşadığı ziyaret deneyimiyle fayda sağlamasıdır (Vaughan, 2001: 254). Müzelerin hizmet sunumu sürecinde, estetik deneyim ve estetik yargılama yeteneğini içeren bu duygusal bileşen, yüksek önem taşımaktadır (Gil ve Ritchie, 2009: 484). *Genel müze imajı* ise, bilişsel imaj ve duygusal imajın değerlendirilmesi sonucunda elde edilen genel duygulara bağlı imaj türüdür (Vaughan, 2001: 256). Genel imaj, kişilerin müze hakkında olumlu veya olumsuz genel değerlendirilmesi (Akbulut, 2014: 33) olarak ifade edilmektedir.

Kotler ve Kotler (2000) araştırmalarında, müzelerin temel amaçlarının ziyaretçi sayılarını arttırmak olduğunu ifade etmişlerdir. Müze ziyaretçi sayısının artırılmasında iki temel noktaya dikkat çekmişlerdir. Müzelere dönük kamu bilinci yaratmak ve farkındalığı sağlamak için, müze imajı ve müze kimliğinin oluşturulması gerekliliğidir. Dolayısıyla, müzelerin başarısı için müze imajına sahip olmaları en önemli hususlardan biri olarak kabul görmektedir.

Literatürde müze imajı ile ilgili ilk çalışma Rosenberg, Hovland, McGuire, Abelson, ve Brehm'a (1960) aittir. Bu çalışmada; yerel müzenin olumlu bir imaja sahip olduğunu belirtilmektedir. Harrison (1997), turistlerin yerel bir müzeyi ziyaret etmeden önce sahip oldukları müze imajını analiz etmiştir. Vaughan (2001), müzede bulunan imgelerin, yerel halk tarafından müzelerin ziyaret etme deneyimlerine etkisi olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu çalışma yerel halk ve turistler arasında farklılaşan imaj etki unsurlarında sunmuştur. Yabancı alanyazını (Harrison, 1997; Vaughan, 2001; Gil ve Ritchie, 2009; Gil ve Ritchie, 2017) ve yerli alan yazınında (Özgören, 2007; Kırca, 2008; Sezgin, Haşiloğlu ve İnan, 2011) müzecilik konusunda sınırlı sayıda çalışmaların yer aldığı görülmektedir.

## ARAŞTIRMANIN AMACI

Müzeler, bir ülkenin, bölgenin turizm açısından önemli kültürel unsurlarıdır. Müzelerin varlığının temel nedeni ziyaretçilerdir ve ziyaretçiler müzenin gelişimine katkıda bulunurlar (Moreno-Mendoza vd., 2020). Müze ziyaretleri, turizm açısından önemli bir pazar bölümü olarak görülmektedir. Bir ülkenin, bölgenin turizm açısından önemli kültürel unsurlarıdır. Olumlu bir ülke imajı-

nın oluşmasında, ülkenin ve müzelerin bulunduğu destinasyonların tanınmasının sağlanmasında, hem sosyo-kültürel hem de ekonomik açıdan katkı sağlayabilecek unsurlardır. Bu nedenle çalışmada, turizm sektörünün önemli bir alanı olan müze ziyaretlerinde yabancı turistlerce algılanan genel müze imajının ortaya konması amaçlanmıştır. Bu kapsamda; Türkiye'ye gelen, Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzeleri'ni ziyaret eden yabancı turistlerce algılanan genel müze imaj algısı tespit edilmiştir. Belirtilen iki müze arasında genel müze imaj algısı karşılaştırması yapılmış ve müze imajı açısından fark olup olmadığının tespit edilmesi istenmiştir. Ayrıca, müze imaj boyutlarının, genel imaj üzerindeki etkisi incelenmiştir.

## ARAŞTIRMA ALANI

İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi ve Ayasofya Müzesi ziyaretçi sayısı bakımından Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan alınan verilerde en çok ziyaret edilen ilk iki müze arasındadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Bu sebeple araştırma, bu iki müze çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

**Topkapı Sarayı Müzesi:** Osmanlı devletinin, eğitim ve yönetim merkezi, sultanların ikametgâh merkezidir. Osmanlı devleti sultanı Fatih Sultan Mehmet'in emriyle 1460-1478 yılları arasında inşa edilmiş, ilerleyen zamanlarda eklemeler yapılmıştır. 19.yüzyılın ortalarına kadar sultan ve saray halkı tarafından kullanılmıştır. Osmanlı devletince 400 yıl boyunca kullanılan Topkapı Sarayı, temelinde Bîrun (dış saray) ve Enderun (iç saray) olarak iki ana bölümden meydana gelmektedir. Harem ve Enderun bölümünde içinde yer almaktadır (Topkapı Sarayı Müzesi, 2019). Topkapı Sarayı 700.000 metrekarelik bir alanda Bab-ı Hümayun, Bâbüssem ve Babüssaâde adında üç ana kapı ve dört avludan oluşan Hasbahçe, Harem ve bahçelerden oluşan ve üç tarafı denizle çevrili bir konumda yer almaktadır. Sarayın çevresi "Sûr-ı sultânî" denilen 1400 metre uzunluğa sahip yüksek duvarlarla çevrilmektedir (İpşirli, 1999: 145). Sultan Abdülmecid'in 1854 yılında Dolmabahçe Sarayı'nı yaptırmasıyla birlikte devlet idaresi ve Osmanlı Sultanlarının özel yaşam yeri olma özelliğini yitirmiştir. 1854 yılından sonra bazı Saray görevlileri burada yaşamaya devam etmiş olsa da sadece devlet için bazı törenlerde kullanılmıştır (Şimşirgil, 2016: 17). Topkapı Sarayı Sultan Abdülmecid döneminde ilk olarak İngiltere elçisine, hazine dairesinin ziyaretine izin verilmiş ve burada bulunan değerli eşyalar gösterilmiştir (Tandoğdu, 2015: 85). Topkapı Sarayı, 3 Nisan 1924 tarihinde Mustafa Kemal Atatürk'ün emriyle müzeye dönüştürülmüştür (Topkapı Sarayı Müzesi, 2019). Yapı, farklı dönemlere ait ve önemli birçok değerli İslam eserini içinde bulundurmasından dolayı Türk, İslam ve dünya tarihi açısından önemli bir müze imajı algısına sahiptir.

**Ayasofya Müzesi:** Dünya çapında mimarlık tarihinin günümüze gelen önemli eserlerinden biri olmasıyla birlikte; büyüklük, ihtişam, işlevsellik ve sanatsal bakımdan önemli bir yerdir. Doğu Roma İmparatorluğu döneminde yapı üç defa inşa edilmiştir. Ayasofya ilk kez inşa edildiğinde kilise olarak Megale Ekklesia (Büyük Kilise) ismiyle bilinmektedir. V. yüzyıldan beri ise “Sophia” adıyla tanınmaktadır. Ayasofya ismini “Theia Sofia” yani Hıristiyan üçlemesinin ikincisinden “Kutsal Hikmet” olarak almıştır. Ancak Bizans toplumu ismini Büyük Kilise olarak da anmaya devam etmiştir. 1453’te İstanbul’un fethinden sonra yapının ismi değişikliğe uğrayarak “Ayasofya” olarak günümüze gelmiştir (Erdoğan, 2012: 2).

Bizans İmparatoru 1.Konstantinos (324-337) Hıristiyanlığı, resmi din ilan ettikten sonra birçok kilise inşa ettirmiştir. İstanbul’da o dönemde yaşayan kilise yazarı Sokrates, Ayasofya’nın İmparator Konstantinos döneminde inşa edildiğini belirtmiştir (Cimilli, 2009: 7). Ayasofya müzesi, Doğu Roma İmparatorluğu döneminde İstanbul’da inşa edilen en büyük kilise olmakla birlikte, 916 yıl kilise olarak hizmet vermiş, Fatih Sultan Mehmet’in 1453 tarihinde İstanbul’u fethetmesiyle birlikte 482 yıl boyunca cami olarak kullanılmıştır. İstanbul’un 1453’de fethinden sonra camiye dönüştürülen Ayasofya, kilise olarak kullanıldığı dönemle ilgili içinde bulunan eserler ve unsurlar yapıdan çıkarılmıştır. Ayasofya’nın iç mekanına minber, mihrap, kürsü, mahfil ve dışarisına da minareler eklenmiştir. Fatih Sultan Mehmet Ayasofya’nın geleceği için bir vakıf kurmuş ve birçok mülk bağışlamış, yapının bakımına sürekli kaynak sağlamıştır. Osmanlı Devleti döneminde Ayasofya çeşitli onarımlar geçirmiştir. 16.yüzyılda dönemin ünlü mimarı Mimar Sinan ve 19.yüzyıl içerisinde Fossati kardeşlerce yapılan onarımlar en çok tanınanlardır (Ahunbay, 2017: 39). Fethinden sonra Mimar Sinan tarafından Ayasofya’ya iki minare daha inşa edilmiştir. Ayasofya’nın içine Sultan Abdülmecid Dönemin’de Mustafa İzzet Efendi tarafından yapılan 7.5 m. çapında 8 adet hat levhası, mekanın duvarlarına asılmıştır. Bu levhaların üzerinde, İslam aleminde önemli bireylerin isimleri yer almıştır. Dönemin en büyük hat levhaları olarak kabul görmüştür. 1 Şubat 1935’de Mustafa Kemal Atatürk’ün emri ve Bakanlar Kurulu kararıyla birlikte müzeye dönüştürülmüş ve turistlerin ziyaretine açılmıştır (Ayasofya Müzesi, 2019). Dünya’da iki ilahi dine ve iki büyük kültüre (Bizans ve Osmanlı Devleti) ev sahipliği yapmış olan Ayasofya müzesi, müze imajı açısından Türkiye’de önde gelen müzelerden biri olarak kabul edilmektedir.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada veriler, geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye ve araştırmanın amacına yönelik

araştırma soruları yer almaktadır. Ankette kullanılan müze imajı ölçeği; bilişsel, duygusal ve genel imaj boyutu olarak 3 boyuttan oluşmaktadır. Müze imaj algısını belirlemeye yönelik ölçek maddeleri Gil ve Ritchie (2017) “Research based guidelines for effective visitation management of museums image” çalışmasından alınmıştır. Müze imajı ölçeği üç boyut ve toplam 24 ifadeden oluşmaktadır.

Bilişsel imaj boyutu 16 maddelidir. Bilişsel imaj boyutu ölçek maddeleri (1:Çok Kötü, 2:Kötü, 3:Biraz Kötü, 4:Normal, 5:Biraz İyi, 6:İyi, 7:Çok İyi) 7’li dereceleme tabii tutulmuştur. Ölçeğin duygusal imaj boyutu 7 maddelidir. Duygusal imaj boyutu ölçek maddeleri de (1:Çok Güçlü, 2:Güçlü, 3:Bazen, 4: Nötr, 5:Bazen, 6:Güçlü, 7:Çok Güçlü) 7’li dereceleme şeklindedir.

Müze imajını belirlemeye yönelik müze imajı ölçeğinin genel imaj boyutu tek maddelidir. Müze imajı ölçeğinin bu boyutunda (1:Çok Kötü, 2:Kötü, 3:Biraz Kötü, 4:Normal, 5:Biraz İyi, 6:İyi, 7:Çok İyi) 7’li Likert derecelemesi kullanılmıştır. Bilişsel ve genel imaj boyutundaki derecelendirmelerde 1-7 puan arasındadır. Belirtilen 2 boyutta “1:Çok Kötü, 2:Kötü, 3:Biraz Kötü” olumsuz yönü ifade ederken, “5:Biraz İyi, 6:İyi, 7:Çok İyi” olumlu yönü ifade etmiştir. Nötr durumlarda ise ölçekte “4:Normal” ifadesi kullanılmıştır.

Duygusal imaj boyutu 1-7 puan arasındadır. Ancak bu boyutta çift taraflı ifadeler vardır. Bu boyutun olumsuz ifade yer alan yönü “1:Çok Güçlü, 2:Güçlü, 3:Bazen” şeklinde; olumlu ifadeler ise “5:Bazen, 6:Güçlü, 7:Çok Güçlü” şeklinde kullanılmıştır. Nötr kalınan durumlarda ise “4:Nötr” ifadesi kullanılmıştır. Ölçek ifadelerinin anlaşılabilirliğinin sağlanabilmesi için ifadelerin önüne “ziyaret edilen müzelerin isimleri” konmuştur.

Araştırmanın evrenini Türkiye’de müze ziyaretinde bulunan yabancı turistler oluşturmaktadır. Çalışma evrenini ise Türkiye’de 8 Aralık 2018-8 Şubat 2019 tarihleri arasında İstanbul Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi’ni ziyarete gelen yabancı turistlerden oluşmaktadır. 2017 yılında Ayasofya Müzesini 1.892.250, Topkapı Sarayını 1.932.726 ziyaretçi gezmiştir. Ziyaretçi sayısının 10.000’den fazla olması nedeniyle sınırsız evrenlerde ortalama için kullanılan örnek büyüklüğü hesaplama formülünden yararlanılmıştır (Ural ve Kılıç, 2013: 47).

Örnek büyüklüğünün hesaplanabilmesi için, rapor edilmiş bir standart sapmanın olmaması nedeniyle, standart sapmanın tahmin edilmesi yoluna gidilmiştir. Değişim aralığının ( $R=Max.-Min$ ) 6’ya bölünmesi durumunda Alfa = 0,01 için tahmini standart sapma elde edilmiştir (Yolal, 2016: 68). 7’li derecelemede değişim aralığı,  $R=7-1=6$ ’dır. Bu aralığın 6’ya bölünmesi ile tahmini standart sapma 1,00 olarak hesaplanmıştır. Örnekten elde edilecek ortalamanın %5 anlam düzeyinde evren ortalamasından H: 0,10 dolayında sapma göstermesi-

ne karar verilerek, ulaşılmaması gereken örnek büyüklüğü 384<sup>3</sup> kişi olarak tespit edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2013: 45). Rakam 400'e çıkarılarak, yarısının Ayasofya Müzesi'nden yapılmasına, diğer yarısının da Topkapı Sarayı Müzesi'nden yapılmasına karar verilmiştir.

Anket, 2019 yılı Aralık ayında 70 yabancı turiste uygulanarak ön test yapılmıştır. Ön test neticesinde, anlaşılmayan, açık olmayan soruya rastlanmamıştır. Anket, Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi'ni ziyaret eden yabancı turistlere, 8 Aralık 2018 – 8 Şubat 2019 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anketler, araştırmacı tarafından belirtilen müze ziyaretçilerine yüz-yüze, müze içerisinde, müze çıkış kapılarında ve müze çevresinde müzeyi ziyaret etmiş, istekli olan yabancı turistlere uygulanmıştır. Tam ve doğru olarak doldurulmuş anket sayısına ulaşmak için bilinçli olarak 535 anket dağıtılmıştır. Toplanan her anket titiz bir incelemeden geçirilmiştir. Ölçek maddelerinin tümünün cevaplandığı görülmüş, 8 anket kullanım dışı bırakılmış, analiz ve değerlendirmeler 527 anket üzerinden yapılmıştır. Verilerin analizinde; tanımlayıcı istatistikler, çoklu regresyon analizi ve t-testinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler 2018 yılı Aralık- 2019 yılı Şubat ayları sürecini kapsadığı için etik kurul kararına ihtiyaç duyulamamaktadır.

## ARAŞTIRMA SORULARI

Bu araştırmanın amacı Türkiye'ye gelen Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi'ni ziyaret eden yabancı turistlerin algılanan müze imajının belirlenmesidir. Ayrıca belirtilen iki müze arasında genel müze imaj algısı karşılaştırması yapılarak, genel müze imajı açısından fark olup olmadığının tespit edilmesi istenmiştir. Araştırma amaçlarının bir kısmına da araştırma sorularının cevapları bulunarak ulaşılabilmektedir. Bu çerçevede yanıtları aranan araştırma soruları, aşağıda belirtilmiştir.

1. Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'ni ziyaret eden yabancı turistlerin demografik özellikleri nelerdir?
2. Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'ni ziyaret eden yabancı turistler daha önce Türkiye'ye ziyarette bulunmuş mudur?
3. Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'ni ziyaret eden yabancı turistler daha önce müze ziyaretinde bulunmuş mudur?
4. Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'ni ziyaret eden yabancı turistler daha önce hangi müzeleri ziyaret etmiştir?
5. Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'nin algılanan imajları arasında fark var mıdır?

<sup>3</sup>  $n = \sigma^2 \cdot Z^2 \alpha / H^2 = 1,96^2 \cdot 12 / 0,102^2 = 384$  [n: Örneklem büyüklüğü; Z: Belirli anlamlılık düzeyine karşılık gelen teorik değer ( $\alpha: 0,05$  için Z değeri 1,96'dır),  $\sigma$ : Standart sapma değeri, H: Standart hata değeri]



## ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Araştırmada, Türkiye'ye gelen Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi'ni ziyaret eden yabancı turistlerin algılanan müze imajının belirlenmesi amacıyla hipotezler geliştirilmiştir.

Gil ve Ritchie (2017) çalışmasında, müze imajını bir kişinin müze hakkında (müze içerisindeki eserler, etkinlikler, hizmeti, yapısı, mimarisi ve tarihi gibi) sahip olduğu bilgi ve görüşür şeklinde tanımlamıştır. Müze imajının, bir bireyin müzeyi daha iyi algılaması ve anlaması konusunda anlayış sunduğunu belirtmiştir. Özkan'ın (2015) çalışmasına göre; turistler dünyada sadece bir ülkede bulunan müzeleri görmek için bile turizm etkinliğine katılmaktadır. Bu sebeple müzelerin sahip oldukları müze imajının ziyaretçi sayılarında son derece önemli etkenlerden biri olduğu kabul edilmektedir. Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi ziyaretçi sayısı bakımından farklılık göstermekle birlikte Topkapı Sarayı Müzesi daha çok ziyaretçi almaktadır.

Demir (1998) çalışmasında Ayasofya ve İstanbul Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret eden turistlere ziyaret ettikleri ve etmek istedikleri müzeleri sormuş ve her iki müzenin ziyaretçileri ele alındığında, en çok ziyaret edilen müzenin Topkapı Sarayı Müzesi olduğunu belirlenmiştir. Bu durumda iki müzenin de genel imaj açısından olumlu olduğu ancak birbirinden farklı bir genel imaja sahip olduğu söylenebilir.

Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi duygusal açıdan fiziksel ve mistik olarak değerlendirildiğinde; iki müzenin farklı amaçlarla inşa edilmiş ve kullanılmış olmasından yabancı turistler açısından farklı bir atmosfer yaratmaktadır. Ayasofya iki semavi din açısından da önemli bir merkez haline gelmiştir. Ayasofya Müzesi'nin farklı dinlere ve kültürlere ev sahipliği yapması ve ibadethane olarak yer alması özelliğinden dolayı Hıristiyanlar ve Müslümanlar açısından duygusal açıdan farklı değerlendirilebilmektedir. Topkapı Sarayı Müzesi, Türk ve Müslümanlara ait önemli eserlerle Ayasofya Müzesi'nden farklı bir atmosfere sahiptir. Saray olma özelliğinden dolayı sahip olduğu kültür ve inanç unsurlarına ait müzenin içerisinde farklı koleksiyon ve bölümler yer almaktadır. Ayasofya Müzesi içerisinde kilise eşyaları, dinlere ait süslemeler, duvar resimleri gibi ibadethane olma özelliğinden kaynaklı koleksiyonlar barındırmaktadır. Dolayısıyla bahsedilen iki müzenin, turistlerce hem duygusal hem bilişsel açıdan farklı algılanması, genel imaj açısından da bir farklılık yaratabilmektedir.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda; Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesi'nin ziyaretçi sayıları da dikkate alınarak genel müze imajı açısından yabancı turistlerce farklılık gösterebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle aşağıdaki hipotez kurulmuştur.



**H1:** *Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'nin yabancı turistlerce algılanan genel müze imajı, birbirinden farklıdır.*

Genel müze imajı, bilişsel imaj ve duygusal imaj unsurları ile oluşmaktadır. Müzelerde bulunan tabela ve yönler, teknoloji, yorumsal materyaller, koleksiyonlar, hediyelik eşya dükkânlarının nitelikleri ve özellikleri ve müzelerin konumu, ziyaret süresi, giriş ücreti gibi bilişsel unsurların yabancı turistlerce nasıl algılandığı, olumlu veya olumsuz algıları, genel imaj algısını etkilemektedir. Ayrıca müzelerin ziyaretçiler tarafından algılanan atmosferi; sıkıcı veya eğlenceli, sıradan veya şaşırtıcı, hoş veya hoş olmayan, hareketli veya hareketsiz, bunaltıcı veya rahatlatıcı şeklinde duygusal imaj unsurları genel imajı belirlemektedir. Bu unsurlar yabancı turistlerce olumlu veya olumsuz yönde algılanırsa, genel müze imajını belirlenmesinde etkili olmaktadır.

Bilişsel ve duygusal imaj unsurlarının yabancı turistlerce algılanan özellikleri turistlerin müzeler hakkında genel bir kanı elde etmesine yardımcı olmaktadır. Vaughan (2001) çalışmasında genel müze imajını bilişsel imaj ve duygusal imajın değerlendirilmesi sonucunda elde edilen genel duygulara bağlı olduğunu belirtmiştir. Gil ve Ritchie (2009), müze ziyaretçileri tarafından algılanan bilişsel ve duygusal imajın genel müze imajını etkilediği kanısına varmıştır. Bu durumda; bilişsel ve duygusal imaj genel imajı etkiler.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda; bilişsel ve duygusal müze imajının genel müze imajını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle aşağıdaki hipotez kurulmuştur.

**H2:** *Yabancı turistlerce algılanan bilişsel ve duygusal müze imajı, genel müze imajını etkiler.*

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma kapsamında iki müzenin genel müze imajı belirlenmiştir. Araştırmaya katılan 527 kişi öncelikle ziyaret etmiş olduğu müzelere göre; yaş, cinsiyet, milliyet, eğitim durumu gibi demografik özelliklerine ilişkin özellikler ortaya konulmuştur. Ayrıca, araştırma kapsamında yabancı turistlere yönetilen araştırma sorularına ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 1:** Araştırma Katılan Yabancı Turistlerin Profili

Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)	Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
<b>Müze</b>			<b>Cinsiyet</b>		
Ayasofya Müzesi	275	52,2	Erkek	285	54,1
Topkapı Sarayı Müzesi	252	47,8	Kadın	242	45,9
Toplam	527	100,0	Toplam	527	100,0
<b>Yaş</b>			<b>Milliyet(Uyruk)</b>		
18-24	151	28,7	Rusya	63	12,0
25-34	234	44,4	Endonezya	50	9,5
35-44	107	20,3	Malezya	45	8,5
45-64	35	6,6	Amerika	41	7,8
Toplam	527	100,0	Çin	39	7,4
<b>Eğitim Durumu</b>			Kore	36	6,8
Lise	83	15,7	Almanya	32	6,1
Ön lisans	93	17,6	Fransa	27	5,1
Lisans	274	52,0	Suudi Arabistan	24	4,6
Lisansüstü	77	14,6	İran	22	4,2
Toplam	527	100,0	Pakistan	17	3,2
			İtalya	15	2,8
			Diğer	116	22,0
			<b>Toplam</b>	<b>527</b>	<b>100,0</b>

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan yabancı turistlerin %52,2'si (275 kişi) Ayasofya Müzesi'ni, %47,8'i (252 kişi) ise Topkapı Sarayı Müzesi'ni ziyaret eden turistlerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan turistlerin %54,1'i erkek' %45,1'i kadındır. Araştırmaya 44 farklı uyruğa sahip yabancı turist katılmıştır. Araştırma kapsamında, yabancı turistlerin %12'sinin (63 kişi) Rusya uyruklu olduğu belirlenmiştir. Rusya'yı sırayla %9,5 (50 kişi) ve %8,5 (45 kişi) ile Endonezya ve Malezya izlemiştir. Dördüncü sırada Amerika uyruklu 41 kişi (%7,8) ve beşinci sırada Çin ise uyruklu 39 kişi (%7,4) yer almaktadır. Diğer başlığı altında yer alan 32 millet katılımcıların %22'sini (116 kişi) oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin %44,4'ü (234 kişi) 25-34 yaş aralığında yer alarak ilk sırada yer almaktadır. 18-24 yaş aralığı %28,7'sini, 35-44 yaş aralığı %20,3'ünü ve 45-64 yaş aralığı ise %6,6 oranla araştırmada en az yaş kategorisini sahip grup olarak belirlenmiştir. Eğitim durumuna göre; yabancı turistlerin %52,2'si lisans mezunu, %17,6'sı ön lisans mezunu, %15,7'si lise mezunu, %14,6'sında lisansüstü mezunu olduklarını belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan yabancı turistler milletlerine göre ayırım yapıldıktan sonra ayrıca ülkelerin kıtalarına göre de ayırım yapılarak Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2: Katılımcıların Kıtalara Göre Dağılımı**

Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Kıtalar		
Avrupa	117	22,2
Asya	334	63,4
Afrika	19	3,6
Kuzey Amerika	52	9,9
Güney Amerika	5	0,9
Toplam	527	100,0

*Coğrafi olarak büyük kısmının Asya'da yer almasından dolayı uyruklarını Rusya olarak belirten 63 kişi, Asya kıtası kapsamına alınarak tablo oluşturulmuştur.*

Tablo 2'ye göre katılımcıların büyük bir kısmının (334 kişi) Asya kıtasına ait milletlerden biri olduğunu belirlenmiştir. Kıtalarına göre ayırmda; katılımcıların %22,2'si Avrupa, %9,9'u Kuzey Amerika, %3,6'sı Afrika ve %0,9'uda Güney Amerika kıtası olarak belirtmişlerdir.

**Tablo 3: Katılımcıların Türkiye'de Bulunma Durumu**

	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Türkiye'de Bulunma Durumu		
Evet	202	38,3
Hayır	305	61,7
Toplam	527	100,0

Tablo 3'e göre katılımcıların %38,3'ü Türkiye'yi daha önce ziyaret etmişken, %61,7'si oluşturan 305 kişi Türkiye'yi daha önce ziyaret etmediklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 4: Katılımcıların Daha önce Müze Ziyaret Durumu**

	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Müze Ziyareti		
Evet	408	77,4
Hayır	119	22,6
Toplam	527	100,0

Tablo 4'e göre yabancı turistlerin %77,4'ü oluşturan 408 kişi daha önce müze ziyaretinde bulunduğunu belirtirken, %22,6'sını oluşturan 119 kişi daha önce müze ziyaretinde bulunmadıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 5:**Katılımcıların Ziyaret Ettiği Müzeler

	Sıklık(N)	Yüzde Değeri(%)
Müzeler		
Rusya Puşkin Müzesi	24	5,9
Rusya Hermitage Müzesi	25	6.1
Endonezya Ulusal Müzesi	20	4,9
Malezya Ulusal Müzesi	18	4,4
Malezya İslami Sanatlar Müzesi	12	2,9
New York Metropolitan Sanat Müzesi	27	6,6
Paris Louvre Müzesi	44	10,8
Çin Ulusal Müzesi	12	2,9
Pekin Saray Müzesi	10	2,5
Kore Ulusal Müzesi	17	4,2
Malezya Negara Müzesi	11	2,7
Dolmabahçe Sarayı Müzesi	28	6,9
Ayasofya Müzesi	11	2,7
Topkapı Sarayı Müzesi	10	2,5
Diğer	139	34,1
Toplam	408	100,0

Tablo 5'e göre; daha önce müze ziyaret etmiş olan 408 kişi 49 farklı müze belirtmiştir. Yabancı turistler tarafından en çok ziyaret edilen müze %10,8 oran ile dünyada en çok ziyaret edilen müzelerin başında gelen Paris Louvre Müzesi'dir. Katılımcılar daha önce ziyaret ettiğini belirttiği ikinci müze %6,9 oranla Dolmabahçe Sarayı Müzesi'dir. Sırasıyla %6,6 , %6,1 ve %5,9 oran ile katılımcılar; dünyada en çok ziyaretçi alan 10 müze arasında bulunan; New York Metropolitan Sanat Müzesi'ni, Rusya Hermitage Müzesi'ni ve Rusya Puşkin Müzesi'ni belirtmişlerdir.

Yukarıdaki tabloda, 10 ve üzeri kişinin müze ziyaretinde bulunduğu 14 müze belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların diğer seçeneği altında belirttiği 35 müze (Tunus Bordo Müzesi, New York Modern Sanat Müzesi, İngiltere Cambridge Müzesi, Chigaco Akıllı Sanat Müzesi, Çin Yasak Şehir Müzesi, Madrid Prado Müzesi, Londra Müzesi, Almanya Neues Müzesi, Münih Teknik Müzesi, Berlin Pergamon Müzesi, Münih Alman Müzesi, Arabistan Ulusal Müzesi, British Müzesi, İran Ulusal Müzesi, Pakistan Anıt Müzesi, Vatikan Müzesi, Ulusal Roma Müzesi, İtalya Capitoline Müzesi, Yunanistan Akropolis Müzesi, Atina Ulusal Arkeoloji Müzesi, Tayvan Ulusal Güzel Sanatlar Müzesi, İspanya Kraliçe Sofia Müzesi, Brezilya Pinacota Müzesi, Singapur Ulusal Müzesi, Singapur Peranakan Müzesi, Karadağ Kral Nicholas Müzesi, Kırgızistan Manas Müzesi,

Endonezya Brajiwaya Müzesi, Kuveyt Bait Al Othman Müzesi, Arabistan Dar Al Madinah Müzesi, Danimarka Kopenhag Jeoloji Müzesi, Çin Şanghay Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi, Efes Arkeoloji Müzesi, Pamukkale Arkeoloji Müzesi) %34,1 ile 139 kişidir.

Araştırmanın birinci hipotezi, Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'nin yabancı turistlerce algılanan genel müze imajı birbirinden farklı olduğu yönünde idi. Tek madde ile belirlenen genel müze imajının, müzelere göre farklı olup olmadığını anlayabilmek için t-testi yapılmıştır. Buna göre yabancı turistlerce algılanan genel müze imajı bakımından istatistiksel olarak herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Buna karşın her müzenin genel müze imaj ortalamasının "iyi" derecesinden farklı olup olmadığı test edildiğinde (test değeri: 6); anlamlı bir farklılığın olmadığı (Test değeri: 6; Ayasofya;  $\bar{x}$ : 5,9855; t: -0,281; p-değeri: 0,779; Topkapı:  $\bar{x}$ : 6,0794; t: 1,790; p-değeri: 0,075) başka bir anlatımla her iki müzenin genel müze imajının "iyi" olduğu tespit edilmiştir. Aşağıda tablo 6'da belirtilmiştir.

**Tablo 6:** Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi Genel İmajının Karşılaştırılması

Değişkenler	N	Ort.	Std. Sap.	t-değeri	d.f.	p-değeri
Ayasofya Müzesi	275	5,9855	0,85850	-1,366	525	0,173
Topkapı Sarayı Müzesi	252	6,0794	0,70404			

Tepki kategorileri: 1=Çok Kötü, 2=Kötü, 3=Biraz Kötü, 4=Normal, 5=Biraz İyi, 6=İyi, 7=Çok İyi

Araştırma konusu yapılan Ayasofya ve Topkapı Sarayı müzelerinin bilişsel, duygusal ve genel imaj algıları arasındaki ilişkiler, Tablo 7'de yer almaktadır. Söz konusu imaj boyutları arasında olumlu yönde, orta düzeyli ilişkiler olduğu tespit edilmektedir.

**Tablo 7:** Bilişsel, Duygusal ve Genel İmaj Algıları Arasındaki İlişkiler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Bİ	Dİ
Bilişsel imaj (Bİ)	5,4288	,63596		
Duygusal imaj (Dİ)	5,6631	,80959	0,653**	
Genel imaj (Gİ)	6,0304	,78908	0,667**	0,673**

\*\* . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-uçlu).

Araştırmanın ikinci hipotezi, yabancı turistlerce algılanan bilişsel ve duygusal müze imajının genel müze imajını etkilediği şeklinde kurulmuştu. Bilişsel ve duygusal imajın tek boyutlu yapılar olduğunun bilinmesi (Gil ve Ritchie, 2009) nedeniyle, maddelere verilen puanların toplanması yoluna gidilmiştir. Her iki ölçüğe verilen cevaplarda, turistlerin oldukça tutarlı davrandıkları (bilişsel imaj alfa: 0,856; duygusal imaj alfa: 0,860) da tespit edilmektedir. Tablo 8,

ikinci hipotezin test sonuçlarını göstermektedir. Tolerans, VIF ve CI değerleri, değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olmadığını ortaya koymaktadır.

Çoklu regresyon analizi, modelin ( $F_{2,524}:312,087$ ;  $p<0,001$ ) geçerli olduğunu ve model kullanılarak tahmin yapılabileceğini ortaya konmuştur. Duygusal imaj boyutundaki bir birimlik artış, genel imaj boyutunu 0,415 birim artırırken bilişsel imaj boyutundaki bir birimlik artış, genel imaj boyutunu 0,397 birim artırmaktadır. Model, genel müze imajındaki değişimin %54,2'sini açıklamaktadır.

**Tablo 8:** Bilişsel ve Duygusal İmajın Genel İmaja Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t-değeri	p-değeri
	B	Std.Hata	Beta		
Sabit	1,071	,205		5,229	$p<0,001$
Bilişsel imaj	,492	,048	,397	10,181	$p<0,001$
Duygusal imaj	,404	,038	,415	10,643	$p<0,001$

Bağımlı Değişken: Genel Müze İmajı: Doğrudan,  
R: 0,737; :%54,4;  $\Delta$ : %54,2;  $F_{2,524}$ : 312,087;  $p<0,001$ ;  
En düşük tolerans: 0,574; En büyük VIF: 1,742; En büyük CI: 24,068

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi'nin yabancı turistlerce algılanan genel müze imajı belirlenerek, iki müzenin karşılaştırılması yapılmıştır. İki müzenin genel müze imaj algısı açısından istatistiksel bir farklılığının olmadığı belirlenmiştir. Çalışma ile ayrıca iki müzenin genel müze imaj ortalamasının "iyi" derecesinden farklı olup olmadığı karşılaştırılmıştır. Bunun sonucunda iki müze arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır.

Yabancı turistlerin Topkapı Sarayı ve Ayasofya Müzesine ilişkin genel müze imajı algılarının "iyi" olduğu, tespit edilmiştir. Bununla birlikte, her iki müzenin genel müze imajının farklı olduğu hipotezi, verilerle desteklenmemiştir. Alanyazında iki müze turistler tarafından ele alındığında; Demir (1998) Ayasofya Müzesi'ni yerli turistlerin tekrar ziyaret etmeyi düşünebilecekleriyle ilgili soruya turistlerin %75,8'i olumlu cevap vermiştir. Özgören (2007) Topkapı Sarayı Müzesi'nin ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun beklentilerini karşılama düzeyinin iyi olduğu ifade etmiştir. Ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun Topkapı Sarayı Müzesi'ni tekrar ziyaret etmeyi düşündüklerini belirtmiştir. Bu iki çalışmaya göre; iki müzenin de genel müze imaj algısının olumlu olduğu ve bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır. Belirtilen araştırma sonucunun mevcut alan yazın ile benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Bu çalışma ile Ayasofya ve Topkapı Sarayı müzelerinin bilişsel, duygusal ve genel müze imaj algıları arasındaki ilişkiler ortaya konmuştur. Müze imaj boyutları arasında olumlu yönde, orta düzeyli ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda çalışma sayesinde müzelerin fiziksel özelliklerini, müze içerisinde yapılan faaliyetleri, çalışanları, bölümleri kapsayan bilişsel imaj algısının ve bireylerin müze içerisindeki heyecan verici, hareketli, rahatlatıcı gibi hislerini oluşturan duygusal imaj algısının birbiriyle bağlantılı ve doğru orantıda olduğu söylenebilir.

Çalışmada iki müze temel alınarak yabancı turistlerce algılanan bilişsel ve duygusal müze imajının, genel müze imajını etkilediği tespit edilmiştir. Bu çalışmada bilişsel ve duygusal müze imajının tek boyutlu yapılar olduğunun bilinmesinden yola çıkılarak, maddelere verilen puanlar toplanılarak analiz yapılmıştır. Yabancı turistlerin her iki müzeye de verilen cevaplarda tutarlı davrandıkları tespit edilerek, bilişsel ve duygusal imajın genel müze imajı etkilediği ortaya konmuştur. Alanyazında, Gil ve Ritchie (2009)'de bilişsel ve duygusal imajın genel müze imajını etkilediğini belirtmişlerdir. Vaughan (2001)'da genel müze imaj boyutunun bilişsel imaj ve duygusal imajın değerlendirilmesi olduğunu belirtmiştir.

Çalışma, daha önce incelenmeyen bir konuda alan yazına da katkı sağlama potansiyelindedir. Araştırma bu bakımdan bir ilktir. Bu açıdan bu araştırmanın alana en büyük katkısı, yabancı turistlerce algılanan genel müze imaj algısının belirlenmesi ile belirtilen iki müzenin genel müze imaj algısını ortaya konmasına yönelik alan yazındaki boşluğu doldurmak ve müze imajının önemine dair vurgu yapmaktır. Ayrıca müze imaj boyutları arasındaki ilişkiyi ortaya koyması açısından da çalışma fark yaratmaktadır.

Çalışmada yabancı turistlerce algılanan genel müze imajının belirlenmesi, müzelere dönük beğeni ve eleştirilerinin ortaya konması ve değerlendirilmesi, müzelerin geliştirilmesine, yetkililerin doğru pazarlama kararları alabilmelerine katkıda bulunabilir. Kültür Varlıkları Müze Genel Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı, seyahat acenteleri çalışmadan elde edilen verileri olumlu şekilde değerlendirebilir. Bu çalışmadan elde edilen veriler; yorumlanarak belirtilen iki müzenin genel müze imaj kavramı açısından olumlu ve olumsuz yanları, güçlü ve zayıf yönleri belirlenerek, müzelerin imajının geliştirilmesi açısından yetkililere öneri bağlamında katkıda bulunulabilir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Kültür Varlıkları Müze Genel Müdürlüğü'nün Türkiye'de önemli ziyaretçi sayısına sahip iki müze hakkında gerekli eksikleri saptayıp bu yönde çalışmalar yapması gerekmektedir. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular dahilinde Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları Müze Genel Müdürlüğü ve seyahat acentelerine yönelik çeşitli öneriler geliştirilmiştir;



Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Kültür Varlıkları Müze Genel Müdürlüğü tarafından müzelerde;

- İki müzenin ulusal ve uluslararası alanda bilinirliğinin artırılması,
- Teknoloji ve görsel animasyonun geliştirilmesi,
- Yorumsal materyallerin farklı dillerde olması ve bilgi bölümlerinin çoğaltılması,
- Müzede yapılan sergiler ve koleksiyonların çoğaltılması ve farklı çeşitte ve öneme sahip koleksiyonların müzeye dahil edilmesi,
- Müze içerisinde salonlar arasındaki geçişlerin birbiriyle bağlantılı ve uyumlu olması,
- Müzenin iç ve dış alanlarında bulunan yön gösterici tabelaların turistlerin yer aldığı merkez ulaşım noktalara konması, tabela sayısının çoğaltılması,
- Müzelerde ziyaret süresinin yaz-kış sezonlarına dikkate alınarak düzenlenmesi,
- Müzelerin restorasyonu ve mimarisinde gerekli iyileştirmelerin yapılması,
- Hediyelik eşya dükkanında yer alan ürünlerin sayısının ve çeşitlerin artırılması,
- Müzelerin broşür, afiş, kısa film, web sitelerinin düzenlenmesi gibi unsurlar ile tanınırlığına ve imajına katkıda bulunulması,
- Müze içerisinde yapılacak olan etkinlikler, sergiler ile çekiciliğinin artırılması gibi düzenlemeler yapılabilir.

Seyahat acentelerinin, iki müzenin imajı ve ülkeye yabancı turist çekmek amacıyla reklam, tanıtım, web sitesi gibi düzenlemelerde hem tek başına hem de Kültür ve Turizm Bakanlığıyla birlikte faaliyetler yürütmesi gereklidir. Seyahat acenteleri müze imajını iyileştirmek amacıyla, turistlere ülkede bulunan müzelerin tanıtımlarını yapabilir. Müze ziyaretlerini yönelik yapılacak kampanyalar müze turizmine yönelik talebi arttırabilir.

Araştırma kapsamında, gelecek dönemlerde gerçekleştirebilecek çalışmalar için, iki müzenin genel müze imajı algısının, Türkiye’de veya farklı ülkelerdeki müzelerle, farklı milliyetlere ve yaş gruplarına göre değerlendirmeleri yapılarak, karşılaştırma yapılabilir. Bu iki müzenin ayrıca yerli turist gruplar üzerinden müze imaj algısının belirlenip, karşılaştırılması yapılabilir. Daha önce müze ziyaret deneyimi yaşayan veya müze deneyimi yaşamayan gruplar üzerinde müze imaj çalışmaları yapılabilir. Bu sayede müze imaj algısının zi-

yaret deneyimine göre farklılık gösterip göstermediği saptanabilir. Türkiye’de bulunan ziyaretçi sayısı bakımından yüksek veya düşük müzelerin müze imaj algısı çalışmaları yapılabilir. Bu sayede, Türkiye’deki müzelerin eksiklerinin giderilip, Türkiye’de ve müzelerde turist sayısı ve gelirinde artış sağlanabilir.

### ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışmanın bazı sınırlamaları da vardır. İlk olarak, araştırmada kullanılan ölçeğin yapısal özelliklerinden dolayı sınırlamalar bulunmaktadır. Ayasofya ve Topkapı Sarayı Müzesi’ni 8 Aralık 2018-8 Şubat 2019 tarihleri arasında ziyaret eden yabancı turistlerle sınırlıdır, bu nedenle bulgular genelleştirilememektedir. Türkiye’de belirtilen iki müze dışındaki diğer müzeleri ziyaret eden yabancı turistler dâhil edilmemiştir. Tüm müzelerin imajlarının genelleme yapmak sınırlı olacaktır. Araştırmada, yabancı turistlerin ana kitlesine ulaşmasının neredeyse imkânsız olması ve müzeleri gezen yabancı turist sayısının 10.000’den fazla olması nedeniyle sınırsız evrenlerde ortalama için kullanılan örnek büyüklüğü hesaplama formülü kullanılmıştır. Bu durum da, bir sınırlamayı meydana getirmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ahunbay, Z. (2017). Bir Dünya Mirasının Korunması: Ayasofya. *Uluslararası Katılımlı 6. Tarihi Yapıların Korunması ve Güçlendirilmesi Sempozyumu 2-3-4 Kasım 2017* (37-46). [http://www.imo.org.tr/resimler/ekutuphane/pdf/17917\\_41\\_24.pdf](http://www.imo.org.tr/resimler/ekutuphane/pdf/17917_41_24.pdf), (Erişim: 10.04.2019).
- Akbulut, B. A. (2014). *Turistik Destinasyon Olarak Ankara'nın Bilişsel ve Duygusal İmaj Bileşenleri Açısından Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 366350).
- Aksoy, E. (2016). İstanbul'daki Devlet Müzeleri ve Özel Müzelerin Reklam Stratejileri Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 436974).
- Alex, S., Bernd, H. S. ve Joshua, M. (1995). Processes for Managing Identity, Image and Design. *Design Management Institute*, 6 (1), 60-63.
- Altunbaş, A. ve Özdemir, Ç. (2012). Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizdeki Müzeler. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı*, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/4655,makale.pdf>, (Erişim: 09.06.2019).
- Atagök. T. (2010). Müzecilik ve Türk Müzeciliği, *Ege Mimarlık Dergisi*, 8-13. <http://egemimarlik.org/74/3.pdf>, (Erişim:09.06.2019).
- Ayasofya Müzesi* (2019). "Ayasofya Müzesi Tarihçe", 21 Nisan 2019 tarihinde [ayasofyamuzesi.gov.tr/tr/content/tarihce](http://ayasofyamuzesi.gov.tr/tr/content/tarihce) adresinden erişildi.
- Baloğlu, Ş. ve Brinberg, D. (1997). Affective Images of Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 35 (4), 11-15.
- Baloğlu, Ş. ve McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897.
- Barrio, J. M., Herrero, C. L. ve Sanz, A. J. (2009). Measuring the Efficiency of Heritage Institutions: A Case Study of a Regional System of Museums in Spain. *Journal of Cultural Heritage*, 10, 258-268.
- Beerli, A. ve Josefa, D. M. (2004). Factors Influencing Destination Image. *Annals of Tourism Research*, 31 (3), 657-681.
- Bogan, E., Constantin, D. M. ve Grigore, E. (2018). The Museum Tourism in Bucharest, Romania. *Quality - Access to Success*, 19 (1), 85-91.
- Boyar, H. (2006). *Bilgi Toplumu Oluşumu ve Küreselleşmenin Şehirsel Mekâna Etkilerinde Müzeler Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No:180371).

- Cimilli, C. (2009). *Ayasofya ve Kariye Müzesi*. İstanbul: İstur Turistik Yayıncılık.
- Culley, S. (2010). *Museums and Tourists: A Quantitative Look at Curator Perceptions of Tourism*. Yüksek Lisans Tezi, University of Waterloo, Canada. [https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/5075/Culley\\_Sarah.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/5075/Culley_Sarah.pdf?sequence=1&isAllowed=y), (Access: 05.05.2019).
- Çerçi, A. (2013). *Destinasyon Markalama ve Yavaş Şehir Seferihisar'ın Destinasyon Marka İmajı*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 339056).
- Çetin, S. ve Tekiner, M. A. (2015). Kurumsal İmajın Temel Belirleyicileri: Emniyet Teşkilatı Örnekleme İç Paydaş Anketi. *Journal of Management and Economics Research*, 13(1), 418-440.
- Demir, C. (1998). Müzelerde Pazarlama: Müze-Ziyaretçi İlişkilerinde Çağdaş Pazarlama Yaklaşımı. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No.73419).
- Erdoğan, T. (2003). *Türkiye'deki Arkeoloji Müzelerinde Yapılan Eğitsel Faaliyetler*, Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 506266).
- Erdoğan, E. G. (2012). Bizans Döneminde Ayasofya, Tarihçesi ve Mimari Özellikleri Hakkında Genel Bilgiler. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 1-7.
- Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2 (3), 191-215.
- Gil, S. M. ve Ritchie, J. R. (2009). Understanding the Museum Image Formation Process. *Journal of Travel Research*, 47 (3), 480-493.
- Gil, S. M. ve Ritchie, J. R. (2017). Research Based Guidelines for Effective Visitation Management of Museums Image. *International Journal of Culture*, 11 (4), 534-550.
- Harrison, J. (1997). Museums and Tourist Expectations. *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 23-40.
- İpşirli, M. (1999). Osmanlı Devlet Teşkilatı. E. İhsanoğlu (Ed.), *Osmanlı Devleti Tarihi* içinde. İstanbul: Feza Yayınları.
- Jolliffe, L. ve Smith, R. (2001). Heritage, Tourism and Museums: The Case of the North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, 7 (2), 149-172.

- İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019). “İstanbul İstatistik Raporları”, 22 Mayıs 2019 tarihinde <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/62367,aralik-2018pdf.pdf?0> adresinden erişildi.
- Keleş, V. (2003). Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (1), 1-17.
- Kervankıran, İ. (2014). Dünya’da Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye’deki Müze Turizmine Bakış. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9 (11), 345-369.
- Kırca, S. S. (2008). *Tüketicilerin Müze Ziyaret Alışkanlıkları ve Müze Tercihlerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 228834).
- Kotler, N. ve Kotler, F. (2000). Can Museums be All Things to All People?: Missions, Goals, and Marketing’s Role. *Museum Management and Curatorship*, 18 (3), 271-287.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). “Müze Tanımı”, 26 Haziran 2018 tarihinde <http://pdb.kulturturizm.gov.tr/TR,137113/muze-nedir.html> adresinden erişildi.
- Mercin, L. (2003). Kültür ve Sanat Değerlerinin Yaşatılmasında Müzelerin Rolü. *Elektronik Journal of Social Sciences*, 2 (6),106-114.
- Moreno-Mendoza, H., Santana-Talavera, A. ve Boza-Chirino, J. (2020). Perception of Governance, Value and Satisfaction in Museums from the Point of View of Visitors. Preservation-Use and Management Model. *Journal of Cultural Heritage*, 41, 178-187.
- Müze Rehberi (2019). “Müzecilik Tanımı”, 2 Şubat 2019 tarihinde [www.muze rehberi.net](http://www.muze rehberi.net) adresinden erişildi.
- Okan, B. (2016). Günümüzde Müzecilik Anlayışı, *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9, 188-197.
- Özkan, B. İ. (2015). *Destinasyon Rekabetinde Müzelerin Pazarlama Stratejilerinin Turizm Alanında Çalışan Akademisyenler Tarafından Değerlendirilmesi: Ankara Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 396108).
- Özgören, F. (2007). *Boş Zaman Pazarlaması ve Müzecilikte Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 209943).
- Pajunen, K. (2006) Stake holder Influences in Organizational Survival. *Journal of Management Studies*, 43 (6), 1261-1288.

- Prayag, G., Hosany, S., Muskat B. ve Del Chippa, G. (2017). Understanding The Relationships Between Tourists Emotional Experiences, Perceived Overall Image, Satisfaction, and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 56 (1), 1-48.
- Radder, L. ve Han, X. (2015). An Examination of The Museum Experience Based on Pine and Gilmore's Experience Economy Realms. *Journal of Applied Business Research*, 31 (2), 455-470.
- Rosenberg, Milton J., Hovland, Carl J., McGuire, William J., Robert, P. Abelson., ve Brehm, Jack W. (1960). *Attitude Organization and Change: an Analysis of Consistency Among Attitude Components*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Tezgel, E. ve Akova, O. (2017). Müze Ziyaretçileri Üzerine Yapılan Çalışmalara İlişkin Alanyazın Taraması. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (1), 308-320.
- Topkapı Sarayı Müzesi* (2019). "Topkapı Sarayı Müzesi Tarihçe", 21 Nisan 2019 tarihinde [topkapisarayi.gov.tr/tr/tarihçe](http://topkapisarayi.gov.tr/tr/tarihçe) adresinden erişildi.
- Sezgin, M., Haşiloğlu, S. B. ve İnal, E. (2011). Müze Pazarlamasında Müşteri İlişkileri ve Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 201-220.
- Şimşirgil, A. (2016). *Bir Müstakil Dünya Topkapı Sarayı*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Trinh, T. T. ve Ryan, C. (2013). Museums, Exhibits and Visitor Satisfaction: A study of the Cham Museum, Danang, Vietnam. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11 (4),239-263.
- Tandoğdu, H. İ. (2015). *Tarihi Anıt ve Sitlerde Önleyici Koruma Olarak Ziyaretçi Yönetimi: Topkapı Sarayı Müzesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No. 419057).
- Temel, B. (2019). *İstanbul Tarihi Yarımadası'nda Müzecilik ve Müze Turizmi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> (Tez No:568825).
- Türkkahraman, M. (2003).*Günümüzün Büyüsü İmaj ve Gerçek Hayat*. Sosyoloji Konferansları, 30, 1-14.
- UNESCO (2018). "Müzecilik", 26 Haziran 2018 tarihinde <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002201/220143E.pdf> adresinden erişildi.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.



- Vaughan, R. (2001). Images of a Museum. *Museum Management and Curatorship*, 19 (3), 253-268.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Akbulut, B. A. (2015). Turistik Destinasyon Olarak Ankara'nın Bilişsel ve Duygusal İmaj Bileşenleri Açısından Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 136-144.
- Yolal, M. (2016). *Turizm Araştırmalarında Örnekleme - Bibliyometrik Bir Araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık.





# TURİSTLERİN DESTİNASYON ÇEKİCİLİKLERİ ALGILARI, AKIŞ DENEYİMİ, POZİTİF DUYGU VE MEMNUNİYETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA\*

## A Research on Destination Attributes Perception, Flow Experience, Positive Emotion and Satisfaction of Tourists

Gönderim Tarihi / Received: 04.08.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 20.10.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.776764>

Sezer KARASAKAL<sup>1</sup>

**ÖZ:** Bu çalışma, Antalya'yı ziyaret eden İngiliz, Alman ve Rus turistlerin destinasyon çekiciliklerine yönelik algılarını, akış deneyimi (odaklanma, zamanın dönüşümü ve öz bilinç kaybı) durumlarını, pozitif duygu durumlarını ve memnuniyetlerini incelenmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve kolayda örnekleme yöntemi ile 938 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Çalışmanın amaçlarına ulaşmak için bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (Anova) kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, İngilizlerin Almanlara göre konaklama hizmetlerinden daha fazla memnun oldukları belirlenmiştir. Kadınların erkeklere göre tatillerine daha fazla odaklandıkları ve zaman kavramını kaybettikleri tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlardan yola çıkarak, uygulamacılara yönelik çeşitli öneriler getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon Çekicilikleri, Akış Deneyimi, Pozitif Duygu, Memnuniyet.

**ABSTRACT:** The aim of this study is to examine destination attributes perception, flow experience (focus attention, time distortion and loss of self-consciousness), positive emotion, and satisfaction of English, German and Russian tourists visiting Antalya. In this context quantitative research method was used and 938 surveys were obtained by applying convenience sampling technique. Independent sample t-test and One way Anova

\* Bu çalışma, Sezer Karasakal'ın "Destinasyon Çekiciliklerinin Akış Deneyimi, Pozitif Duygu ve Genel Memnuniyet Üzerine Etkisi: Antalya Örneği" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir. Çalışmanın verileri 2020 yılı öncesinde elde edildiğinden dolayı, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Antalya Bilim Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği, sezer.karasakal@antalya.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4713-2735>

were used for the analysis. Results reveal that English tourists are more satisfied with the accommodation services than Germans. Women concentrate more on their holiday and lose time perception than men. Based on the findings, practical implications are provided.

**Keywords:** Destination Attributes, Flow Experience, Positive Emotion, Satisfaction.

## GİRİŞ

Turizm, Türkiye ekonomisinin en fazla gelir getirici sektörlerinden biridir. Nitekim 2019 yılında 39,5 milyar dolar gelir elde eden Türk turizmi (tursab.org.tr, 27.07.2020a), dünyadaki sıralamasını 13. sıraya yükseltmiştir (turizmgunlugu.com, 27.07.2020). Antalya, 2019 yılında ağırladığı 15,2 milyon turist (aktob.org.tr, 28.02.2020) ve sahip olduğu 1,869 konaklama tesisiyle (işletme, yatırım ve belediye belgeli) (tursab.org.tr, 27.07.2020b), Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından bir tanesidir. Antalya, 2019 yılında birçok farklı ülkeden ziyaretçi ağırlamıştır. Bunların yaklaşık olarak 5,58 milyonu (%38) Rus, 2,67 milyonu (%18) Alman, 803 bini (%5,2) Ukraynalı, 719 bini (%4,6) İngiliz ve 554 bini (%3,6) Polonyalıdır (aktob.org.tr, 28.02.2020). Antalya'ya gelen turist sayısı ve milliyetlerin toplam ziyaretçi sayısındaki oranı yıllara göre değişkenlik göstermektedir. Örneğin, 2015 yılında Antalya'ya en fazla turist gönderen ülkeler sırasıyla, Almanya (3,1 milyon/%28,9), Rusya (2,8 milyon/%26,1), Hollanda (503 bin/%4,6), İngiltere (461 bin/%4,25) ve İsveç'tir (335 bin/%3) (antalya.ktb.gov.tr, 2020). Günümüzde ise Antalya'ya turist gönderen ilk beş ülkenin değiştiği görülmektedir. Dolayısıyla, Antalya'ya gelen turist profili yıllar içerisinde çeşitli faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

Turistler bir destinasyona çeşitli çekicilikleri ziyaret etmek, anı biriktirmek ve deneyim yaşamak için seyahat ederler (McDowall, 2010). Destinasyonda bulunan çekicilikler turistlerin memnuniyetleri (Kozak ve Rimmington, 2000; Chi ve Qu, 2009), deneyimleri (Mahdzar vd., 2015; Lin ve Kuo, 2016) ve duyguları (Karagöz Yüncü, 2011) üzerinde etkili olmaktadır. Turistlerin demografik (örn. milliyet) ve tatil özelliklerine (örn. geceleme sayısı) bağlı olarak memnuniyet, deneyim ve pozitif duygu durumları değişiklik gösterebilir. Ancak, yapılan literatür taramasında İngiliz, Alman ve Rus turistler özelinde bu alanda bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Ziyaretçi profilinden yola çıkarak elde edilecek çıkarımlar, bir destinasyonun etkin pazarlanması ve turist memnuniyetinin oluşturulması açısından oldukça önemlidir. Bu kapsamda, çalışmanın amacı Antalya'ya tatil amacıyla gelen İngiliz, Alman ve Rus turistlerin demografik ve tatil tercihlerinden yola çıkarak oluşturulan gruplar arasında destinasyon çekicilikleri algıları, akış deneyimi durumları (odaklanma, zamanın dönüşümü ve öz bilinç kaybı), pozitif duygu

durumları ve memnuniyetleri açısından bir farklılık olup olmadığını ortaya koymaktır.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Destinasyon Çekicilikleri

Turizm destinasyonu çok fazla paydaşın yer aldığı ve karmaşık ürünlerin sunulduğu bir sistemdir (Palmer ve Bejou, 1996). Hu ve Ritchie (1993), destinasyonu turistlerin tatil amacıyla ziyaret ettikleri, çok boyutlu ürün ve hizmetlerin bir araya gelmesi ile oluşan bir yer olarak ifade etmişlerdir. Buhalis (2000) ise destinasyonu turistik ürünlerin karmaşık bir şekilde bulunduğu ve turistlere bütünlük deneyimlerin sunulduğu bir yer olarak tanımlamıştır. Bir destinasyon, somut ve soyut birçok farklı unsurun bir araya gelmesiyle oluşur (Lew, 1987). Buhalis (2000), destinasyonda bulunan unsurları çekicilikler, ulaşılabilirlik, imkân/kolaylıklar, planlı paket turlar, aktiviteler ve destekleyici hizmetler olarak altı başlık altında ele almıştır. Eom vd., (2020) ise destinasyon çekiciliklerini yedi boyut altında ele almışlardır. Bunlar; yerel yemek ve restoranlar, destinasyon yönetimi, özelleştirilmiş hizmet ve hizmet personeli, doğal çevre, misafirperverlik, aktiviteler ve özel etkinlikler ile bina ve mimaridir.

Turist grupları arasında, destinasyonda bulunan çekiciliklerin önemi farklılık gösterebilir (Reisinger vd., 2009). Örneğin, Çetinsöz ve Artuğer (2014), Rus turistler için fiyat unsurunun Alman turistlere göre daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. Boz vd. (2017), Sinop'u ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında genel turizm altyapısı ve kültürel çekicilikler açısından algı farklılıkları olduğunu belirlemişlerdir. Başka bir çalışmada, Doğan vd. (2012), Alanya'ya gelen Rus ziyaretçilerin modernite, temizlik ve rekreatif faaliyetler açısından Alman ziyaretçilere göre daha fazla memnun olduklarını belirtmişlerdir. Yazarlar, Alman ziyaretçilerin ise şehrin ucuz olmasından daha fazla memnun olduklarını tespit etmişlerdir. Ma vd. (2018), Avustralya'yı ziyaret eden Çinli ve Hintli ziyaretçiler ile gerçekleştirdikleri çalışmada, Çinli turistlerin Hintli turistlere göre destinasyon çekiciliklerini daha olumlu değerlendirdiklerini ortaya koymuşlardır.

Destinasyon çekiciliklerine yönelik memnuniyet algısı, turistlerin ilgili destinasyona gelme sayıları ile ilişkili olabilir. Kozak vd. (2005), ilk defa gelenler ile tekrar gelenler arasında erişebilirlik, trafik akışı, park olanakları, yolların durumu ve konaklama tesislerinden duyulan memnuniyetin anlamlı bir şekilde farklılaştığını belirtmişlerdir. McDowall (2010), Bangkok'a ilk defa gelen ziyaretçilerin, tekrar gelenlerden farklı olarak, Bangkok'un harika bir destinasyon olması, yerel halkın misafirperverliği ve gülümsemesi ile ürün/hizmetlerin kalitesi unsurlarından daha memnun oldukları belirlenmiştir.

Turistlerin yaş ve cinsiyet özellikleri dikkate alındığında, Meng ve Uysal (2008) doğal unsurlar, rekreatif faaliyetler ile otel ve aktivitenin kadın ve erkek turistler açısından farklı düzeyde önem atfedildiğini ifade etmişlerdir. Çalışmada, kadınların doğal unsurlar ve rekreatif faaliyetleri daha fazla önemsedikleri ortaya konmuştur (Meng ve Uysal, 2008). Çetinsöz ve Artuğer (2014), hijyen ve güvenlik boyutlarının ileri yaş grubundaki turistlerin Antalya'yı tercih etmelerinde önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Özetle, her bir çekicilik destinasyona gelen turist açısından farklı önem düzeyine sahip olabilir. Örneğin, bir Japon turist grubu için iyi Japonca bilen turist rehberinin olması önemli bir faktör olabilir (Reisinger vd., 2009). Ya da destinasyonda bulunan bir tema park çocuklar için daha fazla önemli olabilir. Dolayısıyla, destinasyon çekiciliklerinden duyulan memnuniyet ve algılanan önem düzeyi ziyaretçilerin demografik özellikleri veya destinasyonu daha önce ziyaret edip etmemelerine göre farklılık gösterebilir.

### **Akış Deneyimi**

Akış, bir bireyin gerçekleştirdiği eyleme kendini tam olarak verdiği, odaklandığı, zevk aldığı ve çevresinde gerçekleşen olayları istemsiz olarak göz ardı ettiği bir bilinç halidir (Csikszentmihalyi, 1990). Csikszentmihalyi (1997), akış deneyiminin dokuz boyuttan oluştuğunu ifade etmiştir. Bunlar; (1) açık hedefler, (2) anında geribildirim, (3) zorluk ve beceri dengesi, (4) odaklanma, (5) kontrol hissi, (6) öz bilinç kaybı, (7) zamanın dönüşümü, (8) ototelik deneyim/içsel ilgi ve (9) eylem ve farkındalığın birleşmesidir.

Akış deneyimi birçok alanda (örn. web sitesi kullanımı, e-öğrenme) incelenmesine karşın, turizm alanında oldukça az sayıda ele alınmıştır. Filep (2008), bir grup öğrenci ile gerçekleştirdiği araştırmasında, turistik gezi yapan öğrencilerin akış deneyimi yaşadıklarını ortaya koymuştur. Başka bir çalışmada, Chen vd., (2017), Myanmar'a giden ziyaretçilerin akış deneyimlerini, memnuniyetlerini ve tekrar gelme niyetlerini ele almışlardır. Kim ve Thapa (2018), Güney Kore'de bulunan Jeju adasında seyahat eden turistlerle yaptıkları çalışmada, algılanan değer, memnuniyet ve akış deneyimi arasındaki ilişki ele alınmıştır. Son olarak, Karasakal (2020) turistlerin tatilleri boyunca odaklanma, öz bilinç kaybı, zaman kavramını yitirdiklerini ve ototelik deneyim yaşadıklarını ortaya koymuştur. Yazar ayrıca, ototelik deneyim ve öz bilinç kaybının memnuniyet üzerinde etkili olduğu sonucuna varmıştır.

### **Pozitif Duygu**

Duygular (emotion), deneyimler neticesinde elde edilen ve kişileri belirli davranışlarda bulunmasına yol açan durumlardır (Doğan ve Özdevecioğlu, 2009).

Goleman (2010) duyguyu, kişide oluşan hisse bağlı olarak ortaya çıkan düşünceler, psikolojik ve biyolojik durumlar ile çeşitli hareket eğilimi olarak tanımlamıştır. Arnold (1960) ise duyguyu öznel bir his durumu olarak belirtmiştir.

Duygu, organizmanın uyarılması sonucunda pozitif veya negatif, şiddetli ve yoğun olarak yaşanan duygulanım (affect) durumudur (Cohen ve Areni, 1991, Jang vd., 2009'den). Duygular kısa ömürlü, güçlü ve özeldir (Frijda, 2007, Mitas vd., 2012'den). Örneğin, bir kişinin komik bir olay karşısında hissettikleri ya da taraftarı olduğu bir takımın maçını izlerken ki hissettikleri duygulara örnektir (Mitas vd., 2012). Duygu bir sebebe bağlı olarak oluşur (Kocabulut, 2016). Dolayısıyla, duygu çevresel faktörlerden etkilenip, kişiyi bir davranışa sevk edebilir (Mehrabian ve Russell, 1974, Liu ve Jang, 2009'dan). Örneğin, bir turist sahili kirli bulduğunda sinirlenebilir veya tur rehberinin sabırlı ve cana yakın olması karşısında mutlu olabilir (Li vd., 2015).

Duygu, turistik deneyiminin merkezinde yer almaktadır (Hosany vd. 2015). Ziyaretçiler, ürün ve hizmet kalitesinin yanında tatmin edici düzeyde duygusal deneyimler de yaşamak istemektedirler (Brunner-Sperdin vd., 2012). Karagöz Yüncü (2011) destinasyonda bulunan unsurların (örn. konaklama, yiyecek-içecek, eğlence ve alışveriş hizmetleri) turistler üzerinde olumlu duygular oluşturduğunu belirtmiştir. Güney Çin'de bulunan kültürel miras alanını ziyaret eden turistler ile yapılan bir çalışmada, pozitif duygunun memnuniyet, tekrar ziyaret ve ağızdan ağıza reklam üzerinde rolü olduğu belirtilmiştir (Su ve Hsu, 2013). Hosany vd. (2017) Tayland'ı ziyaret eden turistlerin son gününde yaptıkları çalışmada, pozitif duygunun memnuniyete ve aidiyete anlamlı etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Sukhu vd. (2019), otel ambiyansının duygu ile ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Özetle, destinasyon unsurları turistlerin duyguları üzerinde doğrudan etkilidirler (Karagöz Yüncü, 2011).

## Memnuniyet

Pizam ve Ellis (1999) memnuniyeti bir ürün veya hizmet satın alımı sonrasında meydana gelen hoşnutluk ve iyi olma hali olarak ortaya çıkan psikolojik bir durum olarak tanımlamışlardır. Turistlerin memnuniyetleri, seyahatleri öncesinde destinasyondan beklentilerinin karşılanıp karşılanmaması ile ilişkidir (Oliver, 1980). Turist memnuniyetini sağlamak, turist ile uzun dönemli ilişki kurulmasında, tekrar ziyaret etmesinde, destinasyonun itibar ve güven oluşturmada oldukça etkilidir (Barutçu vd., 2011).

Turist memnuniyeti çeşitli çalışmalarda ele alınmıştır. Örneğin, Xu vd. (2018), Büyük Britanya'yı ziyaret eden Çinli turistlerin destinasyon çekiciliklerinden duydukları memnuniyetin genel memnuniyetleri üzerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Başarangi ve Ulaş (2018), Kırklareli'ni ziyaret eden turistlerin

memnuniyet düzeylerinin yaş ve medeni durum açısından farklılık gösterdiği sonucuna varmışlardır. Doğan vd. (2012) iki farklı milliyetin memnuniyet düzeylerini karşılaştırmışlardır. Bulgulara göre, Alanya'yı ziyaret eden Rusların Almanlara göre daha memnun olduklarını ortaya koymuştur. Yüksel (2001), Türkiye'yi ilk defa ve birden fazla gelen ziyaretçiler ile gerçekleştirdiği çalışmada, ilk defa gelenlerin memnuniyetleri üzerinde hizmet kalitesi, konaklama, kolaylık, misafirperverlik, yemek kalitesi, sahil ve çevre, ulaşım ile fiyat ve değer en etkili unsurlar olduklarını ortaya koymuştur.

## YÖNTEM

Çalışmanın amacı, Antalya'ya gelen yabancı ziyaretçilerin demografik ve tatil tercihlerine ilişkin özelliklerinden yola çıkılarak oluşturulan gruplar arasında destinasyon çekiciliklerine yönelik algılarını, akış deneyimi (odaklanma, zamanın dönüşümü ve öz bilinç kaybı) durumlarını, pozitif duygu durumlarını ve memnuniyet düzeylerini belirlemektir. Bu bakımdan ele alınan bu araştırma keşfedici bir çalışmadır ve nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmada, birincil veri toplama tekniklerinden biri olan yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Çalışmanın analiz aşamasında ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerini ve tatillerine ilişkin özellikleri tanımlamak amacıyla betimsel analiz, yapı geçerliliğini belirlemek ve ölçek ifadelerinin kendi boyutlarını temsil edip etmediğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır. Daha sonra, katılımcıların demografik ve tatil tercihlerine ilişkin özelliklerden yola çıkarak oluşturulan gruplar arasında ilgili değişkenler bakımından algı farklılıkları olup olmadığını tespit etmek amacıyla fark analizleri yapılmıştır. İki grup arasındaki farkı ortaya koymak amacıyla bağımsız örneklem t-testi, üç ve daha fazla grup arasındaki algı farkını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (Anova) uygulanmıştır.

Soru formu altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde destinasyon çekicilikleri ile ilgili 19 ifade bulunmaktadır. İfadeler 7'li Likert (1= Kesinlikle tatmin olmadım, 7= Kesinlikle tatmin oldum) ile ölçülmüştür. Ayrıca, katılımcıların ilgili destinasyon çekiciliğini deneyimlemediği varsayımıyla, fikrim yok seçeneği de eklenmiştir. Fikrim yok seçeneği analiz aşamasında kayıp veri (missing value) olarak kodlanmıştır. Destinasyon çekiciliklerine ilişkin ifadeler literatür taraması sonucunda, çeşitli yazarların çalışmalarından (örn. Kozak ve Rimmington, 2000; Yüksel, 2001; Meng vd., 2008; Eusébio ve Vieira, 2013) elde edilmiştir. İkinci bölümde, katılımcıların pozitif duygu durumlarını ortaya koymak amacıyla dört ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Pozitif duygu ölçeği, Wu ve Liang'ın (2011) çalışmasında uyarlanmış ve 7'li semantik ölçek ile ölçülmüştür. Anketin üçüncü bölümünde, üç ifadeden oluşan memnuniyet



ölçeği kullanılmıştır. Memnuniyet ölçeği, Veasna vd. (2013) tarafından yapılan çalışmadan uyarlanmıştır. Dördüncü kısımda, akış deneyimine ilişkin ifadeler bulunmaktadır. Akış deneyimine ilişkin 12 ifade, Filep'in (2009) çalışmasından uyarlanmıştır. Akış deneyimi ve memnuniyet ölçeğine ilişkin ifadeler 7'li Likert (1= Kesinlikle katılmıyorum, 7= Kesinlikle katılıyorum) ile ölçülmüştür. Beşinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular bulunmaktadır. Altıncı kısımda ise katılımcıların tatillerine ilişkin sorular bulunmaktadır (örn. geceleme süresi, geliş sayısı vb.).

İngilizce dilinde oluşturulan soru formu, alanında uzman altı akademisyen tarafından kontrol edilmiş ve getirilen öneriler neticesinde soru formuna son hali verilmiştir. Daha sonra, Almanca ve Rusça dillerine çevrilmesi amacıyla, her bir dilde yetkinliği olan iki farklı uzmandan destek alınmıştır. İki farklı uzman tarafından çevirisi yapılan anketler, üçüncü bir uzmanın danışmanlığında kontrol edilerek, son halini almıştır.

Bu çalışmanın evrenini, Antalya'ya tatil amacıyla gelen yabancı turistler oluşturmaktadır. Antalya'ya 2019 yılı Ocak- Eylül ayları arasında 12,5 milyon yabancı turist ziyaret etmiştir. İlk dokuz ayda Antalya'ya gelen yabancı turistlerin yaklaşık olarak 4,7 milyonunu Ruslar, 2 milyonunu Almanlar ve 617 binini İngilizler oluşturmaktadır (antalyahavalimani.gov.tr, 2019). Dolayısıyla Rus, Alman ve İngiliz turistler, Antalya'ya ilk dokuz ayda gelen ziyaretçilerin yaklaşık olarak %60'ını oluşturmaktadır. Bu bakımdan, evrenin önemli bir kısmını temsil ettiği düşünüldüğünden veriler Rus, Alman ve İngiliz ziyaretçilerden elde edilmiştir.

Veri toplama işlemi 02.07.2019- 05.07.2019 tarihleri arasında, Antalya havalimanı dış hatlar giden yolcu terminalinde yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Örneklem yöntemi olarak, olasılığa dayalı olmayan örneklem çeşitlerinden kolayda örneklem uygulanmıştır. Veri toplama süreci sonunda 1032 anket toplanmıştır. Ancak, analiz sürecine dahil edilemeyecek anketler (örn. tamamının aynı cevap olması) çıkarıldıktan sonra, 938 anketin kullanılabilir olduğu tespit edilmiştir.

Analizlere başlamadan önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediği belirlemek için normallik testi uygulanmıştır. Değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ile +3 arasında olması, verilerin normal dağılım gösterdiğine işaret etmektedir (Kline, 2005, Özer vd., 2009'dan). Analiz sonrasında, değişkenlerin büyük çoğunluğunun çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ile +3 arasında olduğu belirlenmiştir. Bu durum, verilerin normal dağılım gösterdiğine işaret etmektedir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Örneklem grubunun demografik ve tatil tercihlerine ilişkin özellikleri Tablo 1'de sunulmuştur. Katılımcıların %61,4 kadınlardan, %38,6'si ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında, çoğunluğun %61,8 ile evlilerden oluştuğu görülmektedir. Bekarların oranı ise %38,2'dir. Katılımcıların %32'si İngiliz, %33,8'i Alman ve %34,2'si Ruslardan oluşmaktadır. Dolayısıyla, örneklem grubunun milliyet bazında dengeli bir dağılım gösterdiği söylenebilir. 60 ve üstü yaş aralığındaki katılımcı oranı ise %6,1'dir. Katılımcıların, %41,2'si 31-45 yaş aralığındadır. Katılımcıların %69,1'i tatile aileleri ile geldiklerini ifade etmişlerdir. Tatile arkadaşları ile gelenlerin oranı ise %22,7'dir. Katılımcıların %41,3'ü Antalya'ya ilk kez geldiklerini, %39'u ise üç kez ve daha fazla geldiklerini ifade etmişlerdir. Geceleme süreleri incelendiğinde, katılımcıların %52,3'ünün 8-14 gece arasında konakladıklarını görülmektedir. 1-7 gece arasında konaklayanların oranı ise %45,2'dir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik ve Tatil Tercihlerine İlişkin Özellikleri

Demografik özellikler		f	%		Tatil tercihlerine İlişkin Özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	553	61,4		Tatile gidilen kişiler	Aile üyeleri	621	69,1
	Erkek	351	38,6	Arkadaşlar		204	22,7	
Medeni durum	Bekar	337	38,2	Akrabalar	55	6,1		
	Evli	543	61,8	Yalnız	19	2,1		
Milliyet	İngiliz	300	32,0	Antalya'ya geliş sayısı	İlk kez	373	41,3	
	Alman	317	33,8	İkinci kez	178	19,7		
	Rus	321	34,2	Üç kez ve daha fazla	352	39,0		
Yaş	18-30	324	35,0	1-7 gece	411	45,2		
	31-45	381	41,2	8-14 gece	476	52,3		
	46-59	164	17,7	Geceleme süresi	15 gece ve daha fazla	23	2,5	
	60 ve üstü	56	6,1					

## Açıklayıcı Faktör Analizleri

Destinasyon çekiciliği, akış deneyimi, pozitif duygu ve memnuniyet ölçekleri açıklayıcı faktör analizine (AFA) tabi tutulmuşlardır. İlk olarak, destinasyon çekicilikleri için oluşturulmuş 19 ifade Varimax döndürme yöntemi ile AFA'ya tabi tutulmuştur. İfadelerin ortak faktör varyansı (communality) incelendiğinde, üç ifadenin (iklim, deniz ve sahiller, bölgenin temizliği) Hair vd. (2014) tarafından önerilen değer olan 0,5'in altında olduğu tespit edilmiştir. Bu bakımdan, ilgili üç ifade çıkartılarak tekrar AFA uygulanmıştır. Analiz sonucunda, ortak faktör varyansı 0,5'in üstünde, faktör yükü 0,6'nın üzerinde ve öz değeri 1'in üstünde olan 16 ifade, toplam varyansın %72,15'ini açıklayan üç faktör oluşturmuştur. AFA sonucunda elde edilen üç faktör içerdikleri ifadeler

ve literatür dikkate alınarak isimlendirilmiştir. Konaklama hizmetleri faktörü, 8 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %31,94'ünü açıklamaktadır. Alt-yapı ve çevre faktörü, dört ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %21,28'ini açıklamaktadır. Son olarak, alışveriş faktörü dört ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %18,91'ini oluşturmaktadır.

Daha sonra, 12 ifadeden oluşan akış deneyimi ölçeği Varimax döndürme yöntemi ile AFA'ya tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda, ortak faktör varyansı 0,5'in üstünde, faktör yükü 0,6'nın üzerinde ve öz değeri 1'in üstünde olan üç faktör elde edilmiştir. AFA neticesinde ilgili ifadelerin özgün ölçekte olduğu şekliyle faktörleştirildiği görülmüştür. Dolayısıyla, faktörlerin isimlendirmesi bu doğrultuda yapılmıştır. Odaklanma faktörü dört ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %25,63'ünü açıklamaktadır. Öz bilinç kaybı faktörü dört ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %21,46'sını açıklamaktadır. Son olarak, zamanın dönüşümü faktörü dört ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %19,57'sini oluşturmaktadır.

Memnuniyet ölçeği, Varimax döndürme yöntemi ile açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda bir ifade (Antalya'yı ziyaret etme kararından dolayı kendimi iyi hissediyorum) ortak faktör varyans değerinin 0,5'in altında olmasından dolayı çıkarılmıştır. İfade çıkarıldıktan sonra AFA tekrardan uygulanmıştır. İki ifadeden oluşan memnuniyet ölçeği toplamda %95,14 düzeyinde varyans açıklama oranına sahiptir.

Son olarak, pozitif duygu ölçeğine Varimax döndürme yöntemi ile açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Dört ifadeden oluşan memnuniyet ölçeği toplamda %84,64 düzeyinde varyans açıklama oranına sahiptir.

Tablo 2'de ilgili ölçeklere ilişkin yapılan AFA sonucunda, ifade ve boyutlar için elde edilen faktör yükleri, ortalama değerler, öz değer ve güvenilirlik katsayıları sunulmuştur.

**Tablo 2:** Değişkenlere İlişkin AFA Sonuçları

	Faktör yükü	Öz değer	Ortalama	Açıklanan varyans (%)	Cronbach's alpha
<b>Konaklama hizmetleri</b>		<b>5,11</b>	<b>5,96</b>	<b>31,94</b>	<b>0,93</b>
Konaklama işletmesinin temizliği	0,84				
Konaklama işletmesinin kalitesi	0,83				
Konaklama işletmesi personelinin davranışı	0,82				
Konaklama işletmesinde animasyon ve spor aktiviteleri	0,74				
Yiyecek ve içecek kalitesi	0,70				
Yemeklerin çeşitliliği	0,69				
Yiyecek ve içecek işletmelerinin temizliği	0,68				
Yiyecek ve içecek personelinin tutumu	0,65				
<b>Altyapı ve çevre</b>		<b>3,40</b>	<b>5,72</b>	<b>21,28</b>	<b>0,86</b>
Bölgedeki bilgi verici işaretler ve semboller	0,83				
Altyapının durumu	0,81				
Bölgede ulaşımın kolaylığı	0,68				
Doğal güzellik	0,61				
<b>Alışveriş</b>		<b>3,02</b>	<b>5,22</b>	<b>18,91</b>	<b>0,85</b>
Satılan ürünlerin fiyatı	0,82				
Satıcıların tutumu	0,75				
Satılan ürünlerin kalitesi	0,74				
Satılan ürünlerin çeşitliliği	0,73				
Açıklanan toplam varyans= 72,15%, KMO= 0,93, Bartlett's Test of Sphericity= 7750,239 (p<0,001)					
<b>Odaklanma</b>		<b>3,07</b>	<b>5,97</b>	<b>25,63</b>	<b>0,85</b>
Tatilime tamamen odaklanmış durumdaydım.	0,82				
Dikkatim tamamen tatilim üzerindeydi.	0,80				
Tatilim esnasında dikkatim tamamen yaptığım faaliyetlere odaklıydı.	0,76				
Tatilime odaklanmada zorlanmadım.	0,70				
<b>Öz bilinç kaybı</b>		<b>2,57</b>	<b>5,45</b>	<b>21,46</b>	<b>0,81</b>
Başkalarının benim hakkımda ne düşündüğünü önemsemedim.	0,82				
Diğer ziyaretçilerin gözünde nasıl görüldüğüm konusunda endişelenmedim.	0,76				

**Tablo 2 (Devamı): Değişkenlere İlişkin AFA Sonuçları**

	Faktör yükü	Öz değer	Ortalama	Açıklanan varyans (%)	Cronbach's alpha
Başkalarının benimle ilgili ne düşündüğünü umursamadım.	0,71				
Diğer ziyaretçilere aldırış etmedim.	0,71				
<b>Zamanın dönüşümü</b>		<b>2,34</b>	<b>5,61</b>	<b>19,57</b>	<b>0,76</b>
Tatilim esnasında zaman algım değişti (yavaşladı veya hızlandı).	0,84				
Tatilim esnasında zaman algımı kaybettim.	0,69				
Tatilim esnasında zaman hızla geçiyor gibi hissettim.	0,60				
Tatilim esnasında zamanın geçmesi normalden farklı geliyordu.	0,56				
Açıklanan toplam varyans= %66,67; KMO= 0,88; Bartlett's Test of Sphericity= 4315,07 (p<0,001)					
<b>Memnuniyet</b>		<b>1,90</b>	<b>6,28</b>	<b>95,14</b>	<b>0,94</b>
Antalya'yı ziyaret etme kararımın dolayı memnunum	0,97				
Antalya'da turist olarak bulunmanın doğru bir karar olduğuna eminim	0,97				
Açıklanan toplam varyans= 95,14, KMO= 0,50, Bartlett's Test of Sphericity= 1497,49					
<b>Pozitif duygu</b>		<b>3,38</b>	<b>6,31</b>	<b>84,64</b>	<b>0,93</b>
Tatmin olmamış/Tatmin olmuş	0,93				
Hüsrana uğramış/Memnun	0,93				
Endişeli/Hoşnut	0,93				
Mutsuz/Mutlu	0,89				
Açıklanan toplam varyans= 66,67, KMO= 0,86, Bartlett's Test of Sphericity= 2137,31					

### Fark Analizleri

Fark testlerine başlamadan önce, sayıca az olan 15 ve daha fazla geceleme yapan kişiler, 8-14 gece grubu ile birleştirilerek, 8 gece ve daha fazla adında yeni bir grup oluşturulmuştur. Dolayısıyla, geceleme süresi değişkeni 1-7 gece ve 8 gece ve daha fazla olmak üzere iki gruptan oluşmuştur. Benzer şekilde, 60 ve üstü yaş grubundaki kişilerin sayıca az olması sebebiyle, 46 ve üzeri adında yeni bir grup oluşturulmuştur. Böylece, yaş değişkeni için 18-30, 31-45 ile 46 ve üzeri olmak üzere üç grup oluşturulmuştur.

**Tablo 3:** Katılımcıların Cinsiyetlerine ve Geceleme Sürelerine Göre Destinasyon Çekiciliklerinden Memnuniyetlerinin Karşılaştırılması

Destinasyon çekicilikleri	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. sapma	p
Konaklama hizmetleri	Kadın	553	6,02	1,14	0,031
	Erkek	347	5,85	1,15	
Altyapı ve çevre	Kadın	548	5,74	1,16	0,037
	Erkek	348	5,58	1,08	
Alışveriş	Kadın	528	5,27	1,26	0,024
	Erkek	331	5,07	1,28	
Konaklama hizmetleri	1-7 gece	411	5,90	1,15	0,248
	8 gece ve daha fazla	499	5,99	1,13	
Altyapı ve çevre	1-7 gece	407	5,63	1,14	0,132
	8 gece ve daha fazla	497	5,74	1,13	
Alışveriş	1-7 gece	382	5,08	1,31	0,023
	8 gece ve daha fazla	486	5,28	1,24	

İlk olarak, destinasyon çekiciliklerinden duyulan memnuniyet ile cinsiyet ve geceleme süreleri kullanılarak oluşturulan gruplar arasındaki farkı ortaya koymak amacıyla t-testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 3'te sunulmuştur. Test sonucuna göre, kadın ve erkek turistler arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $q < 0,05$ ). Grup ortalamalarına bakıldığında, kadınların erkeklere göre konaklama hizmetleri, altyapı ve çevre ile alışverişten daha fazla memnun oldukları söylenebilir. Geceleme süreleri açısından ise, sadece alışverişten duyulan memnuniyetle ilgili gruplar arasında bir farklılık görülmektedir ( $q < 0,05$ ). 8 gece ve daha fazla tatil yapan turistlerin, 1-7 gece tatil yapan turistlere göre alışverişten daha fazla memnun oldukları görülmüştür.

**Tablo 4:** Katılımcıların Milliyetlerine, Yaşlarına ve Geliş Sayılarına Göre Destinasyon Çekiciliklerinden Memnuniyetlerinin Karşılaştırılması

Destinasyon çekicilikleri	Milliyet	n	Ortalama	Std. sapma	F	p	Anlamlı fark
Konaklama hizmetleri	İngiliz	300	6,09	0,92	5,46	0,004	İngiliz>Alman
	Alman	317	5,79	1,41			
	Rus	320	5,97	1,05			
Altyapı ve çevre	İngiliz	299	5,86	0,90	48,51	0,000	İngiliz>Alman; Rus>Alman
	Alman	317	5,20	1,33			
	Rus	316	6,01	0,98			
Alışveriş	İngiliz	272	5,22	1,27	10,73	0,000	İngiliz>Alman; Rus>Alman
	Alman	308	4,95	1,35			
	Rus	315	5,20	1,17			
Konaklama hizmetleri	18-30	324	5,92	1,00	2,84	0,058	-
	31-45	380	5,87	1,20			
	46 ve üzeri	220	6,10	1,28			
Altyapı ve çevre	18-30	322	5,62	1,08	1,46	0,231	-
	31-45	379	5,68	1,14			
	46 ve üzeri	219	5,79	1,24			
Alışveriş	18-30	307	5,12	1,17	3,76	0,024	46 ve üzeri> 18-30
	31-45	370	5,15	1,33			
	46 ve üzeri	207	5,41	1,34			
Konaklama hizmetleri	İlk kez	373	5,95	1,05	0,75	0,473	-
	İkinci kez	178	5,88	1,22			
	Üç kez ve daha fazla	352	6,01	1,16			
Altyapı ve çevre	İlk kez	371	5,72	5,72	0,139	0,870	-
	İkinci kez	177	5,68	5,68			
	Üç kez ve daha fazla	349	5,68	5,68			
Alışveriş	İlk kez	354	5,20	1,23	0,011	0,143	-
	İkinci kez	169	5,21	1,20			
	Üç kez ve daha fazla	339	5,22	1,35			

Destinasyon çekiciliklerinden duyulan memnuniyetin milliyet, yaş ve geliş sayısı açısından bir farklılık olup olmadığını belirlemek için Anova testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 4'te sunulmuştur. Bulgulara göre, üç çekicilik boyutu ile milliyetler arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Farkın hangi milliyetten kaynaklandığını belirlemek amacıyla PostHoc analizlerinden Scheffe testi kullanılmıştır. Sonuçlara göre, İngilizler ile Almanlar arasında konaklama hizmetlerinden duyulan memnuniyet bakımından bir farklılık görülmektedir ( $p<0,01$ ). Grup ortalamaları dikkate alındığında İngilizlerin Almanlardan daha memnun oldukları görülmektedir. Altyapı ve çevreden duyulan memnuniyet açısından ise hem İngilizlerin hem



de Rusların Almanlardan daha memnun oldukları görülmektedir ( $p<0,001$ ). Benzer şekilde, alışverişten duyulan memnuniyet açısından hem İngiliz hem de Rusların Almanlardan daha memnun oldukları görülmektedir ( $p<0,001$ ). Yaş grupları arasında bir farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan Anova testine göre, sadece alışverişten duyulan memnuniyet açısından gruplar arasında bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Scheffe testi sonucunda, 46 ve üzeri yaş grubundaki kişilerin 18-30 yaş grubundaki kişilere göre alışverişten daha fazla memnun oldukları görülmektedir. Diğer yandan, turistlerin Antalya'ya geliş sayıları için oluşturulan gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmadığı belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 5:** Katılımcıların Cinsiyetleri ve Geceleme Sürelerine Göre Akış Deneyimlerinin Karşılaştırılması

Akış Deneyimi	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. sapma	p
Odaklanma	Kadın	547	6,06	1,01	0,000
	Erkek	347	5,77	1,17	
Öz bilinç kaybı	Kadın	546	5,49	1,41	0,075
	Erkek	346	5,33	1,46	
Zamanın dönüşümü	Kadın	549	5,75	1,14	0,000
	Erkek	347	5,41	1,31	
Odaklanma	1-7 gece	408	5,99	1,02	0,564
	8 gece ve daha fazla	495	5,95	1,09	
Öz bilinç kaybı	1-7 gece	409	5,40	1,42	0,495
	8 gece ve daha fazla	493	5,46	1,46	
Zamanın dönüşümü	1-7 gece	410	5,60	1,22	0,467
	8 gece ve daha fazla	496	5,66	1,21	

Akış deneyimine ait boyutlar olan odaklanma, öz bilinç kaybı ve zamanın dönüşümü ile katılımcıların cinsiyetleri ve geceleme süreleri üzerinden oluşturulan gruplar arasındaki farkı ortaya koymak amacıyla t-testi yapılmıştır. Analiz sonucuna ilişkin bulgular, Tablo 5'de sunulmuştur. Bulgulara göre, kadın ve erkek turistler arasında, odaklanma ve zamanın dönüşümü boyutları açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $p<0,001$ ). Grup ortalamaları dikkate alındığında, kadınların erkeklere göre hem daha fazla odaklandıkları hem de zaman algılarını daha fazla kaybettikleri söylenebilir. Ancak cinsiyet grupları arasında öz bilinç kaybına yönelik bir fark bulunamamıştır ( $p>0,05$ ). Ayrıca ziyaretçilerin geceleme süreleri ve akış deneyimi boyutları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 6:** Katılımcıların Milliyetlerine, Yaşlarına ve Geliş Sayılarına Göre Akış Deneyimlerinin Karşılaştırılması

Akış deneyimi	Milliyet	n	Ortalama	Std. sapma	F	p	Anlamlı fark
Odaklanma	İngiliz	299	5,99	1,04	2,05	0,129	-
	Alman	315	5,84	1,14			
	Rus	317	6,01	1,09			
Öz bilinç kaybı	İngiliz	298	5,16	1,59	7,32	0,001	Alman>İngiliz; Rus>İngiliz
	Alman	316	5,58	1,24			
	Rus	314	5,52	1,47			
Zamanın dönüşümü	İngiliz	298	5,60	1,17	0,49	0,608	-
	Alman	315	5,58	1,29			
	Rus	318	5,67	1,22			
Odaklanma	18-30	324	5,93	1,00	0,30	0,887	-
	31-45	376	5,93	1,08			
	46 ve üzeri	218	5,99	1,23			
Öz bilinç kaybı	18-30	324	5,44	1,39	1,92	0,228	-
	31-45	375	5,50	1,38			
	46 ve üzeri	217	5,26	1,60			
Zamanın dönüşümü	18-30	324	5,63	1,24	0,07	0,543	-
	31-45	378	5,60	1,17			
	46 ve üzeri	217	5,63	1,30			
Odaklanma	İlk kez	371	5,94	1,05	0,12	0,887	-
	İkinci kez	176	5,96	1,05			
	Üç kez ve daha fazla	349	5,98	1,10			
Öz bilinç kaybı	İlk kez	371	5,35	1,48	1,48	0,228	-
	İkinci kez	175	5,36	1,49			
	Üç kez ve daha fazla	349	5,52	1,40			
Zamanın dönüşümü	İlk kez	373	5,59	1,23	0,61	0,543	-
	İkinci kez	176	5,58	1,23			
	Üç kez ve daha fazla	349	5,68	1,20			

Katılımcıların milliyetleri, yaşları ve geliş sayıları kullanılarak oluşturulan gruplar ile akış deneyimi boyutları olan odaklanma, öz bilinç kaybı ve zamanın dönüşümüne yönelik algı farkını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen Anova testi bulguları Tablo 6'da gösterilmiştir. Bulgulara göre, sadece milliyetler arasında öz bilinç kaybı yaşama konusunda bir fark ortaya çıkmıştır ( $p<0,01$ ). Scheffe testi sonucunda, grup ortalamaları dikkate alındığında hem Almanların hem de Rusların İngilizlere göre daha fazla öz bilinç kaybı yaşadıkları söylenebilir. Yaş grupları ve turistlerin Antalya'ya geliş sayıları bakı-

mından oluşturulan gruplar arasında akış deneyimi boyutlarına yönelik anlamlı bir fark bulunamamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 7:** Katılımcıların Cinsiyetlerine ve Geceleme Sürelerine Göre Pozitif Duygu Durumlarının Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. sapma	p
Pozitif duygu	Kadın	530	6,48	0,95	0,001
	Erkek	336	6,24	1,07	
	1-7 gece	339	6,30	1,03	0,040
	8 gece ve daha fazla	477	6,44	0,04	

Katılımcıların cinsiyetleri ve geceleme süreleri kullanılarak oluşturulan gruplar ile pozitif duygu durumları arasında bir fark bulunup bulunmadığını belirlemek için t-testi yapılmıştır (bkz. Tablo 7). Sonuca göre, kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p<0,01$ ). Grup ortalamaları dikkate alındığında, kadınların erkeklere göre daha fazla pozitif duygu yaşadıkları görülmektedir. Ayrıca Antalya'da 1-7 gece tatil yapanlar ile 8 gece ve daha fazla tatil yapan turistler arasında pozitif duygu durumları açısından anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Grup ortalamaları dikkate alındığında, 8 gece ve daha fazla tatil yapan turistlerin, 1-7 gece tatil yapanlara göre daha fazla pozitif duygu yaşadıkları söylenebilir.

**Tablo 8:** Katılımcıların Milliyetlerine, Yaşlarına ve Geliş Sayılarına Göre Pozitif Duygu Durumlarının Karşılaştırılması

	Milliyet	n	Ortalama	Std. sapma	F	p	Anlamlı fark
Pozitif duygu	İngiliz	287	6,43	1,02	11,66	0,000	İngiliz>Alman; Rus>Alman
	Alman	310	6,18	1,13			
	Rus	305	6,56	0,84			
	18-30	313	6,36	0,88	0,11	0,888	-
	31-45	364	6,39	1,06			
	46 ve üzeri	213	6,40	1,15			
	İlk	358	6,33	1,07	1,27	0,281	-
	İkinci	171	6,47	0,83			
	3 kez ve daha fazla	341	6,42	1,07			

Katılımcıların milliyet, yaş ve geliş sayıları bakımından oluşturulan gruplar arasında pozitif duygu durumları açısından bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Anova testi yapılmıştır (bkz. Tablo 8). Analiz sonucuna göre milliyetler arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p<0,001$ ). Farkın hangi milliyet grubundan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testinde, grup ortalamaları dikkate alındığında hem İngilizlerin hem de Rusların Almanlara göre daha fazla pozitif duygu yaşadıkları söylenebilir. Ancak yaş grupları ( $p>0,05$ ) ve geliş sayıları bakımından oluşturulan gruplar ( $p>0,05$ ) arasında pozitif duygu bakımından bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Tablo 9:** Katılımcıların Cinsiyetlerine ve Geceleme Sürelerine Göre Genel Memnuniyetlerinin Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. sapma	p
Genel memnuniyet	Kadın	523	6,39	0,99	0,000
	Erkek	334	6,12	1,19	
	1-7 gece	400	6,24	1,08	0,131
	8 gece ve daha fazla	466	6,35	1,05	

Kadın ve erkek turistler ile 1-7 gece ve 8 gece ve daha fazla konaklayan turistler arasında genel memnuniyet düzeyleri açısından bir fark bulunup bulunmadığını ortaya çıkarmak amacıyla t-testi uygulanmıştır (bkz. Tablo 9). Test sonucuna göre, kadın ve erkek turistlerin duydukları genel memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p < 0,001$ ). Grup ortalamalarına bakıldığında, kadınların erkeklere göre genel memnuniyet düzeylerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Diğer yandan, Antalya'da 1-7 gece kalanlar ile 8 gece ve daha fazla kalan turistler arasında ise anlamlı bir farklılık elde edilememiştir ( $p > 0,05$ ).

**Tablo 10:** Katılımcıların Milliyetlerine, Yaşlarına ve Geliş Sayılarına Göre Genel Memnuniyetlerinin Karşılaştırılması

	Milliyet	n	Ortalama	Std. sapma	F	p	Anlamlı fark
Genel memnuniyet	İngiliz	296	6,22	1,05	10,096	0,014	Rus>Alman
	Alman	304	6,20	1,28			
	Rus	289	6,44	0,90			
	18-30	314	6,30	0,92	0,158	0,854	-
	31-45	356	6,26	1,14			
	46 ve üzeri	207	6,30	1,26			
	İlk	359	6,23	1,09	1,74	0,649	-
	İkinci	165	6,33	0,98			
	3 kez ve daha fazla	334	6,38	1,06			

Turistlerin milliyetleri, yaşları ve geliş sayılarına göre oluşturulan gruplar arasında genel memnuniyet düzeyleri bakımından bir fark olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Anova testi yapılmıştır (bkz. Tablo 10). Bulgulara göre, milliyetler arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p < 0,05$ ). Farkın hangi milliyet grubundan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Scheffe testi kullanılmıştır. Grup ortalamaları dikkate alındığında, Rusların Almanlara göre genel memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer yandan, yaş grupları ve geliş sayıları bakımından oluşturulan gruplar arasında genel memnuniyet düzeyleri açısından bir farklılık bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, Antalya'yı ziyaret eden yabancı turistlerin demografik ve tatil tercihlerine ilişkin özelliklerinden yola çıkarak oluşturulan gruplar arasında destinasyon çekicilikleri, akış deneyimi, pozitif duygu ve memnuniyet değişkenlerine yönelik algı farklılıklarının olup olmadığını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, kapsamlı bir literatür taraması yapılmış ve bir anket formu oluşturulmuştur. Veri toplama süreci sonunda İngiliz, Alman ve Rus turistlerden 938 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir.

Çalışmada ilk olarak, destinasyon çekicilikleri ifadelerinin boyutlu yapısını ortaya koymak amacıyla AFA gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda konaklama hizmetleri, alışveriş, altyapı ve çevre olmak üzere üç boyut elde edilmiştir. Bu doğrultuda, Antalya'ya gelen turistler için konaklama hizmetleri, alışveriş, altyapı ve çevre çekiciliklerinin önemli olduğu söylenebilir. Antalya'da yapılan diğer çalışmalara bakıldığında Aktaş vd. (2010), destinasyon olanakları, konaklama hizmetleri ve karşılayıcı seyahat acentesi hizmetleri olmak üzere, destinasyon çekiciliklerini üç boyut olarak tespit etmişlerdir. Albayrak ve Caber'in (2013) gerçekleştirdikleri çalışmada ise, destinasyon çekicilikleri beş boyut altında sınıflanmıştır. Bunlar; sağlık ve hijyen, alışveriş, bilgi, yerel ulaşım ve konaklamadır. Çalışmalar sonucunda, Antalya için ortaya konan destinasyon çekicilikleri çeşitlilik gösterse de bu çalışmada belirlenen çekiciliklerin diğer çalışma bulguları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Akış deneyimine ilişkin 12 ifade AFA sonucunda, üç boyut altında toplanmıştır. Bunlar; odaklanma, öz bilinç kaybı ve zamanın dönüşümüdür. Turizm deneyimi kapsamında, akış deneyimi boyutları olan kontrol hissi, ototelik deneyim, açık hedefler, odaklanma, zamanın dönüşümü ile eylem ve farkındalığın birleşimi turistler tarafından yaşanabilmektedir (Cao ve Yang, 2013, Qunming vd., 2017'den). Bu çalışma bulguları, yazarların belirttiği boyutları kısmen desteklemektedir.

Yapılan analizler sonucunda, konaklama hizmetleri, altyapı ve çevre ile alışveriş hizmetleri bakımından kadınların erkeklere göre daha fazla memnun oldukları belirlenmiştir. Meng ve Uysal (2008) da kadınların doğal unsurları daha fazla önemsediklerini tespit etmişlerdir. Diğer yandan, Çetinsöz ve Artuğer (2014) Antalya'da gerçekleştirdikleri araştırmalarında, ziyaretçilerin destinasyon çekicilikleri algıları (örn. sosyal aktiviteler, tarihi ve kültürel değerler, doğal güzellikler) ile cinsiyet grupları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmişlerdir. Ancak aile içerisinde kadının tatil kararlarında erkeğe göre daha etkili olduğu (Barlés-Arizón vd., 2013) düşünüldüğünde, yöneticilerin tanıtım faaliyetlerinde doğayı, çevreyi ve sunulan hizmetleri ön plana çıkaran tanıtımları, kadınları merkeze alacak şekilde yürütmeleri daha etkili olabilir.

Geceleme süreleri bakımından 8 gece ve daha fazla konaklayan turistlerin, 1-7 gece konaklayan turistlere göre alışverişten daha fazla memnun oldukları görülmüştür. Tatilin süresi uzadıkça turistlerin alışveriş için daha fazla zaman ayırma imkânları olmaktadır. Bu durumun daha uzun süre tatil yapanların, alışverişten daha fazla memnun olmalarına yol açtığı söylenebilir. Ayrıca 46 ve üzeri yaş grubundaki kişilerin 18-30 yaş grubundaki kişilere göre alışverişten daha fazla memnun oldukları belirlenmiştir. Orta ve ileri yaş grubundaki kişilerin alışverişten daha fazla memnun olmalarının gerekçesi, ekonomik olarak daha iyi durumda olmaları ve bunun neticesinde alım güçlerinin daha fazla olması söylenebilir. Dolayısıyla otel içindeki ve dışındaki mağazalarda, çoğunlukla orta ve ileri yaş grubuna uygun ürünlerin sunulması satışları artırabilir.

İngilizlerin Almanlara göre konaklama hizmetlerinden daha fazla memnun oldukları belirlenmiştir. Altyapı ve çevreden duyulan memnuniyet açısından ise hem İngilizlerin hem de Rusların Almanlardan daha fazla memnun oldukları tespit edilmiştir. Alışverişe karşı duyulan memnuniyet açısından ise, İngiliz ve Rus turistlerin Alman turistlerden daha fazla memnun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Doğan vd. (2012), Alanya'da gerçekleştirdikleri çalışmada Rus ve Alman ziyaretçilerin yeterli alışveriş olanaklarından ve ulaşım olanaklarından memnun olmadıklarını tespit etmişlerdir. Yıllar içerisinde turizmin gelişmesine paralel olarak alışveriş olanaklarının artması ve altyapının gelişmesi ziyaretçilerin bu yöndeki algılarını pozitif yönde değiştirmiş olabilir. Avustralya'da yapılan bir çalışmada, Hintli ve Çinli ziyaretçilerin destinasyon çekiciliklerine yönelik algıları farklılık göstermiştir (Ma vd., 2018). Dolayısıyla, bir destinasyonda bulunan çekicilikler milliyetler arasında farklı düzeylerde algılanabilmektedir. Karar vericiler pazarlama faaliyetlerinde, her bir pazar bölümüne uygun destinasyon çekiciliği ile tanıtım yapabilirler. Örneğin, İngilizlere yapılacak pazarlama faaliyetlerinde konaklama hizmetleri (yiyecek-içecek dahil olmak üzere), altyapı yeterliliği ve doğal çekicilikler ön planda tutulabilir. Ruslara yapılacak pazarlama faaliyetlerinde ise alışveriş temalı unsurlara yer verilebilir.

Turistlerin Antalya'ya geliş sayıları bakımından oluşturulan gruplar (ilk defa, iki defa, üç ve daha fazla) arasında destinasyon çekiciliklerinden (konaklama hizmetleri, altyapı ve çevre, alışveriş) duyulan memnuniyet ve genel memnuniyet açısından bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Aktaş vd. (2010) Alanya'ya ilk defa gelenler ile tekrar gelenler arasında genel memnuniyet açısından bir fark olmadığını tespit etmişlerdir. Dolayısıyla Antalya'ya ilk defa gelenler ile tekrar gelenlerin benzer düzeyde memnuniyet yaşadıkları söylenebilir. İşletmeler yenilikçi ürün ve hizmet geliştirerek tekrar ziyaret eden turistlerin memnuniyetlerinin devamlılığını sağlayabilirler.

Çalışmada elde edilen diğer bir bulgu, kadınların tatilden duydukları genel memnuniyetin erkeklerden daha yüksek olduğudur. Benzer bir bulgu, Özdemir vd. (2012) tarafından da elde edilmiştir. Meng ve Uysal (2008), erkeklerin zorlu doğa sporlarını ve aktiviteleri daha fazla önemsediklerini belirtmişlerdir. Bu doğrultuda, Antalya'da bulunan karar vericilerin erkek turistlerin memnuniyetlerini artırmak için daha fazla spor ve macera merkezli aktiviteleri sunmaları etkili olabilir. Bu çalışmada ayrıca, Rusların Almanlara göre genel memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Antalya'da gerçekleştirilen başka bir çalışmada Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinden gelenlerin İskandinav, Alman, Fransız ve İngilizlere göre memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu ortaya konmuştur (Özdemir vd., 2012). Milliyetler arasında memnuniyet düzeylerinin farklılık göstermesinde kültürel özellikler rol oynayabilir (Özdemir ve Yolal, 2016). Bu sebeple, karar vericiler ziyaret eden turistlerin milliyetlerine göre çeşitli ürünler geliştirebilirler. Turistlerin ilgili destinasyona yönelik algıları üzerinde personel tarafından sağlanan hizmet ve şikâyetlerin ele alınma şekli de önemli rol oynamaktadır (Bajs, 2011). Dolayısıyla, turist memnuniyeti üzerinde altyapı ve üstyapı kalitesinin yanında personelin tutumu da oldukça önemlidir.

Katılımcıların demografik özellikleri ve tatil tercihlerine ilişkin oluşturulan gruplar ile algılanan akış deneyimi ve pozitif duygu durumları arasındaki farklara bakıldığında ise, kadınların erkeklere göre tatillerine daha fazla odaklandıklarını ve zaman algılarını kaybettikleri görülmüştür. Milliyet açısından ise, Almanların ve Rusların İngilizlere göre daha fazla öz bilinç kaybı yaşadıkları belirlenmiştir. Yaşanılan duygu durumu ile ilgili olarak ise, kadınların erkeklere göre daha pozitif duygu içinde oldukları tespit edilmiştir. Geceleme süresi açısından, 8 gece ve daha fazla konaklayanların 1-7 gece arası konaklayanlara göre daha pozitif duygu içinde oldukları ortaya konmuştur. Dolayısıyla, turistler Antalya'da daha fazla kaldıkça daha olumlu duygular içinde olmaktadır. Karar vericilerin, turistlerin daha uzun tatil yapmaları yönünde politika geliştirmeleri gerekmektedir. Böylece, daha fazla pozitif duygu içerisinde olan turist tekrar gelme eğilimi gösterebilir. Milliyet açısından ise, İngiliz ve Rusların, Almanlara göre daha pozitif duygu içinde oldukları belirlenmiştir.

Özetle, Antalya'yı ziyaret eden turistlerin destinasyon çekicilikleri algıları, akış deneyimi durumları, pozitif duygu durumları ve genel memnuniyet düzeyleri belirli alt gruplara göre farklılık göstermektedir. Hedeflenen pazardaki tüketicileri çeşitli alt bölümlere ayırıp, onlara özel pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilmelidir. Ayrıca destinasyon pazarlamasında fiziki unsurların yanı sıra duygu ve deneyim faktörlerine de geniş yer verilmelidir.



Bu araştırmanın çeşitli kısıtlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak, Antalya'ya birçok ülkeden ziyaretçi gelmesine karşın bu çalışmada İngiliz, Alman ve Rus turistlere odaklanılmıştır. Gelecek çalışmalarda diğer milliyetlere de yer verilmelidir. Veri toplama süreci temmuz ayında gerçekleştirilmiştir. Verilerin yılın farklı zamanlarında yürütülmesi, sonuçlar üzerinde etkili olabilir. Son olarak, yer verilen destinasyonun özellikleri dikkate alınarak farklı destinasyon çekiciliklerine ve akış deneyimi boyutlarına yer verilebilir.

## KAYNAKÇA

- Aktaş, A., Çevirgen, A. ve Toker, B. (2010). Tourists' Satisfaction and Behavioral Intentions on Destination Attributes: An Empirical Study in Alanya. *Tourism Analysis*, 15(2), 243-252.
- AKTOB, Resort Turizm Perspektif (Sayı 201). 28 Şubat 2020 tarihinde <https://aktob.org.tr/resort-dergisi/> adresinden erişildi.
- Albayrak, T. ve Caber, M. (2013). The Symmetric and Asymmetric Influences of Destination Attributes on Overall Visitor Satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 16(2), 149-166.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. 27 Temmuz 2020 tarihinde <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-175839/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2015-yi-.html> adresinden erişildi.
- Antalya Valiliği Havalimanı Mülki İdare Amirliği. (2019). 28 Ekim 2019 tarihinde <http://www.antalyahavalimani.gov.tr/tr/govdb/tr/istatistik/2019%20Yili%20Yolcu%20ve%20Ucak%20Sayilari.pdf> adresinden erişildi.
- Arnold, M. B. (1960). *Emotion and Personality*. New York: Columbia University Press.
- Bajs, I. P. (2011). Attributs Of Tourist Destination As Determinants Of Tourist Perceived Value. *International Journal of Management Cases*, 13(3), 547-554.
- Barlés-Arizón, M. J., Fraj-Andrés, E. ve Martínez-Salinas, E. (2013). Family Vacation Decision Making: The Role of Woman. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(8), 873-890.
- Barutçu, S., Doğan, H. ve Üngüren, E. (2011). Tourists' Perception and Satisfaction of Shopping in Alanya Region: A Comparative Analysis of Different Nationalities. M. Özşahin (Ed.). *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Elsevier.
- Başarangil, İ. ve Ulaş, Ş. (2018). Destinasyon Çekim Unsurlarının Ziyaretçi Tatmini Üzerine Etkisi: Kırklareli İli Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33, 189-204.
- Boz, M., Yurdakul, S. B. ve Turdubekova, S. (2017). Yerli ve Yabancı Turistlerin Sinop'un Kültür Turizmi Çekiciliklerine ve Altyapısına İlişkin Algıları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 49-65.
- Brunner-Sperdin, A., Peters, M. ve Strobl, A. (2012). It is All About the Emotional State: Managing Tourists' Experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 23-30.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.

- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. M. ve Chen, C. (2017). Investigating International Tourists' Intention to Revisit Myanmar Based on Need Gratification, Flow Experience and Perceived Risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 25-44.
- Chi, C. G. Q. ve Qu, H. (2009). Examining the Relationship between Tourists' Attribute Satisfaction and Overall Satisfaction. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1), 4-25.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow. The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper.
- Csikszentmihalyi, M. (1997) *Beyond Boredom and Anxiety*, (2. Bs.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Çetinsöz, B. C. ve Artuğer, S. (2014). Yabancı Turistlerin Antalya'yı Tercih Etmesinde Etkili Olan Çekici Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of International Social Research*, 7(32), 573-582.
- Doğan, H., Üngüren, E. ve Barutçu, S. (2012). Russian and German Tourist Potential and Satisfaction in Sustainable Competitive Advantage of Alanya Destination. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7(2), 381-399.
- Doğan, Y. ve Özdevecioğlu, M. (2009). Pozitif ve Negatif Duygusalığın Çalışanların Performansları Üzerindeki Etkisi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 165-190.
- Eom, T., Han, H. ve Song, H. (2020). Discovering the Perceived Attributes of CBT Destination Travelers in South Korea: A Mixed Method Approach. *Tourism Management*, 77, 104013.
- Eusébio, C. ve Vieira, A. L. (2013). Destination Attributes' Evaluation, Satisfaction and Behavioural Intentions: A Structural Modelling Approach. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 66-80.
- Filep, S. (2008). Applying the Dimensions of Flow to Explore Visitor Engagement and Satisfaction. *Visitor Studies*, 11(1), 90-108.
- Filep, S. (2009). *Tourists' Happiness through the Lens of Positive Psychology*. Doktora Tezi, James Cook University, Townsville.
- Goleman, D. (2010). *Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?*. (B. S. Yüksel, Çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: Pearson new International Edition*. Essex: Pearson Education Limited.

- Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S., Caušević, S. ve Odeh, K. (2015). Measuring Tourists' Emotional Experiences: Further Validation of the Destination Emotion Scale. *Journal of Travel Research*, 54(4), 482-495.
- Hosany, S., Prayag, G., Van Der Veen, R., Huang, S. ve Deesilatham, S. (2017). Mediating Effects of Place Attachment and Satisfaction on the Relationship between Tourists' Emotions and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1079-1093.
- Hu, Y. ve Ritchie, J. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34.
- Jang, S., Bai, B., Hu, C. ve Wu, C. M. E. (2009). Affect, Travel Motivation, and Travel Intention: A Senior Market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51-73.
- Karagöz Yüncü, D. (2011). *Destinasyon Uzantılarının Turistlerin Duygusal Tepkileri, Bilişsel Algılamaları ve Davranışsal Niyetleri ile İlişkisi*. Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Karasakal, S. (2020). Akış Deneyiminin Memnuniyet Üzerine Etkisi: Tatil Deneyimi Üzerine İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 63-73.
- Kim, M. ve Thapa, B. (2018). Perceived Value and Flow Experience: Application in a Nature-based Tourism Context. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 373-384.
- Kocabulut, Ö. (2016). *Duyguların ve Kişilik Tiplerinin Hizmet Kalite Algısı ve Müşteri Memnuniyetine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as An Off-season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.
- Kozak, M., Bigné, E. ve Andreu, L. (2005). Satisfaction and Destination Loyalty: A Comparison between Non-repeat and Repeat Tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 5(1), 43-59.
- Lew, A. A. (1987). A Framework of Tourist Attraction Research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553-575.
- Li, S., Scott, N. ve Walters, G. (2015). Current and Potential Methods for Measuring Emotion in Tourism Experiences: A Review. *Current Issues in Tourism*, 18(9), 805-827.
- Lin, C. H. ve Kuo, B. Z. L. (2016). The Behavioral Consequences of Tourist Experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84-91.

- Liu, Y. ve Jang, S. S. (2009). The Effects of Dining Atmospherics: An Extended Mehrabian–Russell Model. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 494-503.
- Ma, E., Hsiao, A. ve Gao, J. (2018). Destination Attractiveness and Travel Intention: The Case of Chinese and Indian Students in Queensland, Australia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 200-215.
- Mahdzar, M., Shuib, A., Ramachandran, S. ve Afandi, S. H. M. (2015). The Role of Destination Attributes and Memorable Tourism Experience in Understanding Tourist Revisit Intentions. *American-Eurasian Journal of Agricultural & Environmental Sciences (Tourism & Environment, Social and Management Sciences)*, 15, 32-39.
- McDowall, S. (2010). International Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: Bangkok, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(1), 21-42.
- Meng, F. ve Uysal, M. (2008). Effects of Gender Differences on Perceptions of Destination Attributes, Motivations, and Travel Values: An Examination of a Nature-based Resort Destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 445-466.
- Meng, F., Tepanon, Y. ve Uysal, M. (2008). Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-based Resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41-56.
- Mitas, O., Yarnal, C., Adams, R. ve Ram, N. (2012). Taking a “Peak” at Leisure Travelers’ Positive Emotions. *Leisure Sciences*, 34(2), 115-135.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Özdemir, B., Aksu, A., Ehtiyar, R., Çizel, B., Çizel, R. B. ve İçigen, E. T. (2012). Relationships among Tourist Profile, Satisfaction and Destination Loyalty: Examining Empirical Evidences in Antalya Region of Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(5), 506-540.
- Özdemir, C. ve Yolal, M. (2017). Cross-cultural Tourist Behavior: An Examination of Tourists’ Behavior in Guided Tours. *Tourism and Hospitality Research*, 17(3), 314-324.
- Özer, Z.C., Fırat, M.Z. ve Bektaş, H.A. (2009). Confirmatory and Exploratory Factor Analysis of the Caregiver Quality of Life Index-cancer with Turkish Samples. *Quality of Life Research*, 18(7), 913-921.
- Palmer, A. ve Bejou, D. (1995). Tourism Destination Marketing Alliances. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 616-629.
- Pizam, A. ve Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7), 326-339.

- Qunming, Z., Rong, T., Ting, M., Nijing, D. ve Jia, L. (2017). Flow Experience Study of Eco-Tourists: A Case Study of Hunan Daweishan Mountain Ski Area. *Journal of Resources and Ecology*, 8(5), 494-502.
- Reisinger, Y., Mavondo, F. T. ve Crotts, J. C. (2009). The Importance of Destination Attributes: Western and Asian Visitors. *Anatolia*, 20(1), 236-253.
- Su, L. ve Hsu, M. K. (2013). Service Fairness, Consumption Emotions, Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Experience of Chinese Heritage Tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(8), 786-805.
- Sukhu, A., Choi, H., Bujisic, M. ve Bilgihan, A. (2019). Satisfaction and Positive Emotions: A Comparison of the Influence of Hotel Guests' Beliefs and Attitudes on Their Satisfaction and Emotions. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 51-63.
- Turizm Günlüğü. 27 Temmuz 2020 tarihinde <https://www.turizmgunlugu.com/2020/05/23/unwto-barometre-2019-siralamasi-turkiye/> adresinden erişildi.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. 27 Temmuz 2020a tarihinde <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri> adresinden erişildi.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. 27 Temmuz 2020b tarihinde <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turistik-tesis-isletmeler> adresinden erişildi.
- Veasna, S., Wu, W. Y. ve Huang, C. H. (2013). The Impact of Destination Source Credibility on Destination Satisfaction: The Mediating Effects of Destination Attachment and Destination Image. *Tourism Management*, 36, 511-526.
- Wu, C. H. J. ve Liang, R. D. (2011). The Relationship between White-water Rafting Experience Formation and Customer Reaction: A Flow Theory Perspective. *Tourism Management*, 32(2), 317-325.
- Xu, Y., Jin, W. ve Lin, Z. (2018). Tourist Post-visit Attitude towards Products Associated with the Destination Country. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 179-184.
- Yüksel, A. (2001). Managing Customer Satisfaction and Retention: A Case of Tourist Destinations, Turkey. *Journal of Vacation Marketing*, 7(2), 153-168.

# DESTİNASYON MARKALAŞMASINA YÖNELİK PAYDAŞ ANALİZİ: AKÇAKOCA ÖRNEĞİ\*

## Stakeholder Analysis for Destination Branding: Akçakoca Case

Gönderim Tarihi / Received: 09.03.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 02.11.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.700744>

Zeynep MESCI\*\*1

Elif Berna BAKIR<sup>2</sup>

**ÖZ:** Destinasyon markalaşması bir ülkenin, bölgenin veya şehrin kendilerine bir kimlik oluşturarak ve öne çıkan özelliklerine çekicilikler kazandırarak farklılık sağlamasıdır. Bu araştırmanın amacı Akçakoca ilçesinin destinasyon markalaşması açısından değerlendirilip yerel yönetim, turizm paydaşları ve turizm akademisyenlerinden oluşan sektör paydaşlarının görüşleri temelinde ele alınmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve betimsel analiz uygulanmıştır. Araştırma kapsamında yerel yönetimden 4 katılımcı, işletme yöneticilerinden 13 katılımcı ve akademisyenlerden 6 katılımcı olmak üzere toplamda 23 katılımcı yer almıştır. Elde edilen bulgular sonucunda tarihi, doğal ve kültürel çekicilikleri ile bütünlük oluşturan Akçakoca'nın ihtiyaç duyulan tanıtım faaliyetlerinin tamamlanması ile marka destinasyonlar arasında yer alabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Destinasyon, Marka, Destinasyon Pazarlaması, Akçakoca.

**ABSTRACT:** The purpose of this study is to evaluate whether the Akçakoca district is suitable for branding as a destination on the basis of the opinions of the local administration, tourism stakeholders and the academicians who provide training in the tourism department. In the study, qualitative research method was preferred and descriptive analysis was applied. Within the scope of the study, 4 participants from local government, 13 participants from

\* Bu çalışma, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü "Destinasyon Markalaşma Süreci: Akçakoca Örneği" adlı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir. Çalışmanın verileri 2020 yılı öncesi toplandığı için etik kurul izin belgesi bulunmamaktadır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Düzce Üniversitesi/Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, zeynepmesci@duzce.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0697-9005>

<sup>2</sup> Uzman, Düzce Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği A.B.D., elifberna\_91@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8170-6034>



business managers and 6 participants from academicians took part in totally 23 participant has taken placed. As a result of the findings, it has been determined that it is suitable for branding by completing the necessary promotional activities of Akçakoca, which creates a integrity with its historical, natural and cultural advantages.

**Keywords:** Tourism, Destination, Brand, Destination Marketing, Akçakoca.

## GİRİŞ

Marka en sade haliyle bir malı, hizmeti veya ürünü tanımlarken devamında ismi, sembolü ve farklı yönleriyle birlikte rakiplerinden ayırt edilmesini sağlamaktadır. Marka ürün, mal veya hizmetten beklenen kalite noktasında ise güven ve garanti duygusunu çağrıştırmaktadır (Işık ve Erdem, 2015: 9). Aslan (2014)'e göre marka, sadece logo veya isim olmanın haricinde işletmeler ve ürünler hakkında tüketicilerin duygu, düşünce ve hislerinin yansıtılmasının, ifade edilmesidir. Ürünün şekil, yapı, ambalaj ayrıntıları dışındaki ürüne ait tüm özellikler marka kavramına kapsamına girmektedir.

Tüketiciler, “mal ve hizmetleri deneyimlerken ait oldukları sosyal çevre, arkadaş grupları ve reklamlar aracılığıyla da değerlendirmeler yapmaktadırlar. Etkileşim sürecinde tüketici, mal veya hizmet markasına bir anlam yüklemeye başlamaktadır. Satın alma ve karar sürecini yine bu markaya yüklediği anlam sayesinde kolaylaştırmaktadır. Marka isminin en çok bilinen faydası, tüketicinin satın alacağı mal veya hizmetin belirlenmesine katkı sağlamasıdır (Oda-başı ve Oyman, 2012:359). İşletmeyi ve işletmenin tüketicilere sunmuş olduğu ürün ve hizmeti temsil eden marka, tüketiciler için işletmenin ya da ürünün zihinlerinde oluşan resmidir. Bu nedenle markanın önemini hem tüketiciler hem de işletmeler açısından değerlendirmek daha uygun olacaktır (Tandoğan Karakaş, 2009:7).

Günümüzde ürün alternatiflerinin çok kolay bulunabildiği ve ağır rekabet koşullarının olduğu bir ortamda, tüketicilerin tercih aşamasında verdikleri satın alma kararlarında markalar kritik önem taşımaktadır. Dolayısıyla marka ürünün isim ve görsel yönüyle bilinmesinin çok daha ötesine geçmiştir (Aydın, 2009: 11). Marka, eğer tüketiciler tarafından yoğun talep görürse, işletme ismi veya ürünlerin teknik özelliklerini geri planda bırakarak daha etkili bir pazarlama aracı konumuna gelebilmektedir. Başarılı bir marka, fiyatlarda kararlılık, müşteri sadakati, rekabetlere karşı savunma ve tutundurmaya destek sağlayarak masrafları azaltmakta ve kârı arttırmaktadır. Ayrıca perakendeciler ve dağıtıcılar karşısında ise güç kazandırmaktadır (Çoroğlu, 2002:117-118).

Rekabet son yıllarda markalar arasında yaşanması nedeniyle, markalaşma bir işletme için en stratejik yatırımlardan biri haline gelmiştir. Kısaca markalaş-

ma kavramı; marka kimliğini ortaya koymak için yapılan bir dizi pazarlama ve satış faaliyetleri olarak tanımlanabilir (Gemci vd., 2009: 107). Tüm mal ve hizmetlerin markalaşması için çalışmalar yapılmaktadır. Üretilen veya sunulan hizmetlerin hangi hedef kitleye yönelik olduğu, hangi pazarda yer alacağı, fiyatlandırması ve satış kanallarının belirlenmesi, satın alma nedeninin oluşturulması ve son olarak tanıtım ve reklam faaliyetleri markalaşmanın önemli aşamalarıdır (Ertuğral ve Demirkol, 2007: 63).

Markalaşma kavramı insanların duygularına hitap etmesinden dolayı geniş kitleleri etkileyebilmektedir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda turizm sektörü için markalaşma kavramının öneminin farkına varılmalı, bu alanda yapılacak olan çalışmalar ortak fikirlerle desteklenmelidir. Dolayısıyla markalaşma yolunda giden ülkelerin tüm kurum ve kuruluşlarının hatta fertlerinin markalaşmayı desteklemesi gerekmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014:2).

Tosun ve Jenkins (1996) destinasyon kavramını *“Turizm bölgesi/destinasyonu; ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insanların algılarında belli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alandır ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine ve festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dahili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge”* şeklinde tanımlamaktadır.

İçerisinde farklı unsurları barındıran ve bu nedenle bir turizm ürünü olarak ifade edilen destinasyonların (Page, 1995: 1; Aktaran Özdemir, 2008:11), marka olabilmesi için logo, slogan, sembol gibi öğelerin bir araya gelip bütünlük oluşturabilmesi gerekmektedir. Marka imajına sahip olan destinasyonlar, ziyaretçilerin memnuniyetlerini kazanarak bu başarıyı elde edebilmişlerdir. Olumlu bir imaj oluşturmak, destinasyona gelen ziyaretçilerin tekrar gelmesini ve memnun ayrılmaları ile destinasyonu çevrelerinde olumlu yansıtmaları gibi güzel sonuçlar kazandırmaktadır.

Destinasyonlar markalaşma sürecinde bölgenin mal ve hizmetlerini tarım, sanat, spor, eğitim ve turizme uzanan tüm özellikleri ile marka çatısı adı altında toplamaktadırlar. Bunun amacı; destinasyonun zenginliklerini bütün olarak ele almak ve sembolik tarz meydana getirerek ziyaretçilere sunabilmektir. Destinasyonların sahip olduğu özellikler bireysel olarak ele alınmalı, fakat bütünü yansıtırçasına pazarlanması gerekmektedir (Günlü ve İçöz, 2004:298). Destinasyon markası oluşturmak, rekabet içerisinde olan destinasyonlar için gün geçtikçe daha önemli bir hale gelmektedir. Destinasyon markası oluşturmanın avantajları şunlardır (Güngör vd., 2008:11):

- Turistlerin bölgeyi tanınmasını ve benzerlik gösteren diğer turistik bölgelerden ayırt edilebilmesini sağlamaktadır.
- Turistik bölgelerin kalitesinin sembolü işlevini görmektedir.
- Marka, destinasyon bölgelere belirgin bir kimlik kazandırmaktadır. Böylece pazar bölümlendirmesini kolaylaştırmaktadır.
- Koordinasyon ve bir araya gelme çalışmalarına yardım etmektedir.
- Turistin fiziksel ve psikolojik olarak ürüne yönelmesini sağlamaktadır.
- Markaların dayanıklılık özellikleri, ürün veya hizmetler değişmiş olsa bile marka yaşamının süreklilik göstermesini sağlamaktadır.
- Destinasyonların tekrar tercih edilmesini müşteri ile duygusal bağ kurarak sağlamaktadır.
- Bölgenin ürünlerini istediği fiyata pazarlayabilmesini sağlamaktadır.

Destinasyon markalaşması süreci, destinasyona ait marka kimliğinin geliştirilmesi ve destinasyon çekiciliklerinin kazandırılmasını kapsamaktadır. Günümüzde destinasyonlar arasında rekabetin küresel bir hal aldığı söylenebilmektedir. Dolayısıyla birbirleriyle rekabet içerisinde olan destinasyonlar pazarda tutunabilmek için olumlu imaj geliştirmeye ve yeni yeteneklere ihtiyaç duymaktadırlar. Olumsuz imaja sahip olan destinasyonlar ise yeni imaj geliştirmeye yönelik çalışmalarda bulunmalıdırlar (Rainisto, 2003:12).

Tosun ve Jenkins (1996)'ın tanımından da yola çıkarak; Kültür ve Turizm Bakanlığı Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2020), Akçakoca hakkında *"1950'li yıllarda deniz ve karavan turizmi ile ülkemizde ilk turizm hareketinin başladığı Düzce'nin denize kıyısı Akçakoca; Denizi, kumu, balıkçı barınağı, her mevsimin özelliğine göre balık çeşitleri, gün batımı, sivil ve dini mimarisi, dağ çileği, kestane balı, fıncığı, kilometrelerce uzanan plajları ve şifalı kumu, yemyeşil bitki dokusu, piknik ve mesire alanları, tarihi anıt ağaçları, tarihi Ceneviz Kalesi, mağarası, şelaleleri ve yöresel ağız tatlıları ile yerli ve yabancı turistler için dikkat çekicidir"* şeklinde bahsetmiştir. Bu bağlamda Akçakoca'nın doğal çekiciliklerinin yanı sıra tarihi ve kültürel çekicilik ve etkinlikleri ile de ilçenin turizm destinasyonu olduğu gerçeğini ortaya çıkartmaktadır.

Bu çalışmada da Akçakoca destinasyonu hakkında; yerel yöneticilerin, turizm paydaşlarının ve akademisyenlerin destinasyon marka algıları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Akçakoca ilçesinin bir destinasyon olarak markalaşma potansiyeli değerlendirilirken literatür incelenerek ilgili çalışmalardan destek alınmıştır. Çalışmada Akçakoca'nın tercih edilme sebebi marka destinasyon olarak değerlendirilebilecek coğrafi konuma ve çekicilik unsurlarına sahip ol-

masıdır. Diğer bir neden ise Akçakoca ilçesi için destinasyon markalaşması alanında başka bir çalışmaya rastlanılamamasıdır.

## AKÇAKOCA'NIN DESTİNASYON MARKALAŞMASINDA ETKİLİ OLACAK DEĞERLER

Bu çalışmanın amacı, Akçakoca ilçesinin bir destinasyon olarak ele alınıp, markalaşmaya uygun olup olmadığının yerel yönetim, turizm paydaşları ve akademisyenlerden alınan görüşler doğrultusunda incelenmesi ve değerlendirilmesidir. Bu değerlendirme yapılırken; marka destinasyonu olabilmek için logo, slogan, sembol gibi öğelerin bir araya gelip bütünlük oluşturabilmesi gerekmektedir. Bunun içinde katılımcılara bu değerlerle ilgili sorular yöneltilmiştir. Marka imajı oluşturabilen destinasyonlar, ziyaretçilerin memnuniyetlerine etki ederek olumlu bir imaj yakalayabilmektedir. Olumlu imaj oluşturmak, destinasyona gelen insanların tekrar gelmesi ve memnun ayrılmaları ile destinasyonu çevrelerinde olumlu yansıtması gibi güzel sonuçlar kazandırmaktadır.

1950'li yıllarda ilk turizm faaliyetlerinin yaşanmaya başladığı Akçakoca ilçesi çeşitli çekicilik ve etkinlik unsurlarını ihtiva etmektedir. Bu bağlamda Akçakoca bir destinasyon olarak çalışmalara konu olmuşsa da marka destinasyon bakımından konu edinen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada Akçakoca'yı marka destinasyon olarak tanımlayabilmek için gerekli logo, slogan ve sembol gibi öğelerin neler olabileceği ortaya konulacaktır. Bu araştırma kapsamında da ilçeyi en iyi tanıyan ve ilçede yönetiminde söz hakkı olan yerel yönetimlerin yanı sıra sivil toplum kuruluşları ve akademisyenlerin görüşleri ile bu öğelerin saptanması hedeflenmektedir.

Akçakoca'nın markalaşmasına yönelik son yıllarda öne çıkan bazı değerlerinin pazarlama faaliyetleriyle daha bilinir hale getirilmesi ile destinasyona ses getirecek faydalar sağlayacağı düşünülmektedir. Destinasyon markası olarak ele aldığımızda Akçakoca'nın önemli turistik değerleri ve bu değerlere ait özellikler aşağıda kısaca açıklanmaktadır;

**Ceneviz Kalesi:** "Akçakoca'nın simgelerinden biri olan Ceneviz Kalesi, "Ceneviz Ticaret Yolu'nda Akdeniz'den Karadeniz'e Kadar Kale ve Surlu Yerleşimleri" adıyla UNESCO Dünya Miras Geçici listesine adını yazdırmıştır (Akçakoca Belediyesi, 2018). Ceneviz kalesi, çevresi ile birlikte plaj bölgesi de dahil olmak üzere, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür ve Tabiat Varlıkları Yüksek Kurulu tarafından, 31.07.1986 tarihinde 2527 sayılı kararıyla Kültür Varlığı olarak tescil edilerek koruma altına alınmıştır" (Mavi Bayrak Türkiye, 2018).

**Fakıllı Mağarası:** "Fakıllı Mağarası Akçakoca ilçesinin 8 km güney doğusunda Fakıllı Köyünde yer almaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür ve Ta-

biat Varlıkları Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü tarafından 1. Derecede Sit alanı olarak tescillenmiştir. Doğal özellikler taşıyan mağaranın içinde çeşitli yönlere giden galeriler, sarkıt ve dikitler bulunmaktadır. Özellikle mağarada beyaz oda olarak bilinen bölgeler damlataşı yoğun olduğu yerlerdir. Mağaraya yağışlı dönemlerde düden (eriyebilen kayaç) girişler ile önemli oranda su girişi vardır” (Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

**Aktaş Şelalesi:** “Aktaş Köyüne 3 kilometre mesafede bulunan şelale doğası ve çevresindeki zengin bitki örtüsü ile Akçakoca’nın görülmeye değer doğal güzelliklerinden biridir. Aktaş Şelalesi, 50 metre yükseklikten düşen suyun sesi ve etrafını saran yeşillikler arasında trekking, Foto-Safari gibi doğa sporları yapılması için oldukça elverişlidir. Aynı zamanda Akçakoca’da yer alan önemli yürüyüş parkurlarından biridir” (Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

**Akçakoca Merkez Camii:** “Merkez Cami, tek kubbe sistemiyle yapılan camilerin aksine çağdaş mimarisi ile dikkat çekmektedir. Türk ve modern mimari sentezlerinin uygulandığı cami, Türkiye’de bu tarz mimari şekilde inşa edilen tek cami olma özelliğine sahiptir. En belirgin mimari özelliği ise klasik tek çatı sistemi yerine Selçuklu mimarisinde kullanılan sekizgen köşelerin üzerine oturtulmuş Türk Otağ çadırından esinlenilmiş bir çatı sistemine sahip olmasıdır” (Akçakoca Belediyesi, 2018).

**Yukarı Mahalle Tarihi Pazarı:** Akçakoca’yı ziyaret eden misafirlerin uğrak yeri haline gelen yukarı mahalle tarihi pazarı, yöresel ürünlerin ağırlıklı olduğu ve yöresel lezzetlerin başında gelen “Akçakoca Mancarlı Pidesi” ve “Akçakoca Melengücceği Tatlısı” ile ön plana çıkmaktadır. Mahalleli kadınların stantları yöresel tatlardan, el emeği çeyizlik ürünlerden ve Akçakoca’yı anımsatacak hediyelik eşyalardan oluşmaktadır.

**Akçakoca Melengücceği Tatlısı:** “Akçakoca’nın sahip olduğu bu tatlı için Türk Patent ve Marka Kurumu’na 12.09.2017 tarihinde başvurularak 18.12.2017 tarihinde “Akçakoca Melengücceği Tatlısı” olarak tescillenmiştir. Coğrafi işaret başvuruları 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun 40. maddesi gereğince yayımlanmıştır” (Düzce İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2018a).

**Akçakoca Mancarlı Pide:** “Osmanlı Devleti’nin Anadolu’yu topraklarına katmasıyla beraber yerleşik hayata geçen Türkler, bu bereketli topraklarda yetişen yenilebilir otlara “mancar” adını vermişlerdir” (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018). Türk Patent ve Marka Kurumu’na 12.09.2017 tarihinde yapılan başvuru sonucunda Coğrafi İşaret olarak “Akçakoca Mancarlı Pide” 29.12.2017 tarihinde tescillenmiştir” (Düzce İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2018b).

Ayrıca Akçakoca deniz turizmi için gelen misafirlerine oldukça fazla plaj se-

çeneğiyle keyifli bir tatil imkânı sunmaktadır. Destinasyonun bilinen 3 plajı Ceneviz Kale Plajı, Çuhallı Plajı ve Akevler Aile Plajı Mavi Bayrak ödülü almış plajlarındandır.

## YÖNTEM

Araştırma nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Kaynak incelemeleri sonucunda destinasyon markalaşması alanında nitel araştırma sayısının kısıtlı olması, araştırmaya dahil edilen yerel yönetim, işletme yöneticileri ve akademisyen sayısının nitel araştırmaya uygun olması ve araştırmada görüşülen kişilerin bilgi ve düşüncelerine ihtiyaç duyulması araştırmada nitel yöntem kullanılmasında belirleyici olmuştur. Bu nedenler dışında nitel araştırmalarda inandırıcılığın yüksek olması yöntemin tercih edilmesinde en büyük etken olmuştur. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kapsamında, ilgili kişilerin araştırma konusuna yönelik görüşlerini almak için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Elde edilen verilerin incelenmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz kullanılmasında ki amaç, elde edilen verilerin, sistematik ve açık bir biçimde betimlenmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 239- 240).

Görüşmede kullanılan soru formu destinasyon markalaşması alanında yapılan literatür taramasına uygun bir şekilde, 3 uzman görüşü alınarak hazırlanmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2016)'e göre nitel araştırmaların geçerliliği ölçme aracı ile yapılan ölçümün doğru yapılmasıyla ilgilidir. İç geçerlik araştırmacının veri toplama ile başlayıp analiz sürecine kadar ki tüm basamaklarda tutarlı olmasına bağlıdır. Dış geçerlik ise araştırma sonuçlarının genelleyebilmesi ile ilgilidir. Güvenirlik ise, araştırma sonuçlarının tekrar edilebilmesi ile ilgilidir. Araştırmanın birbirinden farklı zamanlarda ve farklı kişiler tarafından yapılmasında aynı ya da benzer sonuçlara ulaşılabilir. Sonuçların inandırıcı olması açısından güvenilirlik önemlidir.

Bu araştırmanın geçerliliğini sağlayabilmek için;

- Araştırmacı tarafından elde edilen veriler detaylı olarak rapor edilmiş ve sonuçlara nasıl ulaşıldığı açıklanmıştır.
- Bulguların birbirleriyle tutarlı olması, anlamlı olması ve bir bütünlük oluşturabilmesi sağlanmıştır.
- Bulguların daha önce belirlenen kavramsal çerçeveye uygunluğu sağlanmıştır.
- Ulaşılan bulgular benzerlik gösteren ortamlarda test edilebilme kolaylığına sahiptir.



- Yapılan bu araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için;
- Araştırmacı, araştırma sürecindeki rolünü açık ifadelerle tanımlamıştır.
- Araştırma yöntemi ve aşamalarını ayrıntılı şekilde ifade etmiştir.
- Verilerin toplanması, işlenmesi, analiz edilmesi, yorumlanması ve sonuçlanması konularında ayrıntılı bilgi verilmiştir.
- Aynı konu üzerinde yapılmış olan benzeri araştırmaların sonuçları sunulmuştur.

Yukarıda ifade edildiği gibi bu araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği için tüm şartlar sağlanarak araştırmanın geçerli ve güvenli bir nitelik taşıması sağlanmıştır. Görüşme formu hazırlandıktan sonra uzman kişiler kontrolünde ön görüşme yapılarak araştırma için geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmıştır.

Bu araştırma kapsamında amaçlı örnekleme yöntemi seçilerek, Akçakoca İlçesinde 2018 yılı içerisinde faaliyette bulunan 3 yıldız ve üzeri 5 adet turizm işletme belgeli konaklama tesislerinden 4'ünün yöneticisine, 12 adet yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinden 9'una, Akçakoca İlçesi yerel yönetim üyelerinden belirlenen 4 katılımcı ve Düzce Üniversitesi Akçakoca Yerleşkesinde görev yapan 6 akademisyen ile görüşme yapılmıştır.

Betimsel analiz tekniğinde verilerin sınıflandırılması ve özetlenmesi ile sonuçlara ulaşılmaktadır. Betimsel analizde ulaşılan veriler daha önceden belirlenmiş temalar altında özetlenerek yorumlanmaktadır. Diğer taraftan veriler araştırma sorularına göre sınıflandırılabilmesi gibi veri toplama aşamalarında elde edilen ön bilgilere bağlı da düzenlenebilmektedir (Altunışık vd., 2017). Bu araştırmada kullanılan betimsel analiz tekniğinde görüşmecilere yöneltilen sorular karşılığında alınan yanıtlar yazıya dökülerek her soru için ayrı ayrı kategorize edilmiştir. Veriler ulaşılmak istenen amaç doğrultusunda kategoriler altında toplanmıştır. Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde yöneltilen 10 soruya yönelik oluşturulan kategoriler betimsel analiz sürecine tabi tutulmuştur.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde yapılan görüşmeler sonucunda, araştırma konusuyla ilgili sorulara yönelik katılımcı görüşlerini içeren araştırma bulgularında öne çıkan kategoriler sunulmuştur.

### **Katılımcıların Akçakoca'yı Algılamalarına ve Tanımlamalarına Yönelik Bulgular**

Tablo 1'de Akçakoca'yı diğer destinasyonlardan ayıran temel özelliklerin belirlenmesine yönelik hazırlanan soru için katılımcıların vermiş oldukları ce-



vapların kategorize edilmiş halini göstermektedir. En fazla katılım gösterilen kategoriler “Doğallığın bozulmamış olması, Karadeniz bölgesinde rahat denize girebilme imkânı ve Ankara, İstanbul ve Bursa’ya yakınlığı” olarak belirlenmiştir.

**Tablo 1:** Marka Konumlandırması

Akçakoca’yı diğer destinasyonlardan ayıran temel özellikler nelerdir?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyen	İşletme Yöneticisi	Yerel Yönetim	Toplam
Ankara, İstanbul ve Bursa’ya yakınlığı	2	3	2	7
Doğallığın bozulmamış olması	3	6	3	12
Karadeniz bölgesinde rahat denize girebilme imkânı	3	4	2	9

Akçakoca metropol şehirlere yakın olması ve aynı zamanda doğal yapısının bozulmamasıyla yakın çevreden yoğun ilgi görmektedir. Yoğun talebin İstanbul ve Ankara illerinden olmasının sebebi her iki şehrin ortasında yer alan bir destinasyon olması avantajıdır. Ulaşılabilirlik konusu ve korunabilen doğal güzellikleri ön plana çıkartılmıştır.

### Katılımcıların Akçakoca’yı Çağrıştıran İfadelere ve Tanınırlığına Dair Bulgular

Tablo 2’de katılımcıların Akçakoca’yı tanımlamalarına yönelik soruya verdikleri cevaplar doğrultusunda belirlenen “Turizm noktası, Batı Karadeniz’in incisi, huzur dolu bir yer, tabiat cenneti” kategorileri yer almaktadır.

**Tablo 2:** Marka Kimliği

Sizde Akçakoca’yı çağrıştıran kelimeler nelerdir? (Renk, duygu, his, sıfat vb.)				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Yeşil ve Mavi	4	6	4	14
Deniz, kum, güneş	2	6	4	12

Akçakoca’da turizm için gelecek vadede çalışmalar yapılırken tabiat zenginliğinin korunmasına önem verilmektedir. Sessiz, sakin zaman geçirmek isteyen misafirler burada bu doyumunu yakalayabilmektedir. Küçük ve şirin bir ilçe olarak anılmasıyla birlikte “Batı Karadeniz’in İncisi” sloganıyla kendinden söz ettirmektedir. Marka kimliği boyutunda bölgenin huzur verici özelliğinin marka kimliği oluşturacak potansiyele sahip olduğuyla ilgili katılımcıların cevaplarını görmek mümkün.

**Tablo 3:** Marka Çağrışımları

Akçakoca'yı kısaca nasıl tanımlarsınız?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Huzur dolu bir yer	2	2	1	5
Turizm Noktası	2	7	4	13
Batı Karadeniz'in İncisi	1	4	1	6
Tabiat Cenneti	1	2	2	5

Tablo 3'te katılımcıların Akçakoca'yı çağrıştıran ifadelerle yönelik soruya verdikleri yanıtlar incelendiğinde "Yeşil ve Mavi", "Deniz-kum-güneş" kategorilerine büyük çoğunluğun katıldığı görülmektedir.

Yeşil alanın çok geniş yer kaplaması ve şehrin görüntüsünde doğanın denizle buluşması ile "yeşil ve mavi" katılımcıların sıklıkla bahsettiği kelimeler olmuştur.

Tablo 4'te katılımcılara Akçakoca'nın başka şehirlerde/ilçelerde konuşulduğu veya tavsiye edildiği hakkında düşüncelerine dair hazırlanan soruya yer verilmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmının "evet, şahit oluyorum" yanıtını verdikleri görülmektedir.

**Tablo 4:** Marka Tavsiyesi

Akçakoca başka şehirlerde/ilçelerde konuşuluyor mudur? Tavsiye ediliyor mudur?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Evet, şahit oluyorum	4	13	4	21

Katılımcılar Akçakoca'nın konuşuluyor olmasını, gelen misafirlerin daha önce destinasyonu ziyaret etmiş misafirlerden duyduklarını söylemelerine bağlamaktadırlar. Ayrıca yakınında yer alan illerde yaşayanlarının sıklıkla tercihleri arası yer alıyor olmasına bağlamaktadırlar.

Sosyal medyada yapılan reklam çalışmalarının Akçakoca'nın tanınması ve bilinirliği açısından büyük etkisi olduğu işletmecilerin dikkatini çekmektedir. Sosyal medyanın etkisinin fark ettikten sonra bu alana ağırlık verdiklerinden söz etmektedirler.

## Katılımcıların Akçakoca'nın Tercih Edilme Nedenlerine ve Tanıtım ve İletişim Faaliyetlerinde Yararlanılan Araçlara Yönelik Bulgular

**Tablo 5:** Akçakoca'nın Tercih Edilme Nedenleri

Bir turist/ziyaretçi burayı tatil yeri olarak seçmek istese size göre en büyük neden ne olurdu?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Temiz Hava	4	2	2	8
Ev Konforunda Tatil	2	4	2	8
Ilıman Deniz İklimi	2	3	3	8
Ulaşım İmkânlarının Kolaylığı	3	5	3	11
Doğa Turizmine Elverişliliği	3	3	2	8

Tablo 5'te Akçakoca'nın tatil yeri olarak seçilmesinde ki etmenlerin neler olabileceğine dair katılımcılara yöneltilen soru ve katılımcıların görüşleri yer almaktadır. Katılımcılar bu etmenlerin en önemlilerini "Ulaşım imkânlarının kolaylığı, temiz hava, ev konforunda tatil, ılıman deniz iklimi ve doğa turizmine elverişliliği" olarak belirtmektedir.

Akçakoca'da hava kirliliğine sebep olacak bir sanayileşmenin yer almamasından dolayı temiz havaya engel teşkil edecek bir durum söz konusu değildir. Dolayısıyla büyük kentlerle sanayileşmenin doğaya verdiği etkiye maruz kalanlar için temiz hava alabilmek için bir tercih sebebidir.

**Tablo 6:** Marka İletişimi Akçakoca'nın Tanıtım ve İletişim Faaliyetlerinde Hangi Kanalları Kullanıyorsunuz?

Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
İnternet, Sosyal Medya	1	9	2	12
Yazılı Basın	1	3	3	7
Ulusal Kanallar	-	5	3	8
Fuarlar ve Tanıtım Günleri	1	2	4	7

Akçakoca'ya ulaşım karayolu ile sağlanabilmektedir. Çevre il ve ilçelerden belirli firmaların seferleri düzenli olarak sağlanmaktadır. Akçakoca-İstanbul arası 252,1 km, Akçakoca-Ankara arası 247,3 km uzaklıktadır. Yaz sezonunun yoğun geçtiği dönemlerde otel ve apart otellerin yetersiz olduğu noktada Akçakoca halkı kendi evlerini de turizm hizmetinde kullanmaya başlamışlardır. Ev sahipleri yaşadıkları evleri yaz dönemleri misafirlerin kullanabileceği uygunluğu sağlayarak hem kendileri hem misafirler için katkı sağlamaktadırlar.

Kolay ve zor dereceli bölgelerden oluşan, akarsu kenarı boyunca yürüyüş parkuru ile doğa ve macera tutkunlarının keyifle ziyaret ettikleri alternatifler arasında yer almaktadır.

Tablo 6’da katılımcılara tanıtım ve iletişim faaliyetlerinde hangi kanalları kullandıkları sorusuna yer verilmiştir. Katılımcıların interneti (sosyal medya), ulusal kanalları, yazılı basını ve fuarlar-tanıtım günlerini destinasyonun tanınması için tercih ettikleri araçlar olarak belirtmişlerdir.

Akçakoca’nın tanıtımı için ağırlıklı olarak sosyal medyadan destek aldıklarını belirten katılımcılar aynı zamanda belirli aralıklarla düzenlenen şehir tanıtım fuarlarına katıldıklarını belirtmişlerdir.

### **Katılımcıların Akçakoca’nın Öne Çıkan Turistik Değerlerine ve Kendine Özgü Lezzetlerine Yönelik Bulgular**

Tablo 7’de katılımcılara yöneltilen Akçakoca’nın öne çıkan turistik değerleri sorusu yer almaktadır. Katılımcı görüşleri çoğunluğa göre sırasıyla “Ceneviz Kalesi, Deniz, Aktaş Şelalesi, Tarihi Camiiler, Fakıllı Mağarası” olarak belirtilmiştir.

**Tablo 7:** Akçakoca’nın Öne Çıkan Turistik Değerleri

Akçakoca’ya ait turistik değerlerden sizce hangisi ön plandadır?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Aktaş Şelalesi	-	6	4	10
Fakıllı Mağarası	1	3	4	8
Ceneviz Kalesi	1	9	3	13
Tarihi Mahalle Pazarı	1	3	4	8
Deniz	2	6	4	12

Akçakoca’nın doğal güzellikleri arasında yer alan Aktaş Şelalesi, Fakıllı Mağarası ve tarihin izlerini taşıyan Ceneviz Kalesi öne çıkan turistik değerleri olarak bilinmektedir.

Tarihi mahalle pazarı Akçakoca’nın eski yerleşim yeri olarak bilinen Yukarı Mahalle’de yer almaktadır. Mahalle sakini kadınların el emeği ürünlerin satışı sunulduğu pazar ziyaretçilerin ilgi odağı haline gelmiştir.

### **Katılımcıların Akçakoca’nın Markalaşmasına ve Destinasyon Kişiliğine Yönelik Bulguları**

**Tablo 8:** Akçakoca’ya Özgü Lezzetler

Akçakoca’nın unutulmayacak lezzetlerinden bahsedebilir misiniz?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Her Çeşit Taze Balık	3	8	3	14
Melengüçceği Tatlısı	3	8	3	14
Mancarlı Pide	3	8	3	14

Tablo 8’de Akçakoca’nın unutulmayacak lezzetlerini değerlendirilmek üzere hazırlanan soruya ve katılımcı yanıtlarına yer verilmiştir. Katılımcıların görüşlerinin yöreye özgü üç lezzette yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu lezzetler sırasıyla “Her çeşit taze balık, Melengüceği tatlısı ve Mancarlı pide” olmuştur.

Akçakoca deniz kenarını bir destinasyon olması avantajıyla her mevsim çeşitli balık seçenekleri sunmaktadır. Balıktan sonra yöresel lezzetler olarak bilinen coğrafi işaretli ürünlerinden Melengüceği Tatlısı ve Mancarlı Pide öne çıkan lezzetler arasındadır.

Tablo 9’da katılımcılara Akçakoca’nın markalaşmasının hangi alanda olacağına yönünde düşünceleri sorusuna yer verilmiştir. Katılımcı görüşlerinden elde edilen kategorilerde “Alternatif turizm türleri” ve “Doğal güzellikleri” ile markalaşabileceği kategorileri ortaya çıkmıştır.

**Tablo 9:** Akçakoca’nın Markalaşmasına Yönelik İfadeler

Akçakoca’nın nasıl bir destinasyon kişiliğine sahip olduğunu düşünüyorsunuz?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Samimi	-	7	2	9
Misafirperver	-	6	4	10

Akçakoca deniz turizminin yanında alternatif turizm türlerine de elverişliliği ile ön plana çıkıyor. Bunlardan doğa yürüyüşleri, eko turizm faaliyetleri, tarihi ve kültürel değerler başta geliyor. Özellikle metropol şehirlere yakınlığı avantajı ile; öncelikle kongre turizmi ve kültür turlarıyla alternatif turizm türlerinin yaşatılma potansiyeli mevcuttur.

Tablo 10’da katılımcılara Akçakoca’nın destinasyon marka kişiliği hakkında düşünceleri sorusuna yer verilmiştir. Katılımcılar Akçakoca’nın “Misafirperver ve Samimi” bir kişilik yansıttığına dair görüşler belirtmişlerdir.

**Tablo 10:** Marka Kişiliği

Akçakoca’nın markalaşmasının hangi alanda olacağını düşünüyorsunuz?				
Katılımcıların Görüşleri	Akademisyenler	İşletme Yöneticileri	Yerel Yönetim	Toplam
Alternatif Turizm Türleriyle	3	10	3	16
Doğal Güzellikleri	3	4	1	8

Katılımcıların düşüncelerine göre Akçakoca’nın destinasyon kişiliği sıcak, samimi ve misafirperver özellikler taşımaktadır. Özellikle sürdürülebilir turizmde yerel halkın turistik faaliyetlerde yer alması hususu ile çelişmeyen yerel halkın misafirperver ve samimi tutumlarının Akçakoca marka kişiliğine de atfedilen bir durum olarak değerlendirilmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Ürün markalaştırmak için başvurulmuş stratejilerden farkı olmayan destinasyon markalaşmasında da yine pazarlama yöntemlerinden beslenilmekte ve pazarlama karmaşasının elemanları doğrultusunda bir yol izlemektedir. Herhangi bir ürünü benzerlerinden ayırt edilecek farklarıyla piyasaya sunmak ve müşterilerle arasında duygusal bağ kurarak tekrar eden satın alma kararını sağlayabilmek firmalar için bir başarıdır. Bir destinasyonu da marka değerine ulaştırabilmek için bölgeye gelen turistlerin duygusal bir bağ kurabileceği şekilde turistik değerlerini ön plana çıkartmak gerekmektedir.

Adan (2013) İzmir iline yönelik yaptığı çalışmada turistlerin destinasyon tercihlerinde gittikçe daha fazla özellikli, gerçeğe uygun ve bozulmamış yerler seçmeleri ve bu özelliklerin destinasyonların ayırıcı nitelikleri içinde yer almasının önem arz ettiğini vurgulamıştır. Benzer yönden çalışmada da katılımcıların Akçakoca'nın diğer destinasyonlardan ayrılan temel özelliklerinin başında doğallığın bozulmamış olmasının geldiği belirlenmiştir. Ayrıca Karadeniz bölgesinde rahat denize girebilme imkânı ve Ankara, İstanbul, Bursa'ya olan yakınlığı diğer öne çıkan özellikleridir.

Çiçek ve Pala (2017) yılında yaptığı çalışmada Mersin-Tarsus ilinin markalaşması üzerine; kentin genel olarak durumunun belirlenmesiyle birlikte, elde edilen veriler ışığında, Tarsus'un destinasyon markası haline gelebilmesi için neler yapılması gerektiği incelenmiştir. Tarsus ilinin tanıtım eksikliğinden bahsedilmiştir Tarsus'un öncelikle destinasyon pazarlama iletişimi kapsamında bir logoya veya sembole ihtiyacı olduğu vurgulanmıştır. Bu amaçla, 2011 yılının Mart ayında bir logo yarışması düzenlenmiş ([www.haberler.com](http://www.haberler.com)), ancak seçilen bir logo olmamıştır. Ayrıca, Tarsus'ta bulunan fikir ve kanaat önderleri logo konusunda tam anlamıyla bir fikir birliğinden söz edilemediğinden bahsedilmiştir. Yazarların bu çalışmasında da logo, sembol ve tanıtım faaliyetlerinin önemi üzerinde durulmuştur.

Akçakoca destinasyonunun markalaşması sürecinde Akçakoca'ya yönelik marka algısı önem arz etmektedir. Araştırmada görüşlerini bildiren katılımcıların genel olarak Akçakoca'yı bir turizm noktası olarak belirtmeleri Akçakoca'nın markalaşma sürecinde marka algısı olarak değerlendirilmektedir. Akçakoca destinasyonuna yönelik marka algısı oluşturmada yeşil ve mavinin, deniz-kum-güneş turizminin diğer önemli faktörler olduğu sonucuna varılmıştır.

Destinasyon markalaşmasında her destinasyonun kendine özgü doğal ve kültürel değerleri ön plana çıkarılmaktadır. Ziyaretçiler bir destinasyonu görüp deneyimlemeden önce gideceği destinasyona ait turistik değerler hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Akçakoca destinasyonunun markalaşması sürecinde

marka değeri oluşturabilecek unsurlar başta Ceneviz Kalesi olmak üzere deniz, tarihi camiler, Aktaş Şelalesi, Fakıllı Mağarası ve Tarihi Mahalle Pazarı olarak araştırma kapsamında belirlenmiştir.

Aslan ve diğerleri (2014), Nevşehir örneğiyle yapmış oldukları çalışmada turistik destinasyonlarda sunulan yöresel yiyeceklerin, o destinasyonları farklılaştırmada önemli bir rol oynadıklarını ve bu yönüyle gelişmiş bir destinasyonun ulusal bir markaya dahi dönüşebileceğini belirtmişlerdir. Akçakoca ilçesinin yöresel lezzetleri ve zengin mutfağıyla gastronomi turizmine elverişli bir turistik destinasyon olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda gastronomi turizmi ise Akçakoca destinasyonunun markalaşması için önemli bir unsur olarak değerlendirilebilmektedir. Gastronomi turizminde ele alınabilecek marka tescilleri alınmış olan Melengüceği tatlısı ve Akçakoca Mancarlı pidesi araştırma kapsamında en çok söz edilen lezzetler olarak dikkat çekmektedir. Her çeşit taze balık yeme imkânı ise Akçakoca'nın diğer öne çıkan lezzetlerinden olmuştur. Akçakoca sahip olduğu bu lezzetler ile marka destinasyon olma yolunda gastronomi turizmi faaliyetlerinden fayda sağlayabilmesi mümkün olmaktadır.

Marka imajı oluşturma aşamasında tanıtım ve iletişim faaliyetlerine ağırlık verilerek başarı sağlanabilmektedir. Katılımcıların görüşleri incelendiğinde işletme yöneticilerinin Akçakoca'nın marka imajında internet, sosyal medya kullanılarak etkili olduğu sonucuna varılırken yerel yönetim ise yazılı basın, ulusal basın, fuarlar ve tanıtım günleri aracılığıyla katkı sağlamaktadır.

Katılımcı görüşleri doğrultusunda Akçakoca ilçesinin misafirperver, samimi, heyecanlı, sakin ve doğal kişilik özelliklerine sahip olduğu belirlenmiştir. Bu kişilik özellikleri Akçakoca'nın potansiyel turistleri ve gelebilecek turistlerin düşüncelerinde etkili olabilmektedir. Marka kişiliği özellikleri insanların destinasyon seçimi kararlarını olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir. Akçakoca'nın destinasyon kişilik özellikleri göz önünde bulundurulduğunda bu seçimler üzerinde olumlu etki oluşturabileceği söylenebilir.

Sonuç olarak incelediğimizde Akçakoca doğası, denizi, kültürü, mutfağı, konumu ve turizm tesislerinin yeterliliği ile bir turizm destinasyonu olarak değerlendirilebilmektedir. Marka olabilmek için en önemli unsur farklı yönlerin varlığıdır. Akçakoca'nın yöresel kültür ve eşsiz doğal güzellikleri ile farklı oluşunun marka olmasında etkili olacağı görülmüştür. Aynı zamanda Pekyaman (2008) Afyonkarahisar üzerine yaptığı çalışmada, bu tür çalışmalar sayesinde illerin, yörelerin, bölgelerin ve nihayetinde ülkelerin daha iyi tanınacağını, imaj ve markalaştırma çabalarının yaşam standartlarının da yükselmesine katkıda bulunacağını ve böylece yerel halkın ve çalışanların da daha kaliteli yaşam olanaklarına kavuşacağını savunmuştur.



Araştırma sonuçlarına ilişkin yukarıda yapılan değerlendirmelere bağlı olarak araştırmacılara, sektöre ve kamu kurumlarına önerilerde bulunulmuştur;

### **Araştırmacılara Yönelik Öneriler;**

- Araştırma konusu nicel ve nitel yöntemler kullanılarak destinasyonlar üzerinde uygulanabilmektedir.
- Büyük ve gelişmiş destinasyonlarda bu konuya hâkim kişilere ve konu üzerine çalışmalara başvurulmalıdır.

### **Sektöre Yönelik Öneriler;**

- Akçakoca'da faaliyette bulunan işletmeler reklamlarını daha geniş kesimlere sunarak Akçakoca'yı tanıtmaya da katkı sağlamalıdır.
- Sosyal medya kullanırken oluşturulan tanıtım sayfalarında içerik olarak kısa da olsa Akçakoca'ya ait bilgilere yer verilmelidir.
- Yerel yönetimle bir araya gelerek ortak çalışmalar gerçekleştirilmeli ve bütünlük sağlanmalıdır.

### **Kamu Kurumlarına Öneriler;**

- Alt yapı-üst yapı sorunlarına yönelik çalışmalara ağırlık verilmelidir.
- Ulusal basın, fuarlar ve tanıtım faaliyetlerine ek olarak acentelerle görüşülebilir.
- Bölgede turistlerle birebir iletişim halinde olan sektör çalışanları ile bir araya gelerek fikirleri alınabilir.
- Yerel yönetim pazarlama alanında uzman kişilerden yardım alınmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Adan, Ö. (2013). Turizmde Marka Kişiliğinin Turistik Destinasyona Uygulanması: İzmir İline Yönelik Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı.
- Altunışık, R., Coşkun, R., ve Yıldırım, E. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. *Sakarya Kitabevi, Adapazarı*.
- Akçakoca Belediyesi. (2018). *Ceneviz Kalesi*. <http://www.akcakoca.bel.tr/turizm/gezilecek-yer/ceneviz-kalesi/> adresinden alındı
- Akçakoca Belediyesi. (2018). *Merkez Camii*. <http://www.akcakoca.bel.tr/turizm/gezilecek-yer/akcakoca-merkez-camii/> adresinden alındı
- Aslan, F. (2014). Şehir Pazarlaması: Kars İli Örneği. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ürün Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı.
- Aslan, Z., Güneren, E., & Çoban, G. (2015). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2/4 , 3-13.
- Aydın, G. (2009). Tüketici Temelli Marka Değerinin Firmaların Finansal Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye’de Bir Çalışma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İşletme Mühendisliği Ana Bilim Dalı.
- Çiçek E. ve Pala U.,(2017). Destinasyon Markalaşması Üzerine Bir Araştırma: Tarsus Örneği, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), Aralık
- Çoroğlu, C. (2002). *Modern İşletmelerde Pazarlama ve Satış Yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (Nisan 2018). 15 Nisan 2019 tarihinde <http://www.duzcekulturturizm.gov.tr> adresinden erişildi.
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (Nisan 2018). Aktaş Şelalesi. 15 Nisan 2019 tarihinde <http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/sayfa.asp?id=86> adresinden erişildi
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (Nisan 2018). Fakıllı Mağarası. 15 Nisan 2019 tarihinde [http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/rehberdetay-21-fakilli\\_magarasi.html](http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/rehberdetay-21-fakilli_magarasi.html) adresinden erişildi.

- Düzce İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. (Nisan 2018a). Coğrafi İşaretler. 15 Nisan 2019 tarihinde <https://duzce.tarim.gov.tr/Haber/648/Cografi-Isaret-Tescil-Belgeleri-Torenle-Il-Mudurlugumuze-Takdim-Edildi> adresinden erişildi.
- Düzce İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. (Nisan 2018b). Coğrafi İşaretler. 15 Nisan 2019 tarihinde <https://duzce.tarim.gov.tr/Haber/648/Cografi-Isaret-Tescil-Belgeleri-Torenle-Il-Mudurlugumuze-Takdim-Edildi> adresinden erişildi.
- Ertuğral, S. M., ve Demirkol, Ş. (2007). Turistik Ürün Talebinde Markalaşma ve Önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi* (2), 61-70.
- Gemci, R., Gülşen, G., ve Kabasakal, F. M. (2009). Markalar ve Markalaşma Şartları. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi* 14(1), 105-114.
- Güngör, İ., Ateşoğlu, İ., ve Doğanlı, B. (2008). Destinasyon Markalaşması ve Bir Uygulama. (s. 17-19). III.Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi.
- Günlü, E., ve İçöz, O. (2004). *Turizmde Bölgesel Marka İmajı Yaratılması Ve Turizm İstasyonları İçin Markanın Önemi (Turizm İlkeler ve Yönetim)*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Işık, M., ve Erdem, A. (2015). *Nasıl Marka Şehir Olunur?* Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (Mayıs 2014). Turizmde Markalaşma ve Tanıtım Stratejisi. 15 Nisan 2019 tarihinde <http://www.tanitma.gov.tr/Eklenti/39726,bulten-2-2014.pdf?0> adresinden erişildi.
- Mavi Bayrak Türkiye. (Mayıs 2018). Ceneviz Kalesi. 15 Nisan 2019 tarihinde [http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajDetay.aspx?plaj\\_refno=1020](http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajDetay.aspx?plaj_refno=1020) adresinden erişildi.
- Odabaşı, Y., ve Oyman, M. (2012). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Özdemir, G. (2008). Destinasyon Pazarlaması, Detay Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara, (s 175).
- Page, S. (2015). *Urban Tourism*, . Routledge, London and New York.
- Pekyaman, A. (2008). Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

- Rainisto, S. K. (2003). Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and The United States. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Finlandiya: Helsinki Teknoloji Üniversitesi, Strateji ve Uluslararası İşletme Enstitüsü.
- Tandoğan Karakaş, G. (2009). Otel Markalarının Konumlandırılmasında Sosyal Sorumluluk Sampanyalarının Etkisi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tosun, C., & Jenkins, C. L. (1996). Regional Planning Approaches To Tourism Development: The Case Of Turkey. *Tourism Management* 17(7), 519-531.
- Yıldırım, A., ve Şimşek , H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.



# OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN ATILGANLIK DÜZEYLERİ VE PROBLEM ÇÖZME BECERİLERİNİN İNCELENMESİ\*

## Analyzing Assertiveness Levels and Problem Solving Skills of Employees in Hotel Business

Gönderim Tarihi / Received: 14.04.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 24.08.2020

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.719973>

S. Banu YILDIZ\*\*1  
İrem GÖKALP<sup>2</sup>

**ÖZ:** Otel işletmelerinde çalışanlar, misafirlerin isteklerini en iyi şekilde yerine getirmek, onların problemlerini çözebilmek ve işletmeden memnun ayrılmalarını sağlamakla görevlidir. Bu nedenle çalışanların, duygu ve düşüncelerini doğru bir şekilde ifade etmeleri, uygun davranış şeklini benimsemeleri ve sorunlar karşısında çözüm yolları sunmaları, otel işletmeleri açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada, otel çalışanlarının atılğanlık düzeyleri ve problem çözme becerilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Veriler anket tekniği ile toplanmış ve Bodrum'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan işgörenler örnekleme dâhil edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programında frekans dağılımı, t-testi, ANOVA ve korelasyon analizi yapılarak değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda otel çalışanlarının atılğanlık düzeyleri ve problem çözme becerileri arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu ve atılğan olan çalışanların problemlerini daha iyi çözdükleri sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Atılğanlık, Problem, Problem Çözme, Otel İşletmeleri Çalışanları.

**ABSTRACT:** Employees of the hotel business are employed to handle the requests of the guests in the best way, to solve their problems and to ensure that they leave the hotel with pleasure. It is important for hotel businesses that the employees present their feelings and

\* Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi S. Banu Yıldız danışmanlığında İrem Gökalp tarafından 2019 tarihinde tamamlanan "Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Atılğanlık Düzeyleri ve Problem Çözme Becerilerinin İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiş ve Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projeleri tarafından BAP 2017/015 kodlu proje ile desteklenmiştir. Çalışmanın 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılarak yapılmasından dolayı, geriye dönük etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

\*\* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi/ Turizm Fakültesi/ Rekreasyon Yönetimi Bölümü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, banugulec23@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-9937-6555>

<sup>2</sup> Bilim Uzmanı, Balıkesir Üniversitesi/ Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, gokalpirem@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3901-5982>

thoughts correctly, adopt appropriate behaviour and provide solutions in case of problems. The aim of this study was to determine the level assertiveness and problem solving skills of the hotel employees. The data was collected via survey and four and five stars hotel employees in Bodrum were included in the sample. Data obtained were evaluated through the frequency analysis in SPSS, t- test, ANOVA and correlation analysis. As a result of the research, there were significant statistical difference between assertiveness levels and problem solving skills of hotel employees and who assertive solved their problem better than other.

**Keywords:** Assertiveness, Problem, Problem Solving, Hotel Businesses Employees.

## GİRİŞ

Bireylerin duygusal, sosyal ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılama zorunluluğu kişilerin davranışlarının temelini oluşturmaktadır. Kişiler bu ihtiyaçlarını çevresindekiler ile etkileşime girerek karşılar ve farklı davranış biçimleriyle duygu, arzu ve ilgilerini belirtirler. Bazı kişiler çevresine karşı saldırgan davranış gösterirken bazı kişiler ise çekingen davranış gösterirler (Voltan, 1980: 23). Saldırganlık, kişinin kendi haklarını, başkalarının haklarına zarar vererek korumasıdır. Çekingenlik ise kişinin isteklerine ulaşmakta ve ihtiyaçlarını karşılamakta zorluk çekmesidir. Yani kendi haklarını koruyamaması ve hakları çiğnendiğinde cevap verememesidir (Altınmakas, 2010: 4). Saldırganlık ve çekingenlik kavramları gibi atılganlık kavramı da bir davranış şeklidir. Atılganlık; kişinin ilişkilerinde eşitliği koruyarak, gereksiz endişelerden kurtularak, kendisini savunabilmesi, duygularını ve düşüncelerini açıkça ifade edebilmesi ve başkalarının haklarına zarar vermeden kendi haklarını kullanabilmesidir (Alberti ve Emmons, 1990/2002: 6). Atılganlık; iletişim ve karar verme becerisi, özgüven ve başkalarının saygısını kazanma gibi kişilere bazı özellikler kazandırmaktadır (Altınmakas, 2010: 5). Atılgan davranışın bazı unsurları vardır. Bunlar; göz teması, vücut duruşu, yüz ifadesi, ses tonu ve beden dili gibi öğelerdir. Kişi kendisini sözel olmayan ifadelerle yani duruşu ve beden diliyle tanıtırken, karşı tarafın algılarında etki bırakır (Bozboğa, 2009: 8). Otel işletmelerinde çalışanlar ise misafirlerin olumsuz davranışlarının karşısında onları memnun etmek zorunda olmaları, yoğun iş temposu, çalışma şartları vb. durumlardan dolayı davranış biçimlerine dikkat etmek zorundadırlar. Bu sebeple çalışanların, kendilerini doğru bir şekilde ifade etmeleri konusunda atılganlık kavramı önemli bir rol oynamaktadır. İşyerinde isteklerini, duygu ve düşüncelerini çekinmeden, öfkelenmeden, rahatça ifade edebilen bir çalışan daha huzurlu ve mutlu olur. Atılganlık ile birlikte ele alınan problem kavramı ise Türk Dil Kurumu'nda; "araştırılıp öğrenilmesi, düşünülüp çözümlenmesi, bir sonuca bağlanması gereken durum, mesele, sorun" olarak tanımlanmış-



tır (Türk Dil Kurumu, 2005: 1626). Günlük hayatta bazı güçlükler, problemler ve engeller ile karşılaşılır. Bu durumların aşılması için ise çözüm yolları denir. Problem, birden çözüm yolu bulunamayan bir durum iken çözüm ise değişik düşünceler ya da olası seçenekler arasından karar vermektir (Korkut, 2002: 177). Turizm açısından ise problem; misafir isteklerinin ve ihtiyaçlarının karşılanmadığı zamanlarda ortaya çıkan ve bir sonuca ulaşması gerekli durumlardır. Otel işletmeleri insan odaklı işletmeler olduğundan dolayı (Olalı ve Timur, 1988: 135; Kozak vd., 2000: 12; İçöz vd., 2009: 40; Hacıoğlu, 2013: 14) sorun çıkma düzeyi oldukça yüksektir. Turizm sektöründe çalışanların, misafirlere karşı tutumu, davranış biçimi, onların problemlerini çözebilme yeteneği oldukça önem arz etmektedir. Çalışanların davranış biçimlerine göre otelin saygınlığı da artmaktadır. Dolayısıyla atılgan davranış sergileyen bir otel çalışanın, problem çözme becerisine etkisi nasıldır sorusu akla gelmektedir. Bu bilgilerden hareketle araştırmanın amacı; Bodrum'daki otel işletmelerinde çalışanların atılganlık düzeyleri ve problem çözme becerilerinin, demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği ve atılganlık düzeylerinin, problem çözme becerisi üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu çalışmada öncelikle literatür taraması yapılmış kullanılan yöntem çerçevesinde bulgular elde edilmiş, elde edilen bulgular doğrultusunda sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

## LİTERATÜR

İngilizcesi "assertiveness" olan atılganlık kavramını Türkçe literatürde; Voltan (1980) atılganlık, Davaslıgil vd. (1998) kendini etkili bir şekilde ifade edebilme, Buzlu (1999) girişkenlik, Korkut (2003) ise etkili davranış sergileyebilme olarak kullanmıştır. Atılganlık; bireyin onuruna, öz değerlerine ve haklarına sahip çıkması, düşünce ve duygularını şiddete başvurmadan etkin bir şekilde ifade etmesidir (Özcan, 2006: 231).

Atılgan davranan kişiler, kendi haklarını savunurken, karşısındakinin de duygular ve düşüncelerini dikkate alır (Kasatura, 1998: 194), başkalarının haklarına saygı duyar, sözel ve sözel olmayan ifadeleri (göz kontağı, vücut duruşu, jest, mimik, el ve vücut hareketleri, dinleme) etkin bir şekilde kullanır. Atılgan bir davranışta, kimse üzülmaz, kırılmaz ve her iki taraf da kendini ifade ederek hedefine ulaşır (Alberti ve Emmons, 1990/2002: 57). Atılganlığın özellikle kişilerarası iletişimin niteliğinin artırılmasında önemli olduğu görülmektedir. Bu nedenle birçok boyutta incelenmiştir ve yapılan incelemeler sonucunda atılganlığın doğuştan olmadığı sonradan geliştirilebileceği tespit edilmiştir (Alberti ve Emmons, 1990/2002: 63; Güneş vd., 2014: 457).

İnsan yaşamı boyunca birçok problemle karşılaşır. Problem; bireyin erişmek istediği hedefe ket vuran engellerin ortaya çıkmasıdır (Cüceloğlu, 2017: 219).

Problem çözme ise bu engellerin üstesinden gelme sürecidir. Bu süreç, güçlükleri azaltarak çıkar yol bulmanın ve denge sağlamanın yöntemlerini arar (Sungur, 1997: 127). Problem çözme bir zaman, gayret, dinamiklik ve süreklilik işidir. Problem çözme aynı zamanda bireyin, gereksinim, amaç, inanç, değer, yetenek ve tutumları ile beraber zekâ, duygu, hareket gibi unsurları da bir arada tutmasından dolayı çok yönlüdür (Oğuzkan, 1985: 127). Problem çözme becerine sahip bireyler; problemlere karşı önceden hazırlıklı olurlar, yaratıcı çözümlerle seçenekleri zorlarlar. Böylece problem çözme becerisi, bireylerin özgüvenli olmasına, problemlerle başa çıkabilmesine ve hemen bir çözüm yolu üretebilmesine olanak sağlamaktadır (Küçükahmet, 2000: 2). Problem çözme becerisi toplumda her bireyin az veya çok sahip olduğu bir beceri olmasına rağmen, özellikle hizmet sektöründe çalışan bireylerde olması gereken bir beceridir (Berkant ve Eren, 2013: 1023).

Literatür incelendiğinde; farklı meslek gruplarına yönelik hem atılganlık (Van-gaasbeek, 1980; Aydın, 1991; Kilkus, 1993; Feingold, 1994; Ayaz, 2002; Bal, 2003; Eskin, 2003; Timuçin, 2005; Kaplanoğlu, 2006; Çoban, 2018) hem de problem çözme ölçeğinin (Şahin vd., 1993; Ulupınar, 1997; D'Zurilla vd, 2003; Yurttaş ve Yetkin, 2003; Altıntoprak, 2004; Bahar, 2006; Hong, 2006) ayrı ayrı uygulandı-ğı çalışmalar görülmektedir. Her iki ölçeğin birlikte incelendiği sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Örneğin, Bozboğa (2009) tarafından yapılan çalışmada, ebelerin, atılganlık düzeyleri ile problem çözme becerileri arasındaki ilişki incelenmiştir. Sonuç olarak Rathus Atılganlık Envanteri ile Problem Çözme Ölçeği arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Güneş vd. (2014) atılganlık eğitiminin üniversite öğrencilerinin kişilerarası problem çözme ve algılanan sosyal destek üzerine etkilerini incelemişler. Alınan atılganlık eğitiminin öğrencilerin atılganlık ve problem çözme üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yapılan literatür taraması sonucunda otel işletmelerinde çalışanlara yönelik atılganlık ve problem çözme becerilerini birlikte inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın literatüre ve turizm sektörüne katkıda bulunacağı öngörülmektedir.

## YÖNTEM

Otel işletmelerinde çalışanların atılganlık düzeyleri ve problem çözme becerileri ile alt boyutları arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçlayan bu araştırmanın modeli ilişkişel tarama modeli olarak belirlenmiştir. İki ya da daha fazla değişkenin arasında olan ilişkinin derecesini ve varlığını belirlemek amacıyla kullanılan araştırma modeli ilişkişel tarama modelidir (Karasar, 1994: 81).

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmakta; birinci bölümde otel işletmelerinde çalışanların atılganlık dü-

zeylerini belirlemeye ilişkin, Rathus Atılmalık Envanteri (RAE) kullanılmıştır. RAE, 1973 yılında Rathus tarafından geliştirilmiş 30 maddeden oluşan bir ölçek olup, alınan toplam puanlar -90 ile +90 aralığında değişmektedir. Her maddede 6'lı likert tipinde seçenek bulunmakta ve seçenekler -3 ile +3 arasında puan almaktadır (-3 bana hiç uymuyor, -2 bana oldukça uymuyor, -1 bana pek uymuyor, +1 bana biraz uyuyor, +2 bana oldukça uyuyor, +3 bana çok iyi uyuyor). Ölçekten alınan puana göre, çekingenliğe yaklaşan değer -90'a, atılmalığa yaklaşan değer +90'a ulaşmaktadır. Envanterin güvenilirlik ve geçerlik çalışması Voltan tarafından yapılmıştır. Güvenirlik katsayısı  $r=0.92$  olarak geçerlik katsayısı da  $r=0.77$  olarak bulunmuştur (Voltan,1980: 23).

İkinci bölümde çalışanların problem çözme becerilerini belirlemek amacıyla problem çözme ölçeği (PÇÖ) kullanılmıştır. PÇÖ Heppner ve Peterson (1982) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek Şahin vd. (1993) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Envanteri Türkçe'ye uyarlayan Şahin vd. (1993) tarafından yapılan çalışmalarda PÇÖ'nin Alfa güvenilirlik katsayısı 0.88, iki yarı güvenilirlik katsayısı  $r=0.81$  olarak bulunmuştur. Ölçek 6 puanlı likert tipinde 35 maddeden oluşur. 1 "tamamen katılmayı" 6 ise "tamamen katılmamayı" gösterir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 32, en yüksek puan ise 192'dir. Puanlamada düşük puanlar problemleri çözmede etkililiği, yüksek puanlar ise problemler karşısında etkili çözümler bulamamayı göstermektedir (Taylan, 1990). Ölçeğin üç alt boyutu vardır. Bunlar; kişinin yeni problemleri çözme yeteneğine olan inancını ifade eden problem çözme yeteneğine olan güven boyutu, ileride oluşabilecek sorunlar için alternatif çözümler üretebilmeyi ifade eden yaklaşma-kaçınma boyutu ve kişilerin sorunlu durumlar karşısında kontrolünü devam ettirme yeteneğini belirten kişisel kontrol boyutudur (Taylan, 1990: 39). Üçüncü bölümde ise demografik özelliklere (cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim durumu vb.) ilişkin sorular bulunmaktadır.

Bu çalışmanın evrenini, Bodrum'daki otel işletmelerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Bodrum'da yer alan araştırmayı kabul eden 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerindeki çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışma 2017 yılı Haziran ve 2018 yılı Şubat ayları arasında, otel işletmelerindeki çalışanlara anket formu verilerek uygulanmıştır. Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün verilerine göre; Bodrum'da 4 ve 5 yıldızlı otel sayısı toplam 66'dır (muğlakulturturizm.gov.tr, 2018). Bu işletmelerde çalışan sayısının Türkiye Otelciler Federasyonu Turizm Raporu'nda yer alan veriler kullanılarak yaklaşık on bin olduğu tespit edilmiştir (TÜROFED, 2010: 9). Evren büyüklüğü on bin ve üzeri olduğunda örneklem olarak kabul edilen eşik 0,05 anlamlılık düzeyinde 370'dir (Sekaran, 1992: 253; Yazıcıoğlu, 2004: 50; Altunışık vd., 2015: 137). Araştırmada sağlıklı veri elde edilen anket sayısı 400'dür. Anket yoluyla

elde edilen verilerin analizi için SPSS 23.0 paket programı kullanılmıştır. Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans analizi yapılmıştır. Daha sonra atılganlık envanteri ve problem çözme ölçeği ile alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. Bir sonraki aşamada, araştırmadan elde edilen verilerin, normal dağılım gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla ifadelerin çarpıklık basıklık katsayılarına bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık katsayıları -1 ve +1 aralığında değerler alması ve dolayısıyla veriler normal dağılım gösterdiğinden parametrik testlerden faydalanılmıştır. Son olarak değişkenler arasında farklılık olup olmadığını belirleyebilmek için bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi, ölçekler arasında ilişkinin olup olmadığının tespiti için ise pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

## BULGULAR

### Araştırmaya Katılan Çalışanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan 400 çalışana ait demografik bilgilerin dağılımları Tablo 1'de yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların, % 58, 5'nin erkek, %46, 8'nin 26-35 yaş aralığında, %57,8'nin bekar, %59'nun 1401- 2500 tl aylık geliri olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna bakıldığında katılımcıların %56,8'nin turizm eğitimi aldıklarını ve özellikle lisans ile lise düzeyinde turizm eğitimi aldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların işletmede ve sektörde çalışma süresinin çoğunlukla 1-5 yıl arasında olduğu ve daimi personelin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

**Tablo 1:** Araştırmaya Katılan Çalışanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

<i>Demografik Özellikler</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	
Cinsiyet	Kadın	166	41,5
	Erkek	234	58,5
	Toplam	400	100,0
Yaş	18-25	108	27,0
	26-35	187	46,8
	36-45	105	26,3
	Toplam	400	100,0
Medeni Durum	Evli	169	42,3
	Bekâr	231	57,8
	Toplam	400	100,0
Gelir	1401-2500 TL arası	236	59
	2501-3500 TL arası	98	24,5
	3501-4500 TL arası	66	16,5
	Toplam	400	100,0
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	48	12,0
	Lise	146	36,5
	Ön Lisans	55	13,8
	Lisans	151	37,8
Turizm Eğitimi Alma Durumu	Toplam	400	100,0
	Evet	227	56,80
	Hayır	173	43,3
	Toplam	400	100,0
Turizm Eğitim Düzeyi	Lise	90	22,5
	Ön Lisans	37	9,3
	Lisans	100	25,0
	Turizm Eğitimi Almayanlar	173	43,3
	Toplam	400	100,0
İşletmedeki Çalışma Süresi	1 yıldan az	121	30,3
	1-5 yıl	194	48,5
	6-10 yıl	85	21,3
	Toplam	400	100,0
Sektördeki Çalışma Süresi	1 yıldan az	52	13,0
	1-5 yıl	153	38,3
	6-10 yıl	109	27,3
	11-15 yıl	86	21,5
	Toplam	400	100,0
İşletmedeki Statü	Daimi Personel	282	70,5
	Sezonluk Personel	118	29,5
	Toplam	400	100,0

**Tablo 1 (Devamı):** Araştırmaya Katılan Çalışanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Özellikler	N	%
Ön Büro	67	16,8
Yiyecek ve İçecek (Servis)	91	22,8
Kat Hizmetleri	60	15,0
Mutfak	56	14,0
Destekleyici ve Kurmay Birimler	126	31,50
Toplam	400	100,0

**Atılgnlık Envanteri ve Problem Çözme Ölçeği İle Alt Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri**

Atılgnlık envanteri ve problem çözme ölçeği ile alt boyutlarının; skorları, ölçek yönergelerine göre hesaplanmış olup bu ölçeklere ilişkin minimum - maksimum, puan ortalamaları, standart sapma ve Cronbach's Alpha değerleri Tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 2:** Atılgnlık Envanteri ve Problem Çözme Ölçeği İle Alt Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	N	Min.	Max.	Puan Ort.	S.S.	Cronbach's Alpha
Atılgnlık Envanteri	400	-66	90	25,69	30,02	0,959
Problem Çözme Becerileri	400	32	170	88,86	28,90	0,956
Problem Çözme Yeteneğine Güven	400	11	59	29,33	10,68	0,919
Yaklaşma- Kaçınma	400	18	90	44,16	16,42	0,938
Kişisel Kontrol	400	7	24	15,37	3,60	0,726

Tablo 2'ye göre Atılgnlık envanterinin puan ortalaması 25,69, problem çözme becerilerinin puan ortalaması ise 88,86 olduğu tespit edilmiştir. Atılgnlık envanteri ve problem çözme ölçeği ile alt boyutlarının güvenilirlik analizi sonuçlarına bakıldığında, Cronbach's Alpha değerlerinin oldukça yüksek olduğu dolayısıyla ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu görülmektedir (Ural ve Kılıç, 2005: 258).

**Bağımsız Örneklem t Testi Analizi ve Sonuçları**

Araştırmaya katılan otel işletmelerindeki çalışanlara uygulanan ölçeklerin, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespiti için yapılan t testi sonuçları Tablo 3' te yer almaktadır.

**Tablo 3:** Çalışanların Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	T	p
Atılgnlık Envanteri	Kadın	166	29,96	40,45	1,806	0,72
	Erkek	234	22,65	39,52		
Problem Çözme Becerileri	Kadın	166	85,34	28,81	-2,056	0,040*
	Erkek	234	91,35	28,76		
Problem Çözme Yeteneğine Güven	Kadın	166	28,43	10,29	-1,405	0,161
	Erkek	234	29,96	10,93		
Yaklaşma-Kaçınma	Kadın	166	41,78	16,76	-2,450	0,015*
	Erkek	234	45,84	15,99		
Kişisel Kontrol	Kadın	166	15,12	3,65	-1,168	0,243
	Erkek	234	15,54	3,55		

\*p<0,05

Tablo 3'teki bağımsız örneklem t testi sonucunda atılgnlık envanteri cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ). Problem çözme becerileri ( $p<0,05$ ) ile alt boyutlarından yaklaşma-kaçınma ( $p<0,05$ ), cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken; problem çözme yeteneğine güven ( $p>0,05$ ) ve kişisel kontrol ( $p>0,05$ ) boyutları cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Sonuçlar incelendiğinde, problem çözme becerileri ölçeğine göre kadınların erkeklere kıyasla problem çözme beceri düzeylerinin daha iyi olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde alternatif çözümler üretebilmeyi ifade eden yaklaşma- kaçınma boyutunu, kadınların erkeklere kıyasla kullanma düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Araştırmada, medeni durum değişkenine ilişkin bağımsız örneklem t testi analizi yapılmış olup anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). Katılımcılara uygulanan ölçeklerin, turizm eğitimi alma durumuna göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4:** Çalışanların Turizm Eğitimi Alma Durumu Değişkenine İlişkin t Testi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	T	P
Atılgnlık Envanteri	Evet	225	31,59	39,76	3,389	0,001*
	hayır	175	18,09	39,18		
Problem Çözme Becerileri	Evet	225	86,39	28,96	-1,946	0,052
	Hayır	175	92,04	28,58		
Problem Çözme Yeteneğine Güven	Evet	225	28,36	10,83	-2,057	0,040*
	Hayır	175	30,57	10,39		
Yaklaşma-Kaçınma	Evet	225	42,92	16,58	-1,720	0,086
	Hayır	175	45,76	16,11		
Kişisel Kontrol	Evet	225	15,10	3,54	-1,662	0,097
	Hayır	175	15,70	3,65		

\*p<0,05



Tablo 4'teki bağımsız örneklem t testi analizinin sonucunda atılgnlık envanteri turizm eğitimi alma durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Problem çözme becerileri ( $p>0,05$ ) ile alt boyutlarından yaklaşma-kaçınma ( $p>0,05$ ) ve kişisel kontrol ( $p>0,05$ ) anlamlı düzeyde farklılık göstermezken, problem çözme yeteneğine güven boyutu ( $p<0,05$ ) anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Sonuçlar incelendiğinde; Çalışanlardan turizm eğitimi alanların, turizm eğitimi almayanlara kıyasla atılgnlık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Problem çözme yeteneğine güven boyutu; turizm eğitimi alanların, turizm eğitimi almayanlara kıyasla kullanma düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çalışanların işletmede çalışma statüsü değişkenine ilişkin bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 5'de yer almaktadır. Bağımsız örneklem t testi analizinin sonucunda atılgnlık envanteri, çalışanların işletmede çalışma statüsüne göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Benzer şekilde problem çözme becerileri ( $p<0,05$ ) ve tüm alt boyutları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Sonuçlar incelendiğinde; Daimi personellerin, sezonluk personellere kıyasla atılgnlık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Daimi personelin, sezonluk personele kıyasla problem çözme becerileri ve tüm alt boyutlarını kullanma düzeylerinin de daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 5:** Çalışanların İşletmede Çalışma Statüsü Değişkenine İlişkin t Testi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	T	p
Atılgnlık Envanteri	Daimi Personel	282	35,71	36,30	8,388	0,000*
	Sezonluk Personel	118	1,73	38,44		
Problem Çözme Becerileri	Daimi Personel	282	82,37	28,30	-7,886	0,000*
	Sezonluk Personel	118	104,35	24,10		
Problem Çözme Yeteneğine Güven	Daimi Personel	282	27,05	10,30	-6,956	0,000*
	Sezonluk Personel	118	34,76	9,59		
Yaklaşma-Kaçınma	Daimi Personel	282	40,62	16,12	-7,495	0,000*
	Sezonluk Personel	118	52,61	13,88		
Kişisel Kontrol	Daimi Personel	282	14,69	3,66	-6,698	0,000*
	Sezonluk Personel	118	16,98	2,85		

\* $p<0,05$

### Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Sonuçları

Araştırmada yaş değişkenine ilişkin varyans analizi yapılmış olup anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Araştırmaya katılan otel işletmelerindeki çalışanlara uygulanan ölçeklerin, aylık gelire göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır. Tek yönlü varyans analizi sonucunda atılgnlık envanteri, ( $p<0,05$ ) gelire göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Yapılan tukey

testinin sonuçlarına göre; geliri 2501-3500 TL ve 3501-4500 TL arasında olan çalışanların, geliri 1401-2500 TL arasında olan çalışanlara oranla atılgnlık düzeyleri daha yüksektir. Diğer bir deyişle, çalışanların gelir düzeyi yükseldikçe atılgnlık düzeyleri de artmaktadır.

**Tablo 6:** Çalışanların Gelir Değişkenine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	F	P	Fark
Atılgnlık Envanteri	1 1401-2500 TL	236	13,50	36,36	40,004	0,000*	1 < 2,3
	2 2501-3500 TL	98	33,75	41,18			
	3 3501-4500 TL	66	57,27	29,56			
	Toplam	400	25,69	40,02			
Problem Çözme Becerileri	1 1401-2500 TL	236	98,25	26,97	44,232	0,000*	3 < 2,1
	2 2501-3500 TL	98	81,74	27,21			
	3 3501-4500 TL	66	65,84	21,36			
	Toplam	400	88,86	28,90			
Problem Çözme Yeteneğine Güven	1 1401-2500 TL	236	32,48	10,43	35,804	0,000*	3 < 2,1
	2 2501-3500 TL	98	27,05	9,80			
	3 3501-4500 TL	66	21,43	7,53			
	Toplam	400	29,33	10,68			
Yaklaşma- Kaçınma	1 1401-2500 TL	236	49,36	15,28	40,674	0,000*	3 < 2,1
	2 2501-3500 TL	98	40,02	15,50			
	3 3501-4500 TL	66	31,71	13,05			
	Toplam	400	44,16	16,42			
Kişisel Kontrol	1 1401-2500 TL	236	16,40	3,39	34,876	0,000*	3 < 2,1
	2 2501-3500 TL	98	14,67	3,55			
	3 3501-4500 TL	66	12,69	2,64			
	Toplam	400	15,37	3,60			

\*p<0,05

Tek yönlü varyans analizi sonucunda problem çözme becerileri ve tüm alt boyutlarında ( $p<0,05$ ) gelir değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık olduğu Tablo 6'da görülmektedir. Yapılan tukey testinin sonuçlarına göre; gelir düzeyi 3501-4500 TL arasında olan çalışanların, problem çözme beceri düzeyleri, problem çözme yeteneğine güvenleri, sorunlarla başa çıkma isteği (yaklaşma-kaçınma) ve sorunlar karşısındaki hâkimiyeti (kişisel kontrol), gelir düzeyi 1401-2500 TL ve 2501-3500 TL arasında olan çalışanlara oranla yüksektir. Çalışanların gelir düzeyi yükseldikçe problem çözme beceri düzeylerinin arttığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan otel işletmelerindeki çalışanlara uygulanan ölçeklerin, eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları Tablo 7'de yer almaktadır. Tek yönlü varyans analizinin sonucunda atılgnlık envanteri ( $p<0,05$ ), eğitim durumuna

göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Yapılan tukey testinin sonuçlarına göre; eğitim durumu ön lisans ve lisans düzeyinde olan çalışanların, ortaöğretim ve lise düzeyinde eğitim alan çalışanlara oranla atılganlık düzeyleri yüksektir. Çalışanların eğitim düzeyi yükseldikçe atılganlık düzeylerinin de arttığı görülmektedir.

**Tablo 7:** Çalışanların Eğitim Durumu Değişkinine İlişkin Varyans Analizi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	F	O	Fark
Atılganlık Envanteri	1 Ortaöğretim	48	0,66	33,90	54,103	0,000*	1,2>3,4
	2 Lise	146	5,04	36,21			
	3 Ön Lisans	55	36,25	35,82			
	4 Lisans	151	49,75	30,53			
	Toplam	400	25,69	40,05			
Problem Çözme Becerileri	1 Ortaöğretim	48	106,06	21,29	58,423	0,000*	1,2>3,4
	2 Lise	146	104	26,15			
	3 Ön Lisans	55	77,98	23,80			
	4 Lisans	151	71,82	23,08			
	Toplam	400	88,86	28,90			
Problem Çözme Yeteneğine Güven	1 Ortaöğretim	48	34,97	8,52	53,455	0,000*	1,2 > 3,4
	2 Lise	146	35,30	9,89			
	3 Ön Lisans	55	24,65	8,97			
	4 Lisans	151	23,46	8,36			
	Toplam	400	29,33	10,68			
Yaklaşma-Kaçınma	1 Ortaöğretim	48	53,43	11,81	47,800	0,000*	1,2 > 3,4
	2 Lise	146	52,54	14,86			
	3 Ön Lisans	55	39,14	14,22			
	4 Lisans	151	34,94	14,01			
	Toplam	400	44,16	16,42			
Kişisel Kontrol	1 Ortaöğretim	48	17,64	3,11	45,867	0,000*	1,2 > 3,4
	2 Lise	146	17,08	3,13			
	3 Ön Lisans	55	14,18	3,71			
	4 Lisans	151	13,41	2,84			
	Toplam	400	15,37	3,60			

\*p<0,05

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda problem çözme becerileri ve tüm alt boyutlarında eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık olduğu tablo 7'de görülmektedir. Tukey testinin sonuçlarına göre; eğitim durumu ön lisans ve lisans düzeyinde olan çalışanların, problem çözme becerileri, problem çözme yeteneğine güveni, sorunları gözden geçirmesi, farklı çözümler sunabilmesi (yaklaşma-kaçınma) ve sorunlu durumlar karşısında kontrolünü sürdürmesi (kişisel kontrol), ortaöğretim ve lise düzeyinde eğitim alan çalışanlara oranla yüksektir. Diğer bir deyişle; çalışanların eğitim düzeyi yükseldikçe problem çözme düzeyleri artmaktadır.

Çalışanların turizm eğitim düzeyi değişkenine ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 8'de yer almaktadır. Analizin sonucunda atılganlık envanteri ( $p < 0,05$ ), turizm eğitim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Yapılan tukey testinin sonuçlarına göre; ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan çalışanların, lise düzeyinde turizm eğitimi alan çalışanlara oranla atılganlık düzeyleri yüksektir. Çalışanların turizm eğitim düzeyi yükseldikçe atılganlık düzeylerinin arttığı görülmektedir.

**Tablo 8:** Çalışanların Turizm Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Varyans Analizi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	F	p	Fark
Atılganlık Envanteri	1 Lise	90	6,96	37,70	39,925	0,000*	1 < 2,3
	2 Ön lisans	37	43,13	35,27			
	3 Lisans	100	50,13	30,47			
	Toplam	227	31,87	39,75			
Problem Çözme Becerileri	1 Lise	90	106,53	26,80	54,304	0,000*	2,3 < 1
	2 Ön lisans	37	72,37	18,41			
	3 Lisans	100	72,93	22,80			
	Toplam	227	86,16	28,95			
Problem Çözme Yeteneğine Güven	1 Lise	90	35,56	10,29	48,498	0,000*	2,3 < 1
	2 Ön lisans	37	21,91	6,85			
	3 Lisans	100	24,16	8,57			
	Toplam	227	28,31	10,80			
Yaklaşma- Kaçınma	1 Lise	90	5,82	15,25	46,646	0,000*	2,3 < 1
	2 Ön Lisans	37	36,18	11,74			
	3 Lisans	100	35,20	13,53			
	Toplam	227	42,76	16,57			
Kişisel Kontrol	1 Lise	90	17,14	3,19	33,496	0,000*	2,3 < 1
	2 Ön Lisans	37	14,27	3,46			
	3 Lisans	100	13,52	2,90			
	Toplam	227	15,07	3,53			

\* $p < 0,05$

Tek yönlü varyans analizi sonucunda problem çözme becerileri ve tüm alt boyutları ( $p < 0,05$ ) turizm eğitim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği Tablo 8'de görülmektedir. Yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre; turizm eğitim düzeyi ön lisans ve lisans düzeyinde olan çalışanların, problem çözme becerileri, problem çözme yeteneğine güveni, farklı çözümler sunabilmesi (yaklaşma-kaçınma) ve sorunlu durumlar karşısında kontrolünü sürdürmesi (kişisel kontrol), lise düzeyinde eğitim alan çalışanlara oranla daha yüksektir. Diğer bir deyişle; çalışanların turizm eğitim düzeyi yükseldikçe problem çözme düzeyleri artmaktadır.

Çalışanların işletmedeki çalışma süresi değişkenine ilişkin varyans analizi sonuçları Tablo 9'da yer almaktadır. Analizin sonucunda atılgnlık envanteri ( $p<0,05$ ), işletmedeki çalışma süresine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Tukey testinin sonuçlarına göre; işletmede 1-5 yıl ve 6-10 yıl süre arasında çalışanların, 1 yıldan az sürede çalışanlara oranla atılgnlık düzeyleri daha yüksektir. Çalışanların işletmedeki çalışma süresi arttıkça atılgnlık düzeylerinin yükseldiği görülmektedir.

**Tablo 9:** Çalışanların İşletmedeki Çalışma Süresi Değişkenine İlişkin Varyans Analizi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	F	p	Fark
Atılgnlık Envanteri	1 1 yıldan az	121	11,11	32,02	19,019	0,000*	1 < 2,3
	2 1-5 yıl	194	26,54	42,03			
	3 6-10 yıl	85	44,49	37,68			
	Toplam	400	25,69	40,02			
Problem Çözme Becerileri	1 1 yıldan az	121	98,77	27,24	17,682	0,000*	3 < 2,1
	2 1-5 yıl	194	88,56	29,05			
	3 6-10 yıl	85	75,42	25,36			
	Toplam	400	88,86	28,90			
Problem Çözme Yeteneğine Güven	1 1 yıldan az	121	32,51	11,31	13,926	0,000*	3 < 2,1
	2 1-5 yıl	194	29,34	10,34			
	3 6-10 yıl	85	24,77	8,85			
	Toplam	400	29,33	10,68			
Yaklaşma- Kaçınma	1 1 yıldan az	121	50,34	15,02	19,869	0,000*	3 < 2,1
	2 1-5 yıl	194	43,70	16,50			
	3 6-10 yıl	85	36,40	14,68			
	Toplam	400	44,16	16,42			
Kişisel Kontrol	1 1 yıldan az	121	15,91	3,38	5,842	0,003*	3 < 2,1
	2 1-5 yıl	194	15,52	3,67			
	3 6-10 yıl	85	14,24	3,51			
	Toplam	400	15,37	3,60			

\* $p<0,05$

Tek yönlü varyans analizi sonucunda problem çözme becerileri ve tüm alt boyutları çalışma süresine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tablo 9'da görülmektedir. Yapılan tukey testinin sonuçlarına göre; işletmedeki çalışma süresi 6-10 yıl arasında olan çalışanların, problem çözme becerileri, problem çözme yeteneğine güveni, farklı çözümler sunabilmesi, kişisel kontrol düzeyleri, işletmede 1 yıldan az ve 1-5 yıl arasında çalışanlara kıyasla daha yüksektir.

Çalışanların sektördeki çalışma süresi değişkenine ilişkin varyans analizi sonuçları Tablo 10'da yer almaktadır. Analizin sonucunda atılgnlık envanteri ( $p<0,05$ ) sektördeki çalışma süresine göre anlamlı düzeyde farklılık göster-

mektedir. Yapılan tukey testinin sonuçlarına göre; sektörde 6-10 yıl ve 11-15 yıl süre arasında çalışanların, sektörde 1 yıldan az ve 1-5 yıl süre arasında çalışanlara oranla atılgnlık düzeyleri yüksektir. Çalışanların sektördeki çalışma süresi arttıkça atılgnlık düzeylerinin de arttığı görülmektedir.

**Tablo 10:** Çalışanların Sektördeki Çalışma Süresi Değişkenine İlişkin Varyans Analizi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	F	p	Fark
Atılgnlık Envanteri	1 1 yıldan az	52	6,76	29,90	11,175	0,000*	1,2 < 3,4
	2 1-5 yıl	153	18,40	40,29			
	3 6-10 yıl	109	34,91	42,02			
	4 11-15 yıl	86	38,39	35,34			
	Toplam	400	25,69	40,02			
Problem Çözme Becerileri	1 1 yıldan az	52	102,80	24,32	13,449	0,000*	4,3 < 2,1
	2 1-5 yıl	153	94,95	28,09			
	3 6-10 yıl	109	82,32	28,42			
	4 11-15 yıl	86	77,88	27,65			
	Toplam	400	88,86	28,90			
Problem Çözme Yeteneğine Güven	1 1 yıldan az	52	34,34	9,90	13,724	0,000*	4,3 < 2,1
	2 1-5 yıl	153	31,56	10,20			
	3 6-10 yıl	109	27,44	10,21			
	4 11-15 yıl	86	24,70	10,39			
	Toplam	400	29,33	10,68			
Yaklaşma- Kaçınma	1 1 yıldan az	52	51,82	13,23	12,907	0,000*	4,3 < 2,1
	2 1-5 yıl	153	47,70	16,31			
	3 6-10 yıl	109	39,87	16,39			
	4 11-15 yıl	86	38,66	15,17			
	Toplam	400	44,16	16,42			
Kişisel Kontrol	1 1 yıldan az	52	16,63	3,25	4,671	0,003*	4,3 < 2,1
	2 1-5 yıl	153	15,68	3,38			
	3 6-10 yıl	109	14,00	3,46			
	4 11-15 yıl	86	14,51	4,08			
	Toplam	400	15,37	3,60			

\*p<0,05

Tek yönlü varyans analizi sonucunda problem çözme becerileri ve tüm alt boyutları sektördeki çalışma süresine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tablo 10'da görülmektedir. Tukey testinin sonuçlarına göre; sektördeki çalışma süresi 11-15 yıl ve 6-10 yıl arasında olan çalışanların, problem çözme beceri düzeyleri, problem çözme yeteneğine güvenleri, sorunlarla başa çıkma isteği ve kişisel kontrol düzeyleri, 1 yıldan az ve 1-5 yıl arasında çalışan kişilere kıyasla daha yüksektir.

Çalışanların departman değişkenine ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 11'de yer almaktadır. Analizin sonucunda atılgnlık envanteri (p<0,05)

departmana göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Tukey testinin sonuçlarına göre; ön büroda ve destekleyici/kurmay birimlerde (muhasabe, satış ve pazarlama, insan kaynakları, teknik hizmetler, güvenlik vb.) çalışanların atılma düzeylerinin diğer departmanlara oranla yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle; ön büro departmanında çalışanların gerek misafirlerle gerek diğer departmanlarla olan iletişimine bağlı olarak atılma düzeylerinin arttığı söylenebilir.

**Tablo 11:** Çalışanların Departman Değişkenine İlişkin Varyans Analizi

Ölçek	Gruplar	N	Puan Ort.	S.S.	F	p	Fark
Atılma Düzeyi	1 Ön Büro	67	38,22	34,08	28,124	0,000*	1,5 > 2,3,4
	2 Yiyecek ve İçecek	91	11,40	41,05			
	3 Kat Hizmetleri	60	8,58	33,51			
	4 Mutfak	56	1,83	35,43			
	5 Destekleyici ve Kurmay Birimler	126	48,08	32,72			
	Toplam	400	25,69	40,02			
Problem Çözme Becerileri	1 Ön Büro	67	79,76	24,27	36,455	0,000*	1,5 < 2,3,4
	2 Yiyecek ve İçecek	91	98,61	27,28			
	3 Kat Hizmetleri	60	104,53	25,55			
	4 Mutfak	56	107,71	24,01			
	5 Destekleyici ve Kurmay Birimler	126	70,81	23,20			
	Toplam	400	88,86	28,90			
Problem Çözme Yeteneğine Güven	1 Ön Büro	67	26,53	9,19	33,970	0,000*	1,5 < 2,3,4
	2 Yiyecek ve İçecek	91	32,41	10,40			
	3 Kat Hizmetleri	60	34,95	9,89			
	4 Mutfak	56	36,50	8,92			
	5 Destekleyici ve Kurmay Birimler	126	22,72	8,21			
	Toplam	400	29,33	10,68			
Yaklaşma-Kaçınma	1 Ön Büro	67	38,88	14,50	31,644	0,000*	1,5 < 2,3,4
	2 Yiyecek ve İçecek	91	49,71	15,10			
	3 Kat Hizmetleri	60	52,40	14,67			
	4 Mutfak	56	54,26	13,72			
	5 Destekleyici ve Kurmay Birimler	126	34,54	13,85			
	Toplam	400	44,16	16,42			
Kişisel Kontrol	1 Ön Büro	67	14,34	3,36	21,892	0,000*	1,5 < 2,3,4
	2 Yiyecek ve İçecek	91	16,48	3,46			
	3 Kat Hizmetleri	60	17,18	3,21			
	4 Mutfak	56	16,94	2,78			
	5 Destekleyici ve Kurmay Birimler	126	13,54	3,31			
	Toplam	400	15,37	3,60			

\*p<0,05



Tablo 11'deki tek yönlü varyans analizi sonucunda problem çözme becerileri ( $p<0,05$ ) ve tüm alt boyutları departmana göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Tukey testinin sonuçlarına göre; ön büro ve destekleyici/kurmay birimlerde (muhasabe, satış ve pazarlama, insan kaynakları, teknik hizmetler, güvenlik vb.) çalışanların, problem çözme becerileri, problem çözme yeteneğine güveni, sorunlarla başa çıkma isteği ve kişisel kontrol düzeyi, diğer departmanlardaki çalışanlara oranla daha yüksektir. Diğer bir deyişle; ön büro departmanındaki çalışanların, misafirlerle olan iletişim sıklığı diğer departmandaki çalışanlara göre daha yüksektir. Bu sebeple, ön bürodaki çalışanların gerek misafirle gerek diğer departmanlarla sürekli bir iletişim halinde olması, problem çözme beceri düzeylerini arttırmaktadır.

### Korelasyon Analizi ve Sonuçları

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin şiddetini ortaya çıkarmaya yönelik yapılan bir analizdir (Altunışık vd., 2015). Atılgnlık envanteri ve problem çözme becerileri ile alt boyutlarına ilişkin korelasyon analizinin bulguları Tablo 12' de yer almaktadır.

**Tablo 12:** Atılgnlık Envanteri ve Problem Çözme Becerileri İle Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi

No	Ölçekler	1	2	3	4	5
1	Atılgnlık Envanteri	1				
2	Problem Çözme Becerileri	-,826**	1			
3	Problem Çözme Yeteneğine Güven	-,742**	,943**	1		
4	Yaklaşma-Kaçınma	-,816**	,975**	,859**	1	
5	Kişisel Kontrol	-,706**	,783**	,681**	,716**	1

\* $p<0,05$ , \*\* $p<0,01$

Tablo 12 incelendiğinde; Atılgnlık envanteri ve problem çözme becerileri arasında yüksek düzeyde ve negatif yönlü ( $r=-,826^{**}$ ,  $p<0,01$ ) anlamlı bir ilişki görülmektedir. Bu durumda çalışanların atılgnlık puanları arttıkça problem çözme puanları düşmektedir. Yani çalışanların atılgnlık düzeyleri yükseldikçe problem çözme becerileri artmaktadır. Atılgnlık envanteri ve problem çözme becerilerinin alt boyutlarından; problem çözme yeteneğine güven boyutu ile arasında yüksek düzeyde ve negatif yönlü ( $r=-,742^{**}$ ,  $p<0,01$ ), yaklaşma-kaçınma boyutu ile arasında yüksek düzeyde ve negatif yönlü ( $r=-,816^{**}$ ,  $p<0,01$ ), kişisel kontrol boyutu ile arasında ise yüksek düzeyde ve negatif yönlü ( $r=-,706^{**}$ ,  $p<0,01$ ) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Otel işletmelerinde çalışanların atılganlık düzeyleri ve problem çözme becerilerinin incelenmesine yönelik bu çalışmada araştırmancın örneklemini oluşturan otel çalışanlarının anket formuna verdikleri cevaplar doğrultusunda veriler elde edilmiştir. Elde edilen verilere analizler uygulanmış ve birtakım bulgular saptanarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında, atılganlık envanterinden elde edilen puan ortalaması  $\bar{x}= 25,69$ 'dur. Atılganlık envanterinden alınan puana göre, çekingenliğe yaklaşan değer  $-90$ 'a, atılganlığa yaklaşan değer  $+90$ 'a ulaşmaktadır (Voltan, 1980: 23). Bu nedenle otel çalışanlarının atılgan oldukları söylenebilir. Benzer şekilde Bozboğa (2009) çalışmasında, ebelerin atılganlık puan ortalamasını  $\bar{x}= 15,33$ , Çoban (2018) ise otel işletmeleri çalışanlarına uyguladığı çalışmasında, çalışanların atılganlık puan ortalamasını  $\bar{x}= 30,81$  olarak tespit etmiştir. Problem çözme ölçeğinden elde edilen puan ortalaması  $\bar{x}= 88,86$ 'dır. Bu ölçekten alınabilecek puan aralığı 32-192 arasındadır ve ölçekten alınan puan arttıkça, problem çözme becerisi düşmektedir (Taylan, 1990). Bu durumda çalışanların, problem çözme becerilerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir. Bozboğa (2009) ise çalışmasında, hemşirelerin problem çözme puan ortalamasını  $\bar{x}=95,35$  olarak bulmuştur.

Bu çalışmada, cinsiyet değişkeni ile atılganlık düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu bulgu Aydın'ın (1991) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Farklı olarak, Deniz (1997) ve Eskin (2003) çalışmalarında, kadınların erkeklere göre daha atılgan oldukları, Feingold (1994), Öztürk ve Bayazıt (2016) ise erkeklerin kadınlara göre daha atılgan olduklarına dair bulgular elde etmişlerdir. Çalışmada, kadınların erkeklere oranla genel problem çözme beceri düzeylerinin ve "yaklaşma-kaçınma" alt boyutunun yani sorunlarla başa çıkma isteklerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürdeki bazı araştırma sonuçlarında da kadınların erkeklere kıyasla problem çözme beceri düzeyleri daha yüksek çıkmıştır (Şahin vd., 1993; Öztürk ve Bayazıt, 2016). Kadınların erkeklere kıyasla problem çözme beceri düzeylerinin daha yüksek çıkmasının nedeni kadınların daha sakin tabiatlı ve çözüm odaklı olması olabilir.

Araştırmaya katılan çalışanların yaş değişkeni ile atılganlık düzeyi, problem çözme becerisi ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ayaz (2002) ve Kaplanoğlu (2006) çalışmalarında, hemşirelerin yaş grupları ile atılganlık arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgular çalışma ile benzerlik göstermektedir. Kilkus (1993) ise çalışmasında genç hemşirelerin daha atılgan olduğunu bulmuştur. Yurttaş ve Yetkin (2003) ise yaşın problem çözme becerisi üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Farklı olarak Bozboğa (2009) çalışmasında, ebelerin yaş gruplarına göre aldıkları problem çözme puan ortalamalarının yükseldiğini tespit etmiştir.

Bu çalışmada, medeni durum değişkeni ile atılgnlık düzeyi, problem çözme becerisi ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Benzer şekilde Kaplanoğlu (2006) çalışmasında da yönetici hemşirelerin medeni durumları ile atılgnlık puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bozboğa (2009) ise ebelerin medeni durumlarına göre aldıkları atılgnlık puan ortalamalarının, bekârların evlilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Altıntoprak (2004) ve Bahar (2006) çalışmalarında, medeni durumun problem çözme becerisine etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Farklı olarak Ulupınar (1997) çalışmasında, evlilerin problem çözmede daha başarılı olduğunu, Bozboğa (2009) ise bekârların problem çözmede daha başarılı olduğunu tespit etmiştir.

Diğer bir sonuç araştırmaya katılan çalışanların gelir düzeyi yükseldikçe atılgnlık düzeyleri ve problem çözme beceri düzeyleri de artmaktadır. Benzer şekilde Kaplanoğlu (2006), Bozboğa (2009) ve Çoban (2018) çalışmalarında gelir düzeyi arttıkça atılgnlık düzeyinin de arttığını tespit etmişlerdir. Türkçapar (2009) ve Yaşar Ekici'nin (2017) çalışmalarında, problem çözme becerisi ve gelir düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulamadıkları görülmüştür. Eğitim durumu ön lisans ve lisans düzeyinde olan çalışanların, ortaöğretim ve lise düzeyinde eğitim alan çalışanlara göre atılgnlık ve problem çözme beceri düzeyleri yüksektir. Kilkus (1993) ve Bozboğa (2009) çalışmalarında, eğitim seviyesi yüksek hemşire ve ebelerin atılgnlıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çoban (2008) ise çalışmasında ön lisans ve lisans mezunlarının atılgnlık düzeyinin, lise mezunlarının atılgnlık düzeyinden daha yüksek olduğunu bulmuştur. Bu bulgular çalışma ile benzerlik göstermektedir. Literatürde farklı olarak Ayaz (2002), Bal (2003), Timuçin (2005) ve Kaplanoğlu (2006), çalışmalarında eğitim durumu ile atılgnlık arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Dikkat çekici bir başka önemli sonuçta, çalışanlardan turizm eğitimi alanların atılgnlık düzeyinin, turizm eğitimi almayanların atılgnlık düzeyinden anlamlı derecede daha yüksek olduğudur. Yani çalışanların turizm eğitimi almalarına bağlı olarak, atılgnlık düzeyinin arttığı görülmektedir. Benzer şekilde Çoban'ın (2018) çalışmasında, çalışanların turizm eğitimi alanların atılgnlık düzeyinin, turizm eğitimi almayanların atılgnlık düzeyinden anlamlı derecede daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan çalışanların, lise düzeyinde turizm eğitimi alan çalışanlara göre atılgnlık düzeyleri daha yüksektir. Çalışanların turizm eğitim düzeyinin yükselmesine bağlı olarak, atılgnlık düzeyinin de arttığı görülmektedir. Turizm eğitimi alanların, problem çözme yeteneğine güvenleri, turizm eğitimi almayanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm eğitim düzeyi ön lisans ve lisans düzeyinde olan çalışanların, problem çözüme beceri düzeyleri ve alt boyutları, ortaöğretim ve lise düzeyinde eğitim alan çalışanlara göre daha yüksektir. Yani çalışanların turizm eğitim düzeyi yükseldikçe problem çözüme düzeyleri artmaktadır.

Çalışanların işletmede ve sektörde çalışma sürelerinin artmasına bağlı olarak, atılabilirlik ve problem çözüme beceri düzeylerinin arttığı görülmektedir. Yani sektörde uzun süre çalışanların atılabilirlik ve problem çözüme beceri düzeyleri artmaktadır. Benzer şekilde Bal (2003) ve Çoban (2018) da, çalışma süresinin artmasına bağlı olarak atılabilirlik düzeyinin arttığı sonucunu ulaşımlardır. Farklı olarak Ayaz (2002), Timuçin (2005) ve Kaplanoğlu (2006) çalışmalarında, meslek hizmet süresi ile atılabilirlik düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulamamıştır. Altıntoprak (2004) ve Bahar'ın (2006) çalışmalarında ise hizmet süresi ile problem çözüme becerisi arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışmadan çıkan diğer bir sonuç, daimi personelin, sezonluk personele göre atılabilirlik ve problem çözüme beceri düzeylerinin daha yüksek olduğudur. Çoban (2018) da çalışmasında, daimi personellerin atılabilirlik düzeyinin, sezonluk personellere göre yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yani daimi olarak çalışan personelin daha atılabilir ve sorunlar karşısında daha yetkin olduğu söylenebilir. Çalışmada ön büro ve destekleyici/kurmay birimlerde çalışanların atılabilirlik ve problem çözüme becerileri düzeyleri diğer departmanlarda çalışanlara göre daha yüksek çıkmıştır. Çoban (2018) da çalışmasında, ön büro departmanında çalışanların atılabilirlik düzeyinin, diğer departmanlarda çalışanların atılabilirlik düzeyinden anlamlı derecede daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Genel olarak otel misafirleri, herhangi bir sorun yaşadıklarında ilk önce ön büro departmanı ile paylaşır. Ön büro departmanı, sorunu çözebilmek adına destekleyici/kurmay birimlerle iletişime geçer. Bu sebeple, ön büro departmanının gerek misafirlerle gerek diğer departmanlar ile iletişim halinde olması problem çözüme düzeylerini artırmaktadır.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda; atılabilirlik envanteri ve problem çözüme becerisi arasında yüksek düzeyde ve negatif yönlü ( $r = -0,826^{**}$ ,  $p < 0,01$ ), anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu durumda çalışanların atılabilirlik puanları arttıkça problem çözüme puanları düşmektedir. Diğer bir değişle atılabilir olan çalışanların problemleri daha iyi çözdükleri söylenebilir. Literatür incelendiğinde; Bozboğa (2009), Güneş vd. (2014), Göçer (2018) çalışmalarında atılabilirlik envanteri ile problem çözüme ölçeği arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Dolayısıyla bu çalışma literatür ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma sonucunda, atılabilirliğin doğuştan olmayıp sonradan geliştirilebileceği için çalışanlar arasında kendisini ifade ederken zorluk yaşayan, çekingen

çalışanların atılgnlık eğitimi alması önerilebilir. Böylelikle özgüveni artan çalışanların problem çözme becerisi de artar.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda yöneticilere yönelik öneriler ise şunlardır:

- Otel çalışanlarına atılgnlık ve problem çözme becerisi eğitimleri verilebilir.
- Turizm eğitimi alan çalışanların atılgnlık düzeyleri ile problem çözme beceri düzeyleri artmaktadır. Bu nedenle işletme sahipleri ve yöneticileri turizm eğitimi alan personel çalıştırmalıdır.
- Çalışanların sektörde ve aynı işletmede çalışma süresi arttıkça atılgnlık ve problem çözme beceri düzeyleri artmaktadır. Bu nedenle işinden memnun olmayan çalışanların, memnuniyetsizlik durumları araştırılabilir ve çözüm yolları sunulabilir. Çalışanları sektörde ve işletmede tutmak için çalışma koşulları iyileştirilebilir.
- Çalışanların motivasyonlarını arttıran düzenlemeler yapılabilir. Yöneticiler, çalışanlarına söz hakkı verebilir, onların düşüncelerini paylaşmasını isteyebilir. İşletmede önemli konular üzerinde karar alınırken, çalışanların görüşleri de alınabilir. Ödüllendirmeler, teşvik programları uygulanabilir. Böyle bir işletmede çalışan personel motive olur ve personelin davranışları müşterilere de yansır. Bu şekilde çalışanların atılgnlık ve problem çözme beceri düzeylerinde artış görülebilir.
- Çalışanların atılgnlık düzeyine ve problem çözme becerisine bakıldığında, orta düzeyde olduğu söylenebilir. Çalışanların atılgnlık düzeylerinin arttırılabilmesi için işyerinde sosyal aktiviteler düzenlenebilir. Bu sayede çalışanlar kendilerini daha rahat ve özgüvenli bir ortamda hissederse, problem çözme becerisine de katkı sağlanabilir.
- Çalışanların gelir düzeyi yükseldikçe atılgnlık ve problem çözme beceri düzeylerinin arttığı görülmektedir. Bu nedenle işletmede daha yüksek ücret politikası uygulanabilir. Böylece işletmeler çalışanlarını memnun ederek, onların atılgnlık ve problem çözme beceri düzeylerini arttırırken, müşterilerin de işletmeden memnun ayrılmalarını sağlamış olur.
- Bu çalışmanın konusu, turizm sektöründeki diğer çalışanlara, seyahat acentalarına, havayolu şirketlerine vb. uygulanarak, ilgili literatüre ve sektöre katkı sağlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Alberti, R. ve Emmons, M. (2002). *Atılganlık Kendinize Yatırım Yapın*. (S. Katlan, Çev.), Ankara: HYB Yayıncılık. (Orijinali 1990'da yayımlanmıştır).
- Altınmakas, B. (2010). Çekingenlik ve Saldırganlığa Karşı Atılganlık. *Eğitimde Yansımalar Dergisi*, (28) 4-5.
- Altıntoprak, A. (2004). *Hacettepe Üniversitesi Hastanelerindeki Hemşirelerin Problem Çözme Konusunda Kendilerini Algılamaları*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Altunışık, R. Coşkun, R. Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. (8.Bs.). Sakarya: Sakarya Üniversitesi İİBF Yayınları.
- Ayaz, Ş. (2002). *Hemşirelerin Benlik Saygısı ve Atılganlık Düzeylerinin Belirlenmesi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, B. (1991). Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerini Açısından Atılganlık Seviyesinin İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3 (3), 25-36.
- Bahar, M. (2006). *Yataklı Tedavi Kurumlarında Çalışan Yönetici Hemşirelerin Problem Çözme Becerileri ve Yaratıcılık Düzeyleri*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Bal, U. (2003). *Hastanede Çalışan Hemşire ve Diğer Bayan Sağlık Personelinin Benlik Saygıları ve Atılganlık Düzeylerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Berkant, H. G. ve Eren İ. (2013). İlköğretim Matematik Öğretmenliği Bölümü Öğrencilerinin Problem Çözme Becerilerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *International Journal of Social Science*, 6 (3), 1021-1041.
- Bozboğa, B. (2009). *Sivas İl Merkezinde Çalışan Ebelerin Atılganlık Düzeyleri İle Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Buzlu, S. (1999). Hemşirelerde Girişkenlik Hakları ve Beden Dili. *Hemşirelik Bülteni*, 11(43-47), 337-342.
- Cüceloğlu, D. (2017). *İnsan ve Davranışı*. (35. Bs.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çoban, O. (2018). *Otel İşletmelerinde Çalışanların Stresle Başa Çıkma Tarzları ve Atılganlık Düzeylerinin İncelenmesi: Antalya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.



- D'Zurilla T. J., Chang, E. ve Sana, I. J. (2003). Self-Esteem and Social Problem Solving as Predictors of Aggression in College Students. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 2 (4),424-448.
- Davaslıgil, Ü. Çakıcı M. ve Ögel, K. (1998). *Yaşam Becerilerini Geliştirme Kılavuzu*. İstanbul: İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Yayınları.
- Deniz, M. Engin (1997). Üniversite Öğrencilerinin Cinsiyet ve Kültürel Farklara Dayalı Atılganlıkları Üzerinde Bir Atılganlık Eğitimi Denemesi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Eskin, M. (2003). Self-Reported Assertiveness in Swedish and Turkish Adolescents: A Cross-Cultural Comparison. *Scandinavian Journal of Psychology*. 44 (1), 7-12.
- Feingold, A. (1994). Gender Differences in Personality: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 116 (3), 429-456.
- Göçer, S. (2018). *Farklı Branşlardaki Erkek ve Bayan Sporcuların Atılganlık İle Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, On Dokuz Mayıs Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Güneş, F. Arslan, C. ve Eliüşük, A. (2014). Atılganlık Eğitiminin Üniversite Öğrencilerinin Kişiler Arası Problem Çözme, Algılanan Sosyal Destek ve Atılganlık Düzeyleri Üzerine Etkisi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3 (1), 456-474.
- Hacıoğlu, N. (2013). *Turizm Pazarlaması*. (8. Bs.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hong, K. (2006). Links Between Personalities and Leadership Perceptions in Problem Solving Groups. *The Social Science Journal*, 43 (4), 659-672.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2009). *Turizm Planlaması ve Politikası, Turizmde Bölgesel Planlama*. (2. Bs.). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kaplanoğlu, A. E. (2006). *Yönetici Hemşirelerin Atılganlık Düzeyleri İle İş Doyumları Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Karasar, N. (1994). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (5. Bs.). Ankara: Tekışık Matbaası.
- Kasatura, İ. (1998). *Kişilik ve Özgüven*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kilkus, S.P. (1993). Assertiveness Among Professional Nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 18(8), 1324-1330.
- Korkut, F. (2002). Lise Öğrencilerinin Problem Çözme Becerileri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 177-184.
- Korkut, F. (2003). Etkili Davranma Becerileri Eğitiminin Banka Çalışanlarının Etkili Davranma Düzeylerine Etkisi. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 301, 7-13.



- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2000). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. (4. Bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükahmet, L. (2000). *Öğretimde Planlama ve Değerlendirme*. (2. Bs.). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü*. (2018). 31 Aralık 2018 tarihinde <http://www.muqlakulturturizm.gov.tr/Eklenti/60854,konaklama-tesisleripdf.pdf?0> adresinden erişildi.
- Oğuzkan, F. (1985). *Orta Dereceli Okullarda Öğretim, Amaç, İlke, Yöntem ve Teknikler*. Ankara: Emel Matbaacılık.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ofset Matbaacılık.
- Özcan, A. (2006). *Hemşire-Hasta İlişkisi ve İletişim*. (2. Bs.). Ankara: Sistem Ofset.
- Öztürk, A. ve Bayazıt, B. (2016). Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Atılganlık Düzeyleri ve Problem Çözme Becerilerinin İncelenmesi (Kocaeli Üniversitesi Rekreasyon Bölümü Örneği). *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (25), 332-340.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods For Business. A Skill Building Approach*. John Wiley Sons Inc: USA.
- Sungur, N. (1997). *Yaratıcı Düşünme*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Şahin, N., Şahin, N.H. ve Heppner, P.P. (1993). Psychometric Properties of the Problem Solving Inventory In a Group of Turkish University Students. *Cognitive Therapy and Research*, 17 (4), 379-396.
- Taylan S. (1990). *Heppner'in Problem Çözme Envanterinin Uyarılama, Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışmaları*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Timuçin, A. (2005). *Yönetici Hemşirelerin Atılganlık Düzeyleri ve Bunu Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe Sözlük* (10. bs.). Ankara: Türk Dil Kurumu.
- TÜROFED. (2010). TÜROFED Turizm Raporu. 1 (2) İstanbul: Ekin Grubu.
- Türkçapar, Ü. (2009). Beden Eğitimi Spor Yüksek Okulu Öğrencilerinin Farklı Değişkenler Açısından Problem Çözme Becerileri. *Ahi Devran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10 (1), 129-139.
- Ulupınar, S. (1997). *Hemşirelik Eğitiminin Sorun Çözme Becerisine Etkisi*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Vangaasbeek, D. E. (1980). Toward the Development of a New Self-Report Inventory of Asseritveness. *Dissertation Abstracts International*, 40(10), 5028.
- Voltan, A. N. (1980). Rathus Atılganlık Envanteri Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 3 (10), 23-25.
- Yaşar Ekici, F. (2017). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Problem Çözme ve Sosyal Beceri Düzeylerinin İncelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3 (1), 17-38.
- Yazıcıoğlu, E. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurttaş, A. ve Yetkin A. (2003). Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Empatik Beceri İle Problem Çözme Becerilerinin Karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, (6) 1, 1-12.



# BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ YAZIM VE YAYIN KURALLARI

## YAYIN KURALLARI

- 1. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından altı ayda bir (Haziran ve Aralık) yayınlanır. Dergide, *Türkçe, İngilizce, Almanca ve Fransızca* dillerinde hazırlanmış **Coğrafya, Eğitim Bilimleri, Güzel Sanatlar Eğitimi, İktisat, İlköğretim, İşletme, Kamu Yönetimi, Maliye, Orta Öğretim Resim, Sosyal Alanlar Eğitimi, Sosyoloji, Tarih, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, Türk Dili ve Edebiyatı, Türkçe Eğitimi ve Yabancı Diller Ana Bilim Dalları**'nın kapsamına giren konulardaki özgün ve nitelikli makaleler, kitap tanıtımı ve eleştirileri ile örnek olay çalışmaları yayımlanabilir.
- Dergimizin ana hedefi; bilimsel normlara ve bilim etiğine uygun, nitelikli ve özgün çalışmaları titizlikle değerlendirerek, düzenli aralıklarla yayımlayan ve sosyal bilimler alanında tercih edilen öncelikli dergiler arasında yer almaktır.
- Derginin yayıncısı, editörü ve yayın kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp **dergide yer alan makale ve yazıların sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.**
- Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen çalışmalar öncelikle **şekil/yazım şartları ve benzerlik (intihal programı kullanılarak) bakımından** ön değerlendirmeye alınır. Ön değerlendirme **şartlarını sağlamayan çalışmalar hakemlere gönderilmez.** Şartlara uygun olan çalışmalar, içerik açısından incelenmek üzere **en az iki hakeme gönderilir.** Makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, gönderilen makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmez. Hakem raporları gizlidir. Hakemlerden olumlu rapor alamayan makaleler yayımlanmaz ve yazarına iade edilmez; bu konuda idari ve adli sorumluluk kabul edilmez. Hakemler tarafından düzeltme istenen yazılar ise gerekli değişiklikler için yazar(lar)a geri gönderilir. Düzeltilmiş metni belirtilen süre içerisinde dergiye ulaştırmak yazar(lar)ın sorumluluğundadır. Eserin **yayımlanmasına karar verilmesi durumunda** yazarlar **Telif Hakkı Devir Formu**'nu doldurarak haklarını Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'ne devretmelidirler.
- Dergide yayımlanacak olan eserler, **daha önce bir başka dergide yayımlanmamış, yayımlanmak üzere gönderilmemiş ya da yayım için kabul edilmemiş olmalıdır.** Herhangi bir bilimsel toplantıda sunulmuş ve yayımlanmamış yazılarda, toplantının adı, yeri ve tarihi belirtilmelidir.

6. Yazar(lar) dergimize gönderilen makalenin kendilerine ait **orijinal bir çalışma olduğunu ve intihal yapmadıklarını**, çalışmada adı geçen yazarların bu çalışmaya **bireysel olarak katılmış olduklarını** ve bu çalışma için her türlü sorumluluğu aldıklarını, tüm yazarların gönderilen makalenin **son halini gördüklerini ve onayladıklarını**, makalenin başka bir yerde **basılmadığını veya basılmak için gönderilmediğini**, makalede bulunan metnin, şekillerin ve dökümanların diğer şahıslara ait olan **Telif Haklarını ihlal etmediğini kabul ve taahhüt ederler**.
7. Çalışma, editörlere 1 nüsha halinde elektronik ortamda sunulmalıdır. Makalenin elektronik ortamda gönderilebilmesi için, sisteme üye olunmalı ve kullanıcı girişi yapılmalıdır. Kullanıcı girişi yapıldıktan sonra sol Menüde çıkan **“Makale Gönder”** bağlantısı kullanılarak makale sisteme kayıt edilir. **Sisteme kaydedilecek çalışmalarda yazar adları bulunmamalıdır**. Yayımlanmak üzere gönderilen makaleler **ekler ve kaynakça dahil olmak üzere 25 sayfayı geçmemelidir**.

**ÇALIŞMALAR SİSTEMDE 97/2003 WORD DOSYASI (.DOC UZANTILI) OLARAK YÜKLENMELİDİR. SİSTEME DOCX UZANTILI BELGE YÜKLENMEYE ÇALIŞILDIĞINIZDA EKSİK BİLGİ GİRİLDİĞİ HATASI ALINACAKTIR.**

## YAZIM KURALLARI

### MAKALE BAŞLIĞI<sup>1</sup>

(Sayfa Ortasına Gelecek Şekilde, 12 Punto, Times New Roman, Kalın, 1 Satır Aralığı, Büyük Harf)

### Makalenin İngilizce Başlığı

(Sayfa Ortasına Gelecek Şekilde, 12 Punto, Times New Roman, Kalın, 1 Satır Aralığı, Her Kelimenin İlk Harfi Büyük)

**ÖZ:** İki yana yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek yazılır. Makalenin özeti araştırmanın amacını, yöntemini ve elde edilen bulguları yansıtabilecek şekilde, en fazla 300 sözcük olarak, Türkçe ve İngilizce hazırlanmalıdır. **Makalenin dili Türkçe ise “ÖZ,” yabancı dilde ise “ABSTRACT” başa gelmelidir.**

**Anahtar Kelimeler:** Anahtar Kelime 1, Anahtar Kelime 2, Anahtar Kelime 3 (Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı)

**ABSTRACT:** İki yana yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek yazılır.

**Keywords:** Keyword 1, Keyword 2, Keyword 3 (Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı)

## ANA BAŞLIKLAR

Ana başlıklar 1 paragraf girintisi verilerek, 11 punto, kalın ve düz olmalı, büyük harfle yazılmalıdır.

<sup>1</sup> Eğer hakkında yazılan çalışma bir bildiri, tez veya proje çalışmasının bir kısmı ise ÇALIŞMANIN HAKEMLİK SÜRECİNDEN BAŞARILI BİR HALDE GEÇMESİ DURUMUNDA YAZARLARDAN İSTENECEKTİR.

Makalelerde problem/çalışmanın konusu, giriş bölümü içinde açıkça belirtilmelidir. Giriş bölümünü sırasıyla yöntem, varsa bulgular, yorum/tartışma ve sonuç ve öneriler bölümleri izlemelidir. Alanlara göre farklı bölümler yer alabilir.

Metin içindeki diğer bütün kısımlar, **11 punto ve tek satır aralıklı olarak**, biçimlendirme bozulmadan yazılmalıdır.

### Alt Başlıklar

Alt başlıklar 1 paragraf girintisi verilerek, 11 punto ve sözcüklerin ilk harfleri büyük olmak üzere kalın olarak yazılmalıdır.

### Tablo, Çizelge, Şekil, Grafik Örnekleri

**Tablo 1:** Tablo / Grafik / Şekil Başlıklarının İlk Harfleri Büyük Olmalıdır  
(11 Punto, Times New Roman, Sayfa Ortasına Gelecek Şekilde)

		Xxxx	Yyyy	Zzzz	
Aaaaa	A1	47	30.3	47	30.3
	A2	60	37.8	60	38.7
	A3	48	31.0	48	31.0
Bbbbb	B1	150	96.8	150	96.8
	B2	5	3.2	5	3.2
Ccccc	C1	117	75.5	117	75.5
	C2	38	24.5	38	24.5
TOPLAM		155	100	155	100

\*Tablo / Çizelge içindeki veriler 11 ile 9 punto arasında verilerin yoğunluğuna göre değişebilir.

(Kaynak kullanılmış ise 11 punto, Times New Roman ve sayfa ortasına gelecek şekilde yazılmalıdır.

### Kaynak Göstermedeki Genel Kurallar

- Kaynak göstermede kesinlikle **dipnot kullanılmamalıdır**.
- Metin içerisindeki **dolaylı alıntılara** atıfta bulunurken sayfa numaraları belirtmek yazar(lar)ın inisiyatifine bırakılmıştır. **Doğrudan alıntılarda** ise sayfa numarası belirtmek ve alıntıyı tırnak içerisinde belirtmek gerekmektedir.
- Aynı yazar veya tüzel kişinin aynı yıl içerisindeki eserlerine atıfta bulunurken (**Örn; Şahin, 2001a, Şahin, 2001b**) şeklinde bir yol izlenir.
- Birden çok kaynağa atıfta bulunurken **sıralama yayım yılına göre** yapılmalıdır. Örnek; (Sancak, 1991: 22; Hancı, 1998: 145; Engin, 2015: 254)
- **Çok yazarlı yayınlarda ilk yazar soyadı** (Kaplın vd., 1999), **görülemeden bir yayın kaynak gösteriliyorsa** (Raglan, 1973, Ekici, 1988'den), **sözlü kaynak kullanılıyorsa** kaynak kişi bilgileri **Adı, Soyadı, Görüşme Tarihi ve Yeri** bilgilerini içermelidir.

- Yayın tarihi bulunamazsa en son telif hakkı (copyright) tarihi verilir. Tarih bilgisi hiç bir şekilde bulunamıyorsa “tarih yok” anlamına gelen “t.y.” kısaltması kullanılır.
- Web kaynaklarına atıf yapılırken (**balikesir.edu.tr, 01.05.2014**) örneğinde olduğu gibi başında <http://www.kismiolmadanveerisimtarhiGunAyYilbelirtilmelidir>.

### Kaynakçadaki Genel Kurallar

- Kaynaklar **alfabetik** sıraya göre sıralanmalı, aynı yazarın aynı yıl içerisindeki iki veya daha fazla kaynağı için **2000a, 2000b** gibi gösterimler de yine alfabetik sıra ile verilmelidir.
- Yazar sayısı altıdan fazlaysa, ilk altı yazarın adları kaynakçada verilir, altıncı yazardan sonra “ve diğerleri” ifadesi kullanılır.
- Kitapların künyeleri verilirken **1. Basım** ise belirtmeye gerek yoktur. İkinci ve sonraki basımlar için “**2. Bs.**” şeklinde kısaltma kullanılır.
- Yayına hazırlayan kişinin adından sonra hazırlayan(lar) yerine (**Haz.**), editör(ler) yerine ise (**Ed.**) kısaltması kullanılır.
- Dergi ve kitap adları kısaltılmadan **eğik (italik)** olarak yazılır.
- Bildiri kitapları kitap gibi, bildiri kitabından alınan bir bildiri de kitap bölümü gibi belirtilir.
- Tezlerde tezin adından sonra “**yüksek lisans tezi**”, “**doktora tezi**” ya da “**sanatta yeterlik tezi**” ifadeleri kullanılır. Derecenin verildiği üniversitenin adı ve yeri belirtilir.
- Yasa ve yönetmeliklerde künye girişi yasanın adından yapılır. Yasanın adından sonra araç içinde yasanın kabul tarihi (sadece yıl olarak), künye sonunda ise yasanın yayınlandığı derginin tarihi (gün, ay, yıl olarak) belirtilir.
- Elektronik kaynaklarda temel bilgilerin yanı sıra **erişim tarihi** ve **erişim adresi bilgileri** de verilir.
- E-kaynaklarda **son güncelleme tarihi** yayın tarihi olarak alınır.
- **Mektup, e-ileti, telefon görüşmesi** gibi kişisel görüşmelerin kaynakçaya eklenmesi gerekmez, görüşmelere metin içinde gönderme yapılır.

### KAYNAKÇA (11 Punto, Kalın, Times New Roman)

Kaynaklar APA (American Psychological Association) standartlarına uygun olarak verilmelidir. Kaynakça ve atıflar için bazı örnekler aşağıda verilmiştir.



## KİTAP

### Kitap - Tek Yazarlı

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Kurbanoğlu, S. S. (2004). *Kaynak Gösterme El Kitabı*. (2. Bs.). Ankara: Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği.

**Atıf:** (Kurbanoğlu, 2004: 25)

### Kitap - Çok Yazarlı

**Kullanım:** Soyad, A., Soyad, B., Soyad, C., Soyad, D., Soyad, E., Soyad, F. ve diğerleri. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek 1:** Akman, Y., Ketenoğlu, O., Güney, K., Kurt, L. ve Tuğ, G. M. (2004). *Bitki Ekolojisi*. Ankara: Palme Yayıncılık.

**Atıf 1:** (Akman vd., 2004: 57)

**Örnek 2:** Yalçın, A. ve İplik, F. N. (2007). A Grubu Seyahat Acentalarında Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Selcuk University Social Science Institute Journal*, 18, 483-500.

**Atıf 2:** (Yalçın ve İplik, 2007: 492)

### Kitap – Tüzelkişi Yazarlığı

**Kullanım:** Tüzelkişi. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe Sözlük* (10. bs.). Ankara: Türk Dil Kurumu.

**Atıf:** (Türk Dil Kurumu[TDK], 2005: 175) ikinci ve sonraki gösterimlerde sadece (TDK, 2005: ...) şeklinde gösterilir.

### Kitap- Yazarı Olmayan

**Kullanım:** *Kitap Adı*. (Yayın Yılı). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Redhouse *Çağdaş Türkçe-İngilizce Sözlüğü*. (1985). İstanbul: Redhouse.

**Atıf:** (Redhouse, 1985: 32)

### Kitap - Çeviri

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı* (A. Soyadı, Çev.). Yayın yeri: Yayınevi. (Kaynak yapının yayın yılı).

**Örnek:** Bloomberg, M. ve Evans, G. E. (1989). *Kütüphane Teknisyenleri İçin Teknik Hizmetlere Giriş* (N. Tuncerve, Çev.). Ankara: Türk Kütüphaneciler Derneği. (Orijinali 1985'te yayımlanmıştır).

**Atıf:** (Bloomberg ve Evans, 1985/1989: 182)

### Kitap İçinde Yayın (Bölüm ya da Makale)

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). Yayın adı. A. Editör (Haz./Ed.). *Kitap Adı* (Yayının sayfa numaraları). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** O'Neil, J. M., ve Egan, J. (1992). Men's and Women's Gender Role Journeys: Metaphor for Healing, Transition, and transformation. B. R. Wa-inrib (Ed.), *Gender Issues across the Life Cycle* içinde (ss. 107-123). New York, NY: Springer.

**Atıf:** (O'Neil ve Egan, 1992)

### MAKALE

#### Bilimsel Dergi Makalesi –Tek Yazarlı

**Kullanım:** Yazar, A. (Yayın Yılı). Makale Adı. *Dergi Adı*, cilt (sayı), sayfa numaraları.

**Örnek:** Çakın, İ. (2004). Müteferrika Matbaasının Düşündürdükleri ve Avrupa'da Basımcılığın Etkileri. *Bilgi Dünyası*, 5 (2), 153-167.

**Atıf:** (Çakın, 2004: 155)

#### Bilimsel Dergi Makalesi – Çok Yazarlı

**Kullanım:** Soyad, A., Soyad, B., Soyad, C., Soyad, D., Soyad, E., Soyad, F. vd.. (Yayın Yılı). Makale Adı. *Dergi Adı*, cilt (sayı), sayfa numaraları.

**Örnek:** Erkan, S., Tuğrul, B., Üstün, E., Akman, B., Şendoğdu, M., Kargı, E. vd.. (2003). Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrencilerine Ait Türkiye Profil Araştırması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 108-117.

**Atıf:** (Erkan vd., 2003: 112)

#### Magazin Makalesi – Yazarı Belli

**Kullanım:** Soyad, A. (Ay yyyy). Makale Adı. *Dergi Adı*, cilt, sayfa numaraları.

**Örnek:** Kenar, N. (Nisan 2006). Kayıt Dışı İstihdam. *Popüler Yönetim*, 9, 44-47.

**Atıf:** (Kenar, 2006: 44)

#### Magazin Makalesi – Yazarı Yok

**Kullanım:** Makale Adı. (Ay yyyy). *Dergi Adı*, cilt, sayfa numaraları.

**Örnek:** Yerel Bilginin Küreselleştirilmesi. (Nisan 2006). *Focus*, 12, 14-17.

**Atıf:** (Yerel bilginin küreselleştirilmesi, 2006: 14)

## Gazete Makalesi

**Kullanım:** Soyad, A. (gg Ay yyyy). Makale Adı. *Gazete Adı*, sayfa numaraları.

**Örnek:** Bayar, Y. (04 Nisan 2006). İnsanlık Aptallaşıyor mu? *Hürriyet*. s. 14.

**Atıf:** (Bayar, 2006: 14)

## BİLDİRİ

### Bildiri – Yayınlanmış

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). Bildiri Adı. A. Editör (Ed.). *Kitap Adı* (sayfa numaraları). Yayın Yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Uçak, N. (2005). Sosyal Bilimlerde Bilginin Üretimi, Erişimi Ve Kullanımı. O. Horata (Haz.). *Sosyal Bilimlerde Süreli Yayınlar ve Bilgi Teknolojileri Sempozyumu: 2 Nisan 2005 – Ankara: Bildiriler* ( 92-103). Ankara: Yeni Avrasya.

**Atıf:** (Uçak, 2005: 96)

### Bildiri - Yayınlanmamış

**Kullanım:** Konuşmacı, A. (Ay yyyy). *Bildiri Adı*. Toplantı Adı, Toplantı Yeri' de sunulan bildiri.

**Örnek:** Tonta, Y. (Şubat 2006). *Bilgi Yönetiminde Son Gelişmeler: Amazoogole, İşbirliği ve Açık Erişim*. Akademik Bilişim '06, Gaziantep'te sunulan bildiri.

**Atıf:** (Tonta, 2006)

## DANIŞMA KAYNAKLARI, RAPOR VE TEZ

### Danışma Kaynakları - Sözlük

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Yapıt Adı*. (Basım). Yayın Yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Altan, N. (2003). *Bilgisayar Terimleri Ansiklopedik Sözlüğü* (3. bs.). Ankara: Sistem Yayıncılık.

**Atıf:** (Altan, 2003)

### Danışma Kaynakları - Ansiklopedi Maddesi

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). Madde Adı. *Yapıt Adı* (cilt, sayfa). Yayın Yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Ersoy, O. (1973). Kağıt ve Kağıtçılık. *Türk Ansiklopedisi* (c. 21, s. 112-115). Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

**Atıf:** (Ersoy, 1973: 113),

### Rapor

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Rapor Adı* (Rapor No.). Yayın Yeri: Yayınlayan/Hazırlayan Kuruluş.

**Örnek:** Devlet Planlama Teşkilatı. (2004). *Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyon Raporu* (Rapor No: DPT: 2681). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.

**Atıf:** (Devlet Planlama Teşkilatı[DPT], 2004) ikinci ve sonraki gösterimlerde kısaltma kullanılır.

### Tez

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Tez Adı*. Tezin Türü, Üniversite Adı, Yer.

**Örnek:** Zencir, M. B. (2007). *Güzel Sanatlar Alanındaki Kullanıcıların Bilgi Gereksinimleri ve Bilgi Kullanım Özellikleri: Hacettepe Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

**Atıf:** (Zencir, 2007: 36)

### ELEKTRONİK KAYNAKLAR

#### Elektronik Kaynak - Makale

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın yılı). Makale Başlığı. *Dergi Adı*, cilt(sayı), sayfa numaraları. gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

**Örnek:** Tenopir, C. ve King, D. W. (2001) The Use and Value of Scientific Journals. *Serials*, 14(2), 113-120. 27 Mart 2010 tarihinde <http://uksg.metapress.com/media/> adresinden erişildi.

**Atıf:** (Tenopri ve King, 2001: 116)

#### Elektronik Kaynak - Rapor

**Kullanım:** Soyad, A. (Ay yyyy). *Rapor Adı* (Rapor no). gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

**Örnek:** Devlet Planlama Teşkilatı. (Temmuz 2004). *e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı: Değerlendirme Raporu* (Rapor No: 2). 02 Nisan 2006 tarihinde <http://212.175.33.22/kdep/rapor/KDEPHaziran2004.pdf> adresinden erişildi.

**Atıf:** (Devlet Planlama Teşkilatı[DPT], 2004) **ikinci ve sonraki gösterimlerde kısaltma kullanılır.**

#### Elektronik Kaynak – Anonim Ağ Sayfası

**Kullanım:** *Kaynağın Adı*. (t.y.). gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

**Örnek:** *Bilim Etiği ve Bilimde Sahtekarlık*. (t.y.). 04 Nisan 2006 tarihinde <http://www.aek.yildiz.edu.tr/bilim.htm> adresinden erişildi.

**Atıf:** (Bilim etiği, t.y.)