



e-ISSN
2148-8657



Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Yıl

2020

Sayı

50

**Erciyes Üniversitesi
Sosyal Bilimler
Enstitüsü Dergisi**

**Journal of Erciyes University
Institute of Social Sciences**

yıl / year: 2020/3

sayı / issue: 50

Dergi Sahibi / Owner

Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ (Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü – Erciyes Üniversitesi)



Editör / Editor

Dr. Ali Gökhan YÜCEL (Erciyes Üniversitesi)



Editör Yardımcısı / Assistant Editor

Dr. Öğr. Üyesi Halit AKIN (Erciyes Üniversitesi)



Editör Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Hüseyin BAĞCI (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)



Prof. Dr. Mahir NAKİP (Çankaya Üniversitesi)



Prof. Dr. Asım YAPICI (Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi)



Prof. Dr. Hüseyin ÖZCAN (Anadolu Üniversitesi)



Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)



Prof. Dr. Ahmet KAVAS (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)



Prof. Dr. Ali Şükrü ÇORUK (İstanbul Üniversitesi)



Prof. Dr. Şaban NAZLIOĞLU (Pamukkale Üniversitesi)



Alan Editörleri / Field Editors

Arş. Gör. Dr. Nilay AKGÜN AKAN (Erciyes Üniversitesi)



Arş. Gör. Şehriban KARACAN (Erciyes Üniversitesi)



Arş. Gör. Yakup ZİYAALP (Erciyes Üniversitesi)



Arş. Gör. Onur TOK (Erciyes Üniversitesi)



Arş. Gör. Mustafa YILMAZ (Erciyes Üniversitesi)



Arş. Gör. Cavidan YEMEZ (Erciyes Üniversitesi)



Yabancı Dil Editörleri / Language Editors

Fransızca-Doç. Dr. İlhan GÜLLÜ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)



Almanca- Dr. Öğr. Üyesi Heiko SCHUSS (Abdullah Gül Üniversitesi)



Rusça- Öğr. Gör. Tamara TANASHEVA (Erciyes Üniversitesi)



İngilizce- Öğr. Gör. Göktuğ YÜCEL (Erciyes Üniversitesi)



Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Şükrü AKDOĞAN
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Celaleddin ÇELİK
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Meltem Seba ÖZTURAN
Boğaziçi Üniversitesi

Prof. Dr. Arslan TOPAKKAYA
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Hakan AYDIN
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. M. Xavier RICHET
Sorbonne Üniversitesi -Fransa

Prof. Dr. Eyyup YARAŞ
Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Nurekenova GULNARA
Milli Kızlar Pedagoji Üniversitesi -Kazakistan

Prof. Dr. Alper ASLAN
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Hava SELÇUK
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Timur VURAL
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Prof. Dr. Josef JABLONSKY
Prag Ekonomi Üniversitesi -Çekya

Prof. Dr. Serdar PİRTİNİ
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Maktagül ORAZBEK
Avrasya Milli Üniversitesi -Kazakistan

Prof. Dr. Feyzan GÖHER VURAL
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Prof. Dr. Efzeleddin ESGER
Milli İlimler Akademisi -Azerbaycan

Doç. Dr. Zorona NIKITOVİĆ
İşletme ve Girişimcilik Fakültesi -Sırbistan

Doç. Dr. Recep ÖZKAN
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Doç. Dr. Leman SÜLEYMANOVA
Milli İlimler Akademisi -Azerbaycan

Doç. Dr. Vladimir RİSTANOVİĆ
İşletme ve Girişimcilik Fakültesi -Sırbistan

Doç. Dr. Arzu MEMMODOVA
Bakü Devlet Üniversitesi -Azerbaycan

Doç. Dr. Burak GÖKBULUT
Yakındoğu Üniversitesi -KKTC

Dr. Öğr. Üyesi Cihat KÖKSAL
İstanbul Ticaret Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Heiko SCHUSS
Abdullah Gül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tarık DOĞRU
Florida State Üniversitesi -ABD

Dr. Ganna KHARLAMOVA
Kiev Üniversitesi -Ukrayna

Dr. Elvira BOLAT
Bournemouth Üniversitesi -İngiltere

Dr. Muhammed Ali NASIR
Leeds Business School- İngiltere

Dr. Eduard Alexandru STOICA
Lucian Blaga Üniversitesi-Romanya

İrtibat / Contact

İnternet sitesi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erusosbilder>

Eposta: sbedergi@erciyes.edu.tr

Amaç ve Kapsam

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sosyal bilimler alanında çalışma yapan bilim insanlarının bilgi, deneyim, değerlendirme, görüş ve önerilerini paylaştıkları bilimsel bir platform oluşturmayı ve bilimsel etik çerçevesinde sosyal bilimlerin her alanında literatüre özgün katkılar yapan makale, kitap kritiği, çeviri, derleme gibi bilimsel çalışmaları yayımlayarak sosyal bilimlerde bilgi birikimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi sosyal bilimlerin her alanında (eğitim bilimleri, ilahiyat, iletişim bilimleri, coğrafya, tarih, dilbilim, psikoloji, antropoloji, felsefe, filoloji, müzikoloji, güzel sanatlar, sosyoloji, arkeoloji, ekonomi, uluslararası ilişkiler, sosyal hizmet, siyaset bilimi, uluslararası çalışmalar, iş yönetimi, uygulamalı ekonometri, uygulamalı istatistik, hukuk, kamu yönetimi, işletme, maliye, Türk dili ve edebiyatı, Türkçe öğretimi) bilimsel çalışmalara Türkçe, İngilizce, Almanca, Rusça ve Fransızca dillerinde yer veren uluslararası hakemli bir dergidir.

ERUSOSBİLDER 1987 yılından beri düzenli olarak yayımlanan, uluslararası alan indekslerinde taranan, hakemli, açık erişimli, elektronik bir dergidir. Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere altı ayda bir yayınlanır. Dergide yayımlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Aim and Scope

Erciyes University Journal of the Social Sciences aims to comprise a scientific platform for academics who desire to share their knowledge, notions, findings and researches with colleagues while contributing to the accumulation of knowledge in Social Sciences by publishing scientific studies such as articles, book critics, translations and reviews that make original contributions to the literature within the framework of scientific ethics.

The journal welcomes articles from all the fields of social sciences (Economics, Sociology, Political Science, Business, History, Turkish Language and Literature, Turkish Language Teaching, Philosophy, Geography, Educational Sciences, Law, Art History, Archaeology, Communication Sciences, Linguistics, Music, Fine Arts, Tourism, International Relations, Finance, International Trade and Finance, Public Administration, Labor Economics, Theology, and other related fields) in Turkish, English, German, Russian and French.

Erciyes University Journal of Social Sciences Institute (ERUSOSBİLDER), first published in 1987, is an open-access, biannual (June and December) published and peer-reviewed scientific journal. All responsibility of the studies published belongs to the author(s).

TARANDIĞIMIZ İNDEKSLER / INDEXED BY

Başlangıç tarihi / Since

1.	<i>DOAJ (Directory of Open Access Journals)</i>	14.05.2020
2.	<i>Ebsco (Humanities International Index)</i>	30.01.2018
3.	<i>Sobiad</i>	01.01.2017
4.	<i>DRJI (Directory of Research Journals Indexing)</i>	04.08.2016
5.	<i>Index Copernicus</i>	30.05.2016
6.	<i>Index Islamicus</i>	16.05.2015

Değerlendirme sürecinde / Under evaluation

TR Dizin (ULAKBİM)

Eriş Plus

Scopus

ESCI (Emerging Sources Citation Index)

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Araştırma Makaleleri / Research Articles

-
- | | |
|---------|---|
| 9-22 | Geleneksel el sanatlarında kullanılan çintemani motifi ve seramik sanatına yansımaları
Çintemani motive used in traditional handicrafts and its reflection on ceramic art
Bengütay HAYIRSEVER |
| 23-57 | Marka kişiliği ve benlik saygısı kavramlarının tüketici satın alma tarzları üzerindeki etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama
The effect of brand personality and self-respect concepts on consumer purchase styles: An application on university students
Sinem SARGIN & Leyla LEBLEBİCİ KOÇER |
| 58-73 | Namık Kemal'in mektupları ışığında Osmanlı'nın sosyo-politik durumu
The socio-political situation of the Ottoman in the light of letters of Namık Kemal
Murat TURNA |
| 74-93 | Solomo reklamlarında algılanan sosyal sermayenin solomo reklama yönelik tutuma etkisi: Nevşehir ili örneği
The effect of perceived social capital in solomo ads on solomo advertising attitude: The case of Nevşehir
Suzan ÇOBAN & Özge GÜNEY |
| 94-116 | The reflective leg of an efl teacher's journey
Yabancı dil olarak İngilizce öğretme yolculuğunda yansıtıcı düşünme: Bir durum çalışması
Huriye MANNASOĞLU & Nazlı BAYKAL |
| 117-139 | Turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerindeki rolü: Kayseri iline yönelik nitel bir araştırma
The role of tourism sector on regional development: A qualitative research for Kayseri province
Bilgehan DEMİREZEN & Ömer ŞANLIOĞLU |
| 140-163 | Türkiye ve İngiltere'de koruyucu aile sisteminin karşılaştırması
Comparison of foster family system in Turkey and England
Lale İZCİ |
| 164-185 | Türkiye'de romanların yaşadıkları problemlere romanlar, yerel idareciler ve yöneticiler perspektifinden bir bakış
Problems faced by gypsies living in Turkey from the perspective of local authorities and gypsies
Sadettin ŞİMŞEK, Kenan UKUŞ & Galip ÖNER |

- 186-199 Türkiye’de değişen sosyal ve kültürel kimlikleri bağlamında kadın müzisyenler
Woman musicians regarding their changing social and cultural identities in
Turkey
Mehtap ULUBAŞOĞLU & N. Oya LEVENDOĞLU
- 200-230 20. Yüzyıl dünya ve türkiye kentleşmesi üzerine bir derleme
A review of world and turkey urbanisation in the 20th cent
Ceyhan YÜCEL
- 231-247 Sultan II. Abdülhamid’den Paris Barış Konferansı’na Kürtler
Kurds from Sultan Abdulhamid II to Paris Peace Conference
Cengiz KARTIN
- 248-261 Kuruluş yeri seçiminde analitik hiyerarşi süreci: Kayseri’de bir fast-food zinciri
uygulaması
Analytical hierarchy process in location selection: An application on fast-food
restaurant in Kayseri
Tevfik AYTEMİZ & Kısmet CİNGÖZ
- 262-289 Kayseri’deki Suriyelilerin vatan algısı, savaş öncesi ve sonrası yaşantılarına dair
görüş ve düşünceleri
The homeland perception in Syrians in kayseri, opinions, and thoughts on their
pre and post war experiences
Abdullah TANRIVERDİ & MUSTAFA ULU
- 290-304 Erişilebilirlik ve kent meydanların sürdürülebilirliği: Sakarya/Arifiye meydanı
örneği
Accessibility and sustainability of urban squares: The case of Sakarya / Arifiye
square
Buse FAZLIOĞLU & Gülferah ÇORAPÇIOĞLU
- 305-320 Çevrimiçi mağaza atmosferinin tüketici satın alma niyeti üzerine etkisi
The effect of online store atmosphere on consumers purchase intention
Beyza Ecem NEVRUZ & Fatma DEMİRCİ OREL
- 321-352 Asgari egemenlik azami istihbarat: Soğuk savaşta Federal Almanya Cumhuriyeti
Dış İstihbarat Servisi’nin (BND) Ortadoğu’daki faaliyetleri
Minimum sovereignty maximum intelligence: Foreign intelligence agency (BND)
of the Federal Republic of Germany’s cold war activites in the Middle East
Ahmet BÜLBÜL
- 353-380 Artificial intelligence and robotic technologies in tourism and hospitality industry
Turizm ve ağırlama endüstrisinde yapay zekâ ve robotik teknolojiler
Reha KILIÇHAN & Mustafa YILMAZ

- 381-401 Akış durumu, algılanan değer ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Yürüyüş deneyimi örneği
Examining the relations among flow state, perceived value and destination loyalty: The case of hiking experience
Nihat ÇEŞMECİ & Göknil Nur KOÇAK
- 402-426 İçsel pazarlama uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerine etkisi ve örgütsel adaletin aracılık rolü
The influence of internal marketing practies on the work scale of employees and the role of organizational justice
Tülay YENİÇERİ, Binnaz ÇİNAR & Recep AYDIN
- 427-446 Eğitim yapılarında esneklik üzerine bir inceleme: Kayseri örneği
Study on flexibility of space in educational buildings: The case of Kayseri
Fatma Betül KÜNYELİ & Murat Çağlar BAYDOĞAN
- 447-459 Die entwicklung des Islamischen finanzwesens in der Golfregion
Körfez Bölgesinde İslami finansın gelişimi
Heiko SCHUSS
- 460-478 Bernini'nin "Apollo ve Daphne" heykeli
"Apollo and Daphne" sculpture by Bernini
Sebla ARIN ENSARİOĞLU

Kitap Tanıtımı / Book Review

- 479-484 Genç bilimadamına öğütler
Ayşe GÖKMEN
- 485-486 Landscape paintings of New Zealand: A journey from North to South
Ufuk ÇETİN

Yıl/Year: 2020 Sayı/Issue: 50
HAKEM LİSTESİ / LIST OF REVIEWERS

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Editörlüğü, Dergimizin bu sayısına katkıda bulunan ve aşağıda isimleri yer alan hakemlere teşekkürü bir borç bilir.

We gratefully acknowledge the contribution of the following reviewers who reviewed papers for this issue of our Journal.

Prof. Dr. Ayla EFE	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Barış ERGEN	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Burak ASILİSKENDER	Abdullah Gül Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent ÖZ	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Prof. Dr. Eyyup YARAŞ	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Gonca BÜYÜKMIHÇI	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim YILMAZ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ÖCAL	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Nihan YAĞIŞAN	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Serap DAŞBAŞ	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Yunus DURSUN	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Cemil OSMANOĞLU	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Esmâ MIHLAYANLAR	Trakya Üniversitesi
Doç. Dr. Ersin ESKİLER	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Feyzan GÖHER VURAL	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Doç. Dr. İlker YARDIMCI	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Mehtap AYDINER UYGUN	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Doç. Dr. Muhammet KIZILGEÇİT	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Murat TOKSARI	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa ULU	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Hicran ÖZGÜNER KILIÇ	Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Hikmet Zeki KAPCI	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Orhan GÜRSU	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Özcan AKDAĞ	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Ramis KARABULUT	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Doç. Dr. Serkan YAZICI	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Suzan ÇOBAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Şevki ULEMA	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Veli Alpagut YAVUZ	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Doç. Dr. Vehbi ÜNAL	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Yahya BAĞÇECİ	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Zübeyde Özlem PARLAK BİÇER	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Akın ÖZEN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Baran ARSLAN	Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Duygu FIRAT	Kocaeli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Duygu TURGUT	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ebru KAMACI KARAHAN	Bursa Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Elif ŞİMŞEK ÖZKAN	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emine KARASU AVCI	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Filiz KATMAN	İstanbul Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Funda BULUT	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan KÖŞKER	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İlkül KAYA ZENBİLCİ	Yozgat Bozok Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞİMŞEK	Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Neşe ACAR	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seden DOĞAN	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep ÖLÇÜ DİNÇER	Erciyes Üniversitesi
Dr. Sezgin ELBAY	T.C. Millî Eğitim Bakanlığı
Dr. Ahmet BÜLBÜL	Erciyes Üniversitesi

GELENEKSEL EL SANATLARINDA KULLANILAN ÇİNTEMANİ MOTİFİ VE SERAMİK SANATINA YANSIMALARI

 Bengütay HAYIRSEVER^a

Öz

Geçmiş yüzyıllardan günümüze ustasının anlatım diliyle biçimlenerek belirgin bir kimlik ortaya koyan geleneksel motiflerimiz; özgün desenleri, şekilleri ve renkleri ile Türk kültürü içinde köklü bir geçmişe sahip olagelmıştır. Bu motiflerin en göz alıcı ve dikkate değerlerinden biri Çintemani motiftir. İlk kullanımı Uygur Türklerine kadar tarihlendirilen Çintemani motifi; günümüzde tekstil, halı, çini, seramik, tezhip, ahşap ve sedef işlemeciliği gibi sanatlarda hala yaygın olarak kullanılmaktadır. Tarihte farklı medeniyetlerde çeşitli inançlarda sembol ve dekor amacıyla farklı şekil ve kompozisyonlarda kullanılmış olan motif; Uygur Türkleri'nin kullanımından sonra Uzakdoğu'da kutsal bir hale gelmiş ve daha sonra Osmanlı süsleme sanatında da çoklukla kullanılmıştır. Bereket, koruyuculuk, güç gibi kavramları temsil eden ve görsel olarak üçgen şeklini hatırlatan Çintemani motifi; ikisi altta biri üstte üç yuvarlak ve iki dalgalı çizgiden meydana gelmektedir. Üç yuvarlak, pars postundaki beneklere, iki dalgalı çizgi ise kaplan postuna benzetildiğinden Osmanlı döneminde padişah ve şehzade kaftanlarında sıkça kullanılmıştır. Bu araştırma da Çintemani motifinin tarihi, kültürel ve sosyal anlam boyutu irdelenerek, motifin seramik sanatına nasıl yansıdığı örneklerle anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültür ,Seramik, Çintemani, Motif, Kaftan



ÇİNTEMANİ MOTIVE USED IN TRADITIONAL HANDICRAFTS AND ITS REFLECTION ON CERAMIC ART

Abstract

Our traditional motifs, which have been shaped with the expression language of the master from the past centuries to the present, have a deep-rooted past in Turkish culture with their unique patterns, shapes and colors. One of the most striking and remarkable values of these motifs is the Çintemani motive. The Çintemani motive, whose first use is dated back to the Uyghur Turks, continues to be used in arts such as textile, carpet, ceramic, tile, gilding, wood and mother-of-pearl embroidery. The motive, which has been used in different forms and compositions in different civilizations for symbolic and decorative purposes in history, has become a sacred place in the far east after the use of Uygur Turks, and was later used in Ottoman art. Çintemani motive, which represents concepts such as abundance, protection, and power and visually reminds

^a Öğr. Gör. Dr., Erciyes Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, bengutay-26@hotmail.com

of its triangular shape, consists of three circular and two wavy lines, two at the bottom and one at the top. In this research, the historical, cultural and social meaning dimension of the Çintemani motive will be examined and how the Çintemani motive has reflected on the ceramic art will be explained with examples.

Key Words: Culture, Ceramic, Çintemani ,Motive, Caftan



Giriş

Kültür; toplumsal değerlerin oluşmasında en temel değerlerden biridir. Tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun ortaya koyduğu yaşam biçimi, gelenek göreneklere ve davranışları kültürün başlıca dinamikleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kültür; TDK sözlüğünde; "Tarihi toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere sözlü veya yazılı aktarmada kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin." (TDK,1994, s. 492) olarak tanımlanmakta, İnsanoğlunun nesilden nesile aktardığı değerlerin bütününe teşkil eden Kültür, yaşanan dönemin siyasi, ekonomik, politik, sosyal ve dini inançlar gibi tüm özelliklerini kapsamaktadır.

"Toplumsal gelişmenin her aşamasının kendine özgü bir kültürü vardır. Ancak her toplumsal aşama kendi kültürünü oluştururken, geçmişin kültür mirasını devir alır ve kendi kültürünü bunun üzerine kurar. Aynı zamanda, farklı bölgelerde farklı kültür motiflerine rastlanır. Bu motifler aynı çağda farklı ülkelerde değişik kültürlerin oluşmasını sağlar." (Gümüştekin, 2015,s. 326).

Anadolu'da yüzyıllar boyunca pek çok uygarlık yaşamış ve bu sayede zengin bir kültürel çeşitlilik oluşmuştur. Her uygarlığın kültürünü yansıtan kendine özgü sanatsal değerleri bulunmaktadır. El sanatları da bu kültürel yolculukta önemli bir aracı olmuştur. Ahşap, bakır, taş işlemeciliği, ebru, tezhip, çini gibi geleneksel sanatlarımızda bu motifler farklı malzeme ve farklı tasarımlarla karşımıza çıkmıştır. Kültürel dokunun bir yansıması olan ve halen yaşatılan ve kullanılan bu geleneksel motifler içinde yaşanan toplumun adeta bir yansımasıdır." Bezeme ve süslemede bütünü oluşturan parçalardan her birine verilen ad olan motif'in karşılığı olarak Türkçede "Örge" sözcüğü de kullanılmaktadır"(Sözen & Tanyeli, 2005, s. 166).

Motifler aslında birer tasarımdır. Geçmişten geleceğe tüm sanat dallarında kullanılan motifler ve yorumları, sanatçıların tasarımlarında farklılık göstermektedir. Türk seramik ve çini sanatında çoklukla çalışılan motiflerin bir tanesi de Çintemani motifidir.

A. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, betimsel analizle çalışılan nitel bir araştırmadır. Araştırma kapsamında konu ile ilgili literatür taraması yapılarak bilgilere ulaşılmış, bu motifi çalışılan sanatçılarla görüşmeler yapılmış ve derlenen bilgiler doğrultusunda Çintemani motifi ve bu motif ile çalışan seramik sanatçıları ve eserleri örneklendirilerek çalışma oluşturulmuştur.

1.ÇİNTEMANİ MOTİFİ ve SERAMİK SANATINA YANSIMALARI

1.1.ÇİNTEMANİ MOTİFİ

Çintemani motifi; Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğünde “İççe birbirlerine aynı noktada teğet olarak değen üç daireden oluşan ve bu biçimde üç öğenin bir üçgenin köşelerini merkez olacak konumda yerleştirilmesiyle oluşan bezeme örgesi. Çin ve Japon sanatında Buda’nın simgesi olarak kullanılan Çintemani, Osmanlı bezemesinde bu işlevinden arınmış olarak geniş çapta uygulanmıştır. Özellikle kumaşlarda ve çinilerde görülür”(Sözen & Tanyeli, 2005, s. 61).



Görsel 1.Çintemani Motifi (pinterest.com, Erişim Tarihi: 16.03.2019)

Çintemani motifi, duvar uygulamalarında, çini tabaklarda, halılarda, eccadelerde, dönemin kullanılan pek çok günlük eşyasında, tekstil ve geleneksel sanatların pek çoğunda bezeme ve işleme olarak karşımıza çıkmaktadır. Tezhip sanatında kullanılan motiflerdendir. Bugünkü bilgilerimize göre, TSMK-EH 1512’deki 921/1515 tarihli Manti-ku-t-tayr adlı eserin sahife kenarlarında en erken örnek olarak görülmektedir. Bu tarih Yavuz Sultan Selim’in Tebrizi alıp (1514) buradaki sanatkarları İstanbul’a getirmesinden sonraya rastlamaktadır. Orta Asya kaynaklı olan bu motif; san’atımıza büyük bir ihtimalle Tebriz’li Türk San’atkarların armağanıdır”(Birol & Derman, 2015, s. 169).

Çintemani motifi ile ilgili çok farklı görüşler sunulmaktadır. Timur’un üç kıtadaki hükümdarlığını temsil eden Çintemani motifinin, bu sebeple Timur devri sikkelerinde kullanıldığını,zaten Timur’un ihtişamlı döneminden de bir tek Çintemani motifinin kaldığından söz edilmektedir. Bir başka görüşe göre de güç ve kuvveti simgeleyen bu motife Kaplan Gözü ya da Leopar Beneği denmektedir. Kıyafetlerde kullanılarak saraylı ve halktan olan bireyleri ayırabilmek amacıyla kullanılmıştır.

“Osmanlılar bu motifi, dairelerin ve şeritlerin birbirlerine olan pozisyonlarını değiştirerek ve çeşitli şekillerde kullanmışlardır. Örneğin şeritler kaldırılmış ve ekstra dairelerle tasarlanmış üç daireden oluşan kümeler bulunmaktadır. Bunlardaki en büyük daire, yarım ay oluşturacak şekilde düzenlenmiş ve Osmanlı bayrağını andırır bir kompozisyona dönüşmüştür” (Aydın, 2000, s.374).

Osmanlı sultanları, Çintemani motifini imparatorluk amblemi olarak kullanmışlar, padişahların kıyafetlerinde, kaftan ve kavuklarda daha sonrada halı kitap ciltleri ve özellikle İznik çinilerinde, sıklıkla kullanılmıştır.

Geçmişten günümüze üretilen sanat yapıtlarını incelediğimizde; Seramik, çini, tezhip; her türlü el işlemeciliğinde hep belirli bir aşama kaydedilerek günümüze ulaşılmıştır. Bu tarihsel süreç içerisinde sanatkarlar hep geçmişten ilham almış, zengin kültürümüzden etkilenerek çalışmalar üretmişlerdir. Geleneksel sanatlar ve bu sanatlarda kullanılan motifler her yüzyılda toplumların duygu ve düşüncelerini günümüze aktarmış, üretildikleri dönemin yaşam biçimlerini, ekonomik ve siyasi durumlarını, kültürel değerlerini ve dünya görüşlerini işlemişler, bu konular hakkında bizleri bilgilendirmişler, böylelikle de aynı zamanda geleneksel sanatların çizgisini belirlemede önemli bir etken olmuşlardır. Çintemani motifi de bu süreçte pek çok sanatçıya ilham vermiş, öncelikle klasik olarak çini tabak ve karolarda çalışılmıştır. Çini ve seramik sanatı, tarih öncesi dönemlere kadar uzandığı için kültürümüzdeki en eski değerlerdendir. Bu sebeple de Selçuklu'dan Osmanlı'ya ve günümüze kadar pek çok desen ve biçim zamanımıza ulaşmıştır. Farklı zamanlarda saraylarda, camilerde, kervansaraylarda hem seramik, hem de çini örneklerle her zaman yerlerini almış; sıklıkla kullanılmışlardır.

1.2.ÇİNTEMANİ MOTİFİNİN SERAMİK YANSIMALARI

Çintemani motifi, bugünün sanat anlayışı içerisinde, çağdaş malzemelerle ve çağımıza uygun bir anlatım diliyle, geçmiş ve gelecek arasında bir köprü kurarak işler üreten pek çok seramik sanatçısına ilham olmuştur.

Türkiye'de çağdaş seramik sanatının gelişiminde önemli roller üstlenen seramik sanatçıları, eserlerinde geleneksel Çintemani motifini kullanarak seramik sanatına farklı biçim anlayışları yansıtmuşlar, geleneksel ve çağdaşı birleştirerek çalışmalarını oluşturmuşlardır. Bu makalenin konusu olan Çintemani motifi ile çalışan sanatçıların eserleri incelendiğinde motifin her sanatçı tarafından farklı şekillerde kullanıldığı görülmektedir.

Gökden Alpman Matthews; uzun süredir hem iki boyutlu hem de üç boyutlu seramik çalışmalarında Çintemani motifini kullanmaktadır. Türk sanatçı, geleneksel motiflerimizi hem kaftan formlarında hem de mozaik dokusundaki pano çalışmalarında kullanarak, kültürel zenginliğimizi öne çıkaran eserler ortaya koymakta, Çintemani motifini kullanarak çağdaş tasarımlar üretmekte, yeni bir anlayışla geçmişe öykünen çalışmalar ortaya çıkarmaktadır.



Görsel 2. "Harem" 40x30cm (Gökden Alpman Matthews Kişisel Arşiv)

Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü mezunu olan ve Yüksek Lisansını da yine aynı üniversite de Seramik Ana Sanat Dalı'nda tamamlamış olan Gökden Alpman Matthews, uzun yıllar İstanbul'da serbest çalışmış bir sanatçıdır. Farklı kültürlerle ev sahipliği yapan, iki büyük imparatorluğa başkentlik yapmış bir kültür ocağı olan İstanbul'dan ve burada yaşamış olan uygarlıklardan ilham alan sanatçı, bu duygu ve düşüncelerini, Osmanlı kültüründe önemli bir yeri olan ve aynı zamanda sultanların siyasi güçlerini de gösteren kaftanların imgesel izdüşümlerini seramik formlara aktarmakta, bu formlar üzerine geleneksel Türk motifleri ile bezemeler çalışmaktadır.

Kaftan formları üzerinde geleneksel motifleri ve özellikle Çintemani motifini mutlaka kullanan Matthews, ürettiği figürlerde kaftanları kadın bedenini simgeleyen formlara da giydirmektedir. Sanatçının kültürlerarası çalışmaları yaparken çıkış noktalarından biri de kadındır. Kadının yaşam içerisindeki tarihsel, sosyal, kültürel geçişlerini, toplumdaki önemi ve gücü esas irdelediği konulardır. Sanatçının ortaya koyduğu kaftan formlarında; dönemin ihtişamı ve erk sahiplerinin gücü; Turkuaz, kırmızı, mavi ve yeşilin en parlak sır tonlarıyla sembolize edilmekte, farklı olarak kadın kaftan formlarını da izleyicisine sunmaktadır.



Görsel 3.“Alem”37x3x11cm (Gökden Alpman Matthews Kişisel Arşiv)

Kaftanın siyasal gücü, Osmanlı padişahlarının ve sultanlarının kıyafetleri, kral ve kraliçelerin kaftana benzer tören cübbeleri sanatında betimlediği imgeler arasında yer almaktadır.



Görsel 4. "Kaftan" (Gökden Alpman Matthews, Kişisel Arşiv)



Görsel 5. "Harem" 50x35cm (Gökden Alpman Matthews Kişisel Arşiv)

Sanatçı; kültür, sanat ve tarih paylaşılabilen, etkilenilen, hissedilebilen evrensel bir bütündür. Şiirleriyle çalışmalarında Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorluklarının mimari, seramik, tekstil alanlarına ait eserlerini bir kültür mozaigi içerisinde birleştirerek, doğduğu toprakların zenginliğine göndermeler yapmaktadır (Gökden Alpman Matthews ile Röportaj, Röportaj Tarihi 20.02.2019).



Görsel 6.“Kaftan” 30x22cm (Gökden Alpman Matthews Kişisel Arşiv)

Sanatçı, uzun yıllar İstanbul da kardeşi ile beraber kurduğu “Studio Mediterranean” da çalışmalarına devam etmiş, daha sonra da 2009 yılında evlenerek gittiği Amerika Birleşik Devletleri’nde, Alabama’da, Gökden Alpman Matthews Studio’yu kurarak İstanbul’daki atölyesini Amerika’ya taşımıştır. Çalışmalarında kullandığı çamur ve sırları kendi üreten sanatçı, o zamandan bu yana çalışmalarına kendi atölyesinde devam etmektedir. Hem kullandığı geleneksel motifler hem de çalışmalarındaki kültürel çeşitlilik ile adeta bir kültür elçisi görevini yapan sanatçı, kültürümüzü tüm dünyaya tanıtmakta önemli bir misyon üstlenmektedir.

Çintemani motifini çalışmalarında kullanan diğer Türk sanatçı Füsun Uludınç Çövenoğlu ise; kendine özgü yorumlarıyla göz doldurmaktadır. Eserlerinde Osmanlı kültürünün önemli öğelerinden

olan Çintemani motifini günümüze taşıyan sanatçı, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü'nde akademisyen olarak görev yapmaktadır. Füsun Çövenoğlu'nun farklı dönemlere ait arkeolojik seramik buluntulara ilgisi lisans eğitimi sırasında katılmış olduğu Bayraklı, Foça ve Asos arkeolojik kazı alanlarında başlamış ve bu ilgi sanatsal üretimlerine yansımıştır. Sanatçının eserlerinde, farklı dönemlere ait seramik ve metal buluntuların yansımaları görülmektedir. Tasarımlarını oluştururken, araştırmaları ve deneyimleri doğrultusunda geleneksel motiflerle antik dönem seramik üretim tekniklerini harmanlayan sanatçı, özellikle zinter astarın ipeksi dokusu ve bakır ile bronzun metalik etkisini biçim ve formlarında sıkça kullanmaktadır.



Görsel 7.“Ege Bulutları” 42x26x22cm(Füsun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv)

Taşıyıcı olarak metal bir ayağa monte edilmiş dört köşeli bir balonu andıran şekliyle Terra Sigilata uygulanmış zemin üzerine Çintemani bezemelerinden oluşan bu sade eser; izleyicisini bir anda geçmişe götüren bir çalışmadır. (Görsel.7) Sanatçı, çalıştığı formların daha dinamik ve hareketli olmasını sağlamak ve anlamı güçlendirmek için formlara taşıyıcı olarak metal ayaklar ilave etmektedir.



Görsel 8. "İsimsiz" 42x26x22cm(Füsun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv)

Köklü bir geçmişe sahip olan geleneksel Osmanlı saray motiflerinden Çintemani motifi; Füsun Çövenoğlu'nun eserlerinde bezeme olarak yer almaktadır. Sanatçının, altın yaldızla bezediği Çintemani ve Çin Bulutu motifli seramikleri, izleyiciyi bir taraftan Osmanlı döneminin zengin kültürel yaşantısına götürmektedir. Üç aşamalı teknikle pişirdiği Zinter astarlı, Çintemani motifli seramikleri ise, Antik Roma ve Yunan uygarlığında üretilen Terra Sigillata kaplarının sırsız görüntüsü gibidir.



Görsel 9. "Çintemani" 30x12x10cm(Füsun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv)



Görsel 10. “Çintemani” Ayrıntı (Fusun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv)

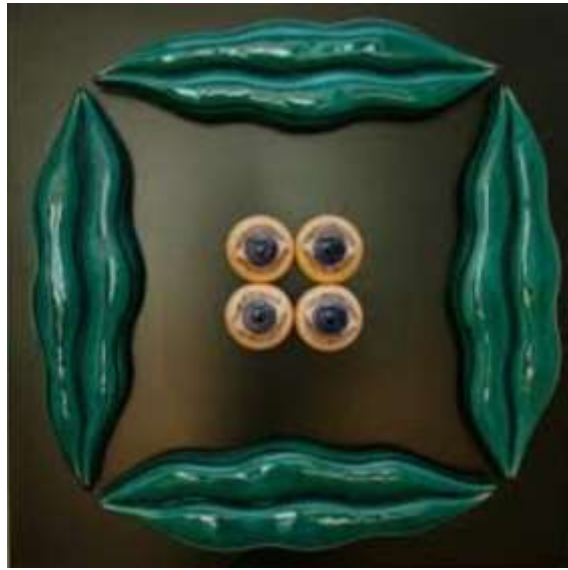
Fusun Çövenoğlu, geçmişe ait değerleri günümüz sanat anlayışı ile bütünleştirerek yaşatmak adına eser üreten sanatçılarımızdandır. Kendine özgü yorumlarıyla Çintemani motifini eserleriyle günümüze taşıyan sanatçılarımızdan biridir. Eserleri yurt içi ve yurtdışında özel koleksiyonlarda yer alan sanatçının çalışmaları tarihsel ve kültürel değerlerimizi gelecek kuşaklara aktaran birer belge niteliğindedir.

Meliha Coşkun, eserlerinde Çintemani motifini hem bezeme hem de iki ve üç boyutlu form olarak çalışan Türk sanatçılarından biridir. Coşkun, motifi sanatının ilk yıllarında farklı biçimlerdeki çini bünyeli formlara dekor olarak çalışmıştır. Uzun yıllar geleneksel motifleri çalışmasının ardından, gelenekseli iyi bilmenin vermiş olduğu bilgi birikimi ve deneyim sonucunda iki ve üç boyutlu formlarda farklı arayışlara ve tasarımlara yönelmiştir. Titizlikle çalışmış olduğu Çintemani motiflerini üç daireyi ve üst üste iki bulut motifini şekillendirerek enstalasyona dönüştürmekte, çalışmalarını anılan form üzerinden izleyicisine sunmaktadır. Kadın konusunu sanatsal açıdan ele alan Coşkun; kadının hem üretici kimliğini hem de ilham kaynağı olma misyonunu toplumsal cinsiyet kavramını üzerinden sorgulayarak; ulaştığı sonuçları farklı açılardan izleyicisine sunmayı bilmiştir.



Görsel 11-12.“Çintemani” 1.20x1.20cm(Meliha Coşkun Kişisel Arşiv)

Motiftteki bu üç daireyi göz olarak, bulut motiflerini de dudak olarak yorumlayan sanatçı, duygusal olarak yaşadığı heyecanları “Bakmak, Görmek, Görünmek”edimleri üzerinden sanatına yansıtmıştır. Döküm tekniği ile şekillendirmiş olduğu formlarında kullanmış olduğu çamur ve sırlarının reçetelerini kendisi hazırlamaktadır.



Görsel 13. “Hüzünlü Bulut”, 140x140cm (melihac.blog.spot,Erişim tarihi 17.03.2019)

Çintemani motifine geleneksel ve iki boyutlu formlar olarak hakim olan Meliha Coşkun, düzenlemelerinin zemininde ahşap ve cam malzemeyi hem sunum olarak hem de taşıyıcı olarak tercih etmekte, farklı geometrik şekillerde kaide olarak kullanmaktadır.



Görsel 14. “Üçlü Bulut” 70x100cm (Meliha Coşkun Kişisel Arşiv)

Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü’nden mezun olan sanatçı; farklı yıllarda, çeşitli üniversitelerin Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümleri’nde misafir öğretim elemanı olarak görev yapmıştır ve çalışmalarına halen İstanbul’un Cihangir semtindeki atölyesinde devam etmektedir.

Sonuç

Çintemani motifi, temel özelliğini kaybetmeden günümüze kadar ulaşabilen; hem çağdaş hem de gelenekli sanatlarda kullanılan bir motiftir. Motif, anlam ve şekil olarak pek çok kaynaktan farklı açıdan anlatılsa da, motifin kullanılma amacı ve tarihsel hikayesi aynıdır. İçerik olarak özünde güç, enerji ve insana iyi gelen, uğur getiren bir form olarak nitelendirilen motifin tılsımına da inanılmaktadır. Bu sebeple pek çok sanat dalında sanatçılara ilham kaynağı olmuştur. Tıpkı çini sanatçılarının verdikleri eşsiz örneklerde olduğu gibi, Çintemani motifinden yola çıkarak eserlerini üreten günümüz seramik sanatçıları arasında çalışmalarını incelediğinde; her sanatçının farklı yöntem ve anlatım dili ile değişen form ve renklerde adı geçen motifi kullandıkları, bu motifi yeni formlarla harmanlayarak, çağdaş ve gelenekseli bir arada yaşatmak adına önemli bir misyonu üstlendikleri görülmektedir.



KAYNAKÇA

- Biol, İ. A., & Derman, Ç. (2015). *Türk tezyini sanatlarında motifler, Motifs in Turkish decorative arts*,(11.Baskı),Kubbealtı Yayınları.
- Gümüştekin, N.(2015).*Kültür kavramı ve Osmanlıdan günümüze kültürel yapının incelenmesi*, Atatürk Kültür, Dil Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.

Sözen, M., & Tanyeli, U.(2005).*Sanat kavramları ve terimleri sözlüğü*, Remzi Kitabevi.

Türk Dil Kurumu Sözlük Bilim ve Uygulama Kolu Yayınları, (1994). Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Aydın, Ö. (2000) Çintemani Motifinin kökeni ve 16. ve 17.yy beyaz zeminli Uşak halıları, *Türk Dünyası Kültür ve Sanat Sempozyumu Bildiriler Kitabı*.

Gökden Alpman Matthews, Eserleri Üzerine Röportaj (Röportaj Tarihi:20.02.2019)

Fusun Uludiñ Çövenoğlu ,Eserleri Üzerine Röportaj (Röportaj Tarihi: 16.02.2019)

Meliha Coşkun, Eserleri Üzerine Röportaj (Röportaj Tarihi: 17.02.2019)

İNTERNET KAYNAKLARI

melihac.blogspot.com (2019,Mart 17)

pinterest.co.uk (2019,Mart 17)

GÖRSEL KAYNAKLAR

Görsel 1:pinterest.com (2019,Mart 16)

Görsel 2:Gökden Alpman Matthews Kişisel arşiv.

Görsel 3:Gökden Alpman Matthews Kişisel arşiv.

Görsel 4:Gökden Alpman Matthews Kişisel arşiv.

Görsel 5:Gökden Alpman Matthews Kişisel arşiv.

Görsel 6:Gökden Alpman Matthews Kişisel arşiv.

Görsel 7: Fusun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv.

Görsel 8:Fusun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv.

Görsel 9: Fusun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv.

Görsel 10: Fusun Uludiñ Çövenoğlu Kişisel Arşiv.

Görsel 11:Meliha Coşkun Kişisel Arşiv

Görsel 12: Meliha Coşkun Kişisel Arşiv.

Görsel 13: Meliha Coşkunmelihac.blogspot (2019,Şubat 17)

Görsel 14: Meliha Coşkun Kişisel Arşiv.



MARKA KİŞİLİĞİ VE BENLİK SAYGISI KAVRAMLARININ TÜKETİCİ SATIN ALMA TARZLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA*

 Sinem SARGIN^a

 Leyla LEBLEBİCİ KOÇER^b

Öz

Teknolojik ilerlemeler ve iletişimin yaygınlaşması, ürün ve hizmetler arasındaki farkları en aza indirmeye ya da ortadan kaldırmaya başlamıştır. İşletmeler tüketicilerin ilgi, istek ve satın alma davranışlarını harekete geçirebilmek için markalarını ön plana çıkarmak zorunda kaldıkları için mevcut markalar üzerinde kişilik yaratmaya başlayarak, faydacı işlevlerinin yanına sembolik bir değer yüklemeye çalışmaktadırlar. Marka kişiliği bir markaya atfedilen insansı özelliklerdir. Markaların kişilik özellikleri tüketicinin benliğiyle bağdaştığı ve uyumlu hale geldiğinde anlam kazanır. Benlik saygısı, kişinin kendisine dair algı ve değerlendirmeleri olarak ifade edilmektedir. Tüketici satın alma tarzları ise, bireylerin alışveriş sırasında ürün ve hizmetler arasından tercih yapma yöntemlerini belirleyen karakteristik özellikler olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin Mavi Jeans markasına yönelik marka kişiliği algılarının benlik saygısı üzerindeki etkisini aynı zamanda da marka kişiliği algıları ve benlik saygısı düzeylerinin satın alma tarzları üzerindeki etkisini araştırmaktır. Kayseri Nuh Naci Yazgan Üniversitesi'nde 375 lisans öğrencisine yüz-yüze anket yöntemi uygulanarak gerçekleştirilen çalışma sonucunda elde edilen veriler yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, tüketicilerin marka kişiliği algılarının benlik saygıları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ve marka kişiliği algısının satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkarılırken, benlik saygısının tüketicilerin satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Marka Kişiliği, Benlik, Benlik Saygısı, Satın Alma Tarzı



THE EFFECT OF BRAND PERSONALITY AND SELF-RESPECT CONCEPTS ON CONSUMER PURCHASE STYLES: AN APPLICATION ON UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

Technological advances and widespread communication have started to minimize the differences between products and services. Businesses start to create personality on existing brands and work towards a symbolic value of the functions of their utilitarian functions, as they stay to activate the desire and purchasing behaviors

* Bu çalışma, aynı başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

^a Arş. Gör., Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ssargin@nny.edu.tr

^b Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, leyla@erciyes.edu.tr

to activate the interests, desires and purchasing behaviors of the consumers. Brand personality are humanoid traits attributed to a brand. Brands' personality traits become meaningful when they are compatible and compatible with the consumer's self. Self-esteem, followed by milk perception and expressed as follows. Consumer purchasing styles are defined as the characteristics that determine the methods of individuals to choose products and services during shopping. The aim of this study is to investigate the effect of brand personality perceptions on self-esteem and the effect of brand personality perceptions and self-esteem levels on purchasing styles for Mavi Jeans brand by university students. At Kayseri Nuh Naci Yazgan University, the equality model, which is the data obtained by applying face-to-face questionnaires to 375 undergraduate students, is displayed. According to the findings of the research, it was concluded that consumers' brand personality perceptions had a significant effect on their self-esteem and brand personality perception had a significant effect on their purchasing style, while self-esteem had an effect together with consumers through purchasing.

Key Words: Brand Personality, Self, Self Esteem, Purchasing Style



Giriş

Günümüz teknoloji dünyasında, firmaların tüketicilere sunduğu ürün ve hizmetler birbiriyle oldukça benzerlik göstermeye başlamıştır. Ürünler arasındaki benzerlik ve yoğunlaşan rekabetle birlikte, marka kavramı firmalar açısından vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Firmalar, tüketicilerin istek ve arzularını satın alma davranışına dönüştürebilmek için marka stratejilerine önem vermeye başlamışlardır. Marka sayılarındaki öngörülemeyen artışla beraber, markaların yalnızca somut özellikleri bakımından farklılaştırılmasının tüketiciler üzerinde etkili olmadığı anlaşılmıştır. Bu nedenle, firmaların markalarını farklılaştırma stratejilerini oluşturmaları ve tüketicilerin zihninde konumlandırabilmeleri artık sembol, duygu veya diğer anlamlara bağlı olarak mümkün olabilmektedir. Bunun da ötesinde, pazarlamacılar mevcut markalar üzerinde kişilik yaratmaya başlayarak, faydacı işlevlerinin yanına sembolik bir değer yükleyip markalara kişilik kazandırmışlardır. Böylelikle markalar, kazandıkları insani karakter özellikleri ile tüketiciler tarafından özdeşleştirilmeye ve ayırt edilmeye başlanmıştır. Markaların farklılaşma arayışı sonucu ortaya çıkan marka kişiliği, markaların hedef kitlesi ile olan ilişkilerini de güçlendirmektedir. Bu nedenle, marka kişiliği yaratırken; hedef kitle, hedef kitlenin özellikleri, ihtiyaç ve beklentileri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu doğrultuda, markaların kişilik özelliklerinin oluşturulması pazarlama yöneticileri açısından oldukça önemli bir konu haline gelmiştir.

Marka kavramına ilişkin yapılan tanımların bir kısmı, markayı görsellerle sınırlandırırken, bazıları ise görsel unsurların yanında soyut özellik ve değerlerin de markanın önemli unsurları olduğunu ileri sürmektedir. Çünkü artık marka, üretici ve tüketici arasında iletişimi sağlayan bir araç haline gelmiştir. Yani, marka somut özelliklerinin yanında, soyut özellikleri de olan bir kavramdır. Markalar genellikle somut pazarlama iletişimi öğeleriyle (reklam, logolar, sloganlar, jingle'lar vb.) eşdeğer görülmektedir. Ancak, bir marka bundan çok daha fazlasıdır. Tıpkı insanların kişilik özelliklerinin olması gibi, bir marka hakkında da zamanla bir marka kişiliği oluşur. Marka kişiliği, pazarlamacıların bir markaya verebilecekleri güvenilir, samimi, maceracı, dürüst, heyecanlı, sofistike vb. gibi insansı özelliklerdir. Marka kişiliği firmanın rakiplerinden uzun vadede farklılaşmasına neden olmakta ve tüketicilerin

markayı bir kimlikle ilişkilendirmesini sağlamaktadır. Ürünler birbirine çok benzer olduğunda ve ayırt edilmeleri güçleştiğinde, marka kişiliği farklılaştırıcı bir etken olarak öne çıkmaktadır. İnsanlara ait olan kişilik özelliklerinin tamamının markalara atfedilmesi olarak ifade edilen marka kişiliği, tüketiciler ile markalar arasında kalıcı ilişkiler oluşturulmasında önemli etkisi olan bir ilişkisel pazarlama unsurudur ve bu ilişkilerin tüketicilerin satın alma davranışlarını nasıl ve neden gerçekleştirdiklerini açıklamaya çalışmaktadır.

Tüketici davranışlarına ilişkin yapılan araştırmalar incelendiğinde, tüketicilerin satın aldıkları ürün veya markaların da tüketicilerin bir takım tecrübeler kazanmasına neden olduğu ve bu tecrübeler aracılığıyla kişilerin sosyal çevrelerinde bulunan diğer bireylere bazı mesajlar vermeye çalıştıkları görülmektedir. Bu mesajlara bireylerin çevresindeki diğer kişilerden gelen geri bildirimler ile de tüketiciler kendi benliklerini oluşturmaktadırlar. Geliştirilen benlik sayesinde de tüketiciler satın alma davranışı gerçekleştirirken, kendi benlikleri ve marka/ürün arasındaki uyuma dikkat etmektedirler. Bu uyum ise, tüketicinin etrafındaki bireylere benlik saygıları ve yaşam stilleri hakkında bilgiler vermektedir.

Benlik, kişinin kendini algılama şeklidir. Kişinin kendini nasıl gördüğünü, kişiliğine ilişkin düşüncelerinin neler olduğunu ortaya koyar. Benlik saygısı ise, bir bireyin öz değerinin farkında olmasına ve diğerlerinden farklı özellikler taşımasına dayanan, pozitif yönlü bir öz değerlendirmedir. Ürünler ve markalar tüketicinin benliğinin bir göstergesi olarak kabul edilir. Yani, ürünlerin ve markaların taşıdığı sembolik anlamları bilmek gerekmektedir. Tüketiciler, aldıkları ürün ya da marka kendi benlikleriyle uyumlu olduğunda ya da benliklerini geliştirdiği zaman satın alma eylemini gerçekleştirirler. Kişinin benliğini oluşturmasında ve benliğini diğer insanlara ifade etmesinde marka bağlantılarının kullanılması, marka ile tüketicinin kimliği arasında güçlü bir ilişki oluşturur. Başka bir deyişle, tüketicinin marka ile yaşadığı kişisel tecrübeler o markanın imajı ile yakından bağlantılı olduğunda ve marka kişinin psikolojik ihtiyaçlarını karşıladığında kuvvetli bir benlik-marka bağlantısı kurulma olasılığı artar.

Markaların kişilik özellikleri tüketicinin benliğiyle bağdaştığı ve uyumlu hale geldiğinde anlam kazanır. Günlük yaşantımızda nasıl hepimiz kendimize benzeyen, benliğimizle uyumlu bireylerle daha yakın ilişkiler kuruyorsak, markalar için de benzer bir durum söz konusudur. Başka bir deyişle, tüketicilerin markaların kişiliklerini algılama biçimleri benlikleri üzerinde etkilidir ve tüketiciler markalar aracılığıyla benliklerini dış dünyaya ifade ederler. Dolayısıyla, tüketiciler markaların kişilikleriyle kendi benliklerini karşılaştırırlar ve benlikleriyle uyumlu kişiliğe sahip markaları tercih ederler. Hedef kitle marka ile buluştuğu anda kendini görmeli ve marka ile duygusal bağ kurabilmelidir.

Bununla birlikte, tüketici davranışlarıyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, tüketicilerin tercihlerini satın alma tarzları doğrultusunda yaptıkları sonucuna ulaşmaktadır. Tüketicilerin satın alma tarzlarının ortaya çıkmasında; kişilik, hayat tarzı ve değerlerin büyük etkisi vardır. Bireyin yaşantısının her aşamasında davranışlarının şekillenmesine neden olan değerler, aynı zamanda, tüketicilerin karar verme tarzlarını da etkilemektedir. Bu bağlamda, kişisel değerler ve satın alma tarzları, tüketici davranışları açısından oldukça önemli kavramlar olarak görülmektedir. Tüketici satın alma tarzları, kişilerin alışveriş esnasında benzer ürün ve hizmetler arasında tercih etme yöntemlerini

belirleyen zihinsel bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Kalite bilinci veya moda bilinci gibi zihinsel özelliklere sahip olan tüketici satın alma tarzının araştırılması, firmaların pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından da oldukça önemlidir.

Bu bilgiler ışığında, bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin marka kişiliği algıları ve benlik saygısı kavramının satın alma tarzları üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırma soruları: “Marka kişiliği algısı ve benlik saygısı kavramlarının tüketici satın alma tarzları üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır?” ve “Marka kişiliği algısının benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır?” olarak tanımlanabilir. Çalışmada öncelikle öğrencilerin Mavi Jeans markasına yönelik marka kişiliği algılarının benlik saygıları üzerinde etkisi olup olmadığı incelenecek, daha sonra, Mavi Jeans markasına yönelik marka kişiliği algısının satın alma tarzı üzerindeki etkisi araştırılacak ve son olarak benlik saygısı kavramının satın alma tarzı üzerinde etkili olup olmadığı gözlenecektir. Marka kişiliği algısının ölçülmesi için Mavi Jeans markasının tercih edilme nedeni ise; üniversite öğrencileri tarafından sıklıkla satın alınan bir marka olması ve son yıllarda gerçekleştirdiği tutundurma faaliyetleri aracılığıyla gençlerin zihninde marka kişiliği yaratma ve konumlandırma çalışmalarına büyük önem veriyor olmasıdır.

Araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak, Kayseri Nuh Naci Yazgan Üniversitesi’nde eğitim görmekte olan öğrencilerden belirlenen örnek gruba yüz-yüze anket yöntemi uygulanarak veriler toplanacaktır. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılarak AMOS istatistik paket programı ile analiz edilecektir.

Bu kapsamda, çalışmanın birinci bölümünde marka kavramı ve unsurları, marka kişiliği kavramı, tüketici satın alma davranışları ve tüketici satın alma tarzları üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde ise benlik kavramı, benlik türleri, benlik imajı ve benlik saygısı kavramlarından bahsedilecektir. Son olarak da, üçüncü bölümde araştırmanın konusu, amacı, kısıtları, araştırmanın yöntemi ve bulguları ile bulguların değerlendirilmesi ve sonuç bölümü yer alacaktır.

A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. Marka Kişiliği

Tüketicilerin satın alma kararlarında marka en önemli faktörlerden biridir. Birçok tüketici, ürünün fonksiyonel yararlarının yanında, ürün seçim sürecinde marka odaklı davranmaktadır. Bu nedenle, tüketicilerin markaları nasıl algıladıklarının bilinmesi, işletmeler açısından önemli bir konu haline gelmiştir. İşletmeler kendi marka imajlarını güçlendirmek için, marka stratejilerine her geçen gün biraz daha fazla önem vermektedirler (Torlak ve Özdemir, 2005, s. 225).

Marka kavramlarıyla ilgili pek çok teori ve uygulama soyut kavramlarla ilgilidir. Bu kavramların en önemlilerden birisi de marka kişiliğidir. Tıpkı insanların benliklerinin, kişiliklerinin ve kişilik özelliklerinin olması gibi bir marka hakkında da zamanla bir marka kişiliği oluşur. “Marka kişiliği, pazarlamacıların bir markaya verebilecekleri güvenilir, samimi, maceracı, dürüst, heyecanlı, sofistike vb. gibi insansı özelliklerdir” (Koç, 2016, s. 356). Marka kişiliği de, kişilik kavramıyla benzer şekilde ortaya çıkmıştır; bir insan gibi markalara da kişilik özellikleri atfedilmiş ve birçok araştırmaya konu olmuştur.

Marka kişiliği kavramı ilk kez Gardner ve Levy tarafından 1955 yılında ortaya atılmış ve 1997’de Jennifer Aaker tarafından şekillendirilerek literatürde kabul görmüştür. Gardner ve Levy’ye göre marka kişiliği, genel bir imaj ve karakterdir ve markanın satış durumundan ya da ürünün bazı teknik özelliklerinden çok daha önemlidir (Özçelik & Torlak, 2011, s. 363). Aaker tarafından yapılan ve yaygın kabul gören tanım olarak; marka kişiliği, marka ile anılan tüm insani karakter özellikleridir (Aaker, 1997, s. 347). Keller de Aaker’a benzer olarak marka kişiliğini, insani karakter özelliklerinin markaya yüklenmesi şeklinde tanımlamıştır (Keller, 1993, s. 5).

Marka kişiliği, marka imajının duygusal yönünü ifade etmektedir. Tüketicilerin markaya ilişkin değerlendirmelerinin tümü marka kişiliği yaratılma sürecinde büyük önem taşımaktadır (Rajagopal, 2006, s. 14). Marka kişiliği, tüketiciler açısından markanın kişilik özelliklerinin ve markaya yüklenen anlamın tanımlanması amacıyla oldukça önemlidir (Aaker, 1995, s. 391). Bu bağlamda, marka kişiliği ve marka imajı aynı anlama gelmemektedir. Marka imajı, Randall tarafından “tüketicinin o marka hakkındaki deneyimlerinden, duyduklarından, reklâmlardan, paketlemeden, hizmetlerden edindiği enformasyon toplamının, seçici algı, önceki inanışlar, toplumsal normlar ve unutmama tarafından değişikliğe uğratılmış halidir” olarak ifade edilmektedir (Randall, 2005, s. 18). Başka bir ifadeyle, marka imajı tüketicilerin markaya yönelik algılamalarının tamamını ifade etmekte olup, marka kişiliği algısı ise marka imajında etkili olan psikolojik bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bir markanın marka kişiliği, markalara atfedilen insani özellikler olarak tanımlanırken, marka kişiliği algısı ise bu insani özelliklerin tüketiciler tarafından nasıl algılandığıdır.

Pazarlama literatürü incelendiğinde, marka kişiliğinin oluşturulması ve geliştirilmesi konularının oldukça fazla ilgi çektiği görülmektedir. Marka kişiliği, marka kimliğini oluşturan temel unsurlardan birisidir ve tüketiciyi odak noktasında bulunduran bir kavramdır. Marka kişiliği oluşturma süreci farklı araçlarla ve firmalar tarafından gerçekleştirilen etkili iletişim faaliyetleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Rajagopal, 2006, s. 3)

Pazarlamacılar aracılığıyla bir ürünün tasarımı yapılırken, o ürüne ilişkin yapılan marka çalışmaları içerisinde marka kişiliği yaratma süreci de yer almaktadır. Marka kişiliği, rakiplere karşı firmalara avantaj sağlayan önemli bir kavramdır. Günümüzde marka kişiliği çalışmalarına özellikle uluslararası şirketler tarafından büyük önem verilmektedir (Tıgılı, 2003, s. 67) ve şirketler, tüketicilerin zihninde markanın istenilen kişilik özellikleriyle konumlanması için önemli bütçeler ayırmakta ve kapsamlı çalışmalar yapmaktadırlar (Temporal, 2000, s. 1).

Marka kişiliği, markanın kişilik özelliklerini ifade ettiği için markanın ruhu olarak ifade edilmektedir. Ürünlerin rakiplerinden ayırt edilmesi ve farklılaştırılması konusunda marka kişiliği, markalar açısından büyük önem arz etmektedir. Tüketicinin ürün değerlendirme ve satın alma süreçlerinde markaların kişilik özellikleri aracılığıyla karar vermesi, marka kişiliği kavramını marka değeri oluşturulması aşamasında önemli bir etken haline getirmektedir. Başka bir deyişle, markaların diğer markalardan ayırt edilmesinde, sağladığı duygusal faydaların tüketicilere iletilmesinde ve tüketicinin zihninde kişisel bir anlam oluşturmada marka kişiliği oldukça büyük etkiye sahiptir. Marka kişiliği, insanların markayla ilgili düşünceleri ve değerlendirmeleri yerine, markayla ilgili hisleri

üzerinde etkilidir. Tüketiciler markaları genellikle insanlara ait kişilik özellikleriyle bağdaştırmakta ve kendi kişilik ve benlikleriyle uyumlu buldukları markaları tercih etmektedirler (Aaker, 1972, s.14).

Günümüzde markaların sayısının artmasıyla birlikte, firmaların markalarında farklılık yaratması ve rakiplerinden ayırt edilmesini kolaylaştırması her geçen gün biraz daha zorlaşmaktadır (Rojas-Mendez vd., 2004, s. 232). Bu nedenle, kişilik ve marka kişiliğine ilişkin çalışmalar ve bu çalışmaların tüketiciler üzerindeki etkisi pazarlama araştırmacıları ve uygulamacıları için önemli bir konu haline gelmiştir (Plummer, 1985, s. 27).

Bu doğrultuda firmalar için önemli olan, tüketicilerin markaların kişilik özelliklerine yönelik algılamalarının, firmanın yaratmak istediği marka kişiliği ile uyumlu olmasıdır (Bonde ve Nilsson, 1999, s. 17). Marka kişiliği, rakipleriyle arasında işlevsellik olarak çok büyük farklar bulunmayan markaların tercih edildiği pazarlarda önemli bir unsur haline gelmiştir (Aaker, 1996, s. 112).

Bazı pazarlama araştırmacıları marka kişiliğini, işlevsel ve fiziksel özelliklerinden sonra markanın üçüncü bir boyutu olarak belirtmektedirler.

Tüketicilerin, insanların kişilik özelliklerini insan olmayan varlıklarla bağdaştırmasının nedeni cevaplanması zor olan sorulardan biridir. Psikoloji alanında yapılan araştırmalara göre marka kişiliği "antropomorfizm" örneklerinden birisidir. Antropomorfizm, insanlara ait karakteristik özelliklerinin insan olmayan nesne ve varlıklara atanmasıdır. Antropomorfizme verilecek örneklerden bazıları bitkilerle sohbet etmek, bulutları insansı bazı şekillere benzetmek ve gece duyulan sesleri insan sesine benzetmek yer almaktadır (Haigood, 1999, s. 149). İnsanların kişilik özelliklerini neden insan olmayan varlıklarla bağdaştırdıklarını araştıran çalışmaların sonucunda, insanların beğendikleri kişilik özelliklerini yükledikleri markaları kendileri için daha güvenli, daha az riskli ve daha kullanışlı buldukları ortaya atılmıştır.

Marka kişiliği markanın en önemli boyutlarından birisidir. Tüketiciler satın alma karar verme süreçlerinde ve satın alma sırasında kendi kişilikleriyle markanın kişiliği arasında bir bağ oluştururlar. Dolayısıyla, markalar, müşterilerinin markanın olumlu ve güçlü özelliklerini algılamalarını sağladıkları takdirde başarıya ulaşabilirler. Markanın güçlü yanları, fiyat gibi fiziksel unsurlar olabileceği gibi, gençlik gibi duygusal unsurlardan da oluşabilir (Bonde & Nilsson, 1999, s. 12). Bütün bu unsurlar markanın kişilik özelliklerini tüketicilerin zihninde konumlandırarak, tüketicinin gözünde güven yaratırlar ve tüketiciyi satın almaya yönlendirmiş olurlar.

Bununla beraber, insanlara ait kişilik özelliklerinin ve markalara ait kişilik özelliklerinin ortak yönleri olsa da, bu kavramların nasıl oluştuğu ve nedenlerine dair bazı farklılıklar bulunmaktadır. İnsanların kişilik özellikleri, davranışlar, fiziksel özellikler, tutumlar, inanç ve değerler ve demografik özelliklere göre; marka kişiliği özellikleri ise, tüketicilerin markayla doğrudan ya da dolaylı yollarla kurduğu iletişim vasıtasıyla oluşmaktadır (Aaker, 1995, s. 68; Yavuz, 2004, s. 43).

Marka kişiliğinin oluşturulması süreci; markayı kullanan tüketicilerin imajı, firma çalışanları veya yöneticileri ve markaya ait ürünlere destek veren diğer bireyler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu sayede, markayla bağdaştırılan kişilik özellikleri doğrudan markaya atfedilmiş olur. Bunun yanında,

insanlara ait bazı kişilik özellikleri dolaylı yöntemler aracılığıyla da marka ile bağdaştırılabilir (Aaker, 1995, s. 69). Ürünle ilgili tutumlar, dağıtım kanalları, reklâm, marka ismi, sembol ve logo dolaylı yöntemlerden bazılarıdır.

Marka kişiliği firmanın rakiplerinden uzun vadede farklılaşmasına neden olmaktadır. Marka kişiliği, tüketicilerin markayı bir kimlikle ilişkilendirmesini sağlar (Magin vd., 2003, s. 297). Ürünler birbirine çok benzer olduğunda ve ayırt edilmeleri güçleştiğinde, marka kişiliği farklılaştırıcı bir etken olarak öne çıkmaktadır. Örneğin, sigara markaları, ürünleri birbirine çok benzer olduğu için markalarını kişilikleriyle farklılaştırmaktadırlar. Burada tüm işlevsel nitelikler çoğunlukla benzer olduğundan, kişilik markanın ayırt edilmesinde destekleyici rol oynamaktadır. Başka bir örnek vermek gerekirse, Algida ve Ülker Golf marka dondurmaların fiziksel özellikleri ve lezzetleri çok benzer olmasına rağmen, Algida ürünlerini yarattığı marka kişiliği ile diğerlerinden ayırtmaktadır.

Marka kişiliğinin oluşturulmasında farklı ölçekler geliştirilmiştir ve bu ölçekler çoğunlukla beş faktör kişilik modeline dayanmaktadır. Bu ölçeklerden en çok kabul göreni Jennifer Aaker'ın 5 boyutlu 42 maddeden oluşan marka kişiliği ölçeğidir. Aksoy ve Özsoyer (2007)'in çalışmaları sonucu Aaker'ın marka kişiliği ölçeği Türk insanına göre yeniden uyarlanmıştır ve 4 boyuttan oluşan marka kişilik ölçeği ortaya çıkmıştır.

Jennifer Aaker tarafından 1997 yılında yürütülen çalışmanın sonucuna göre, marka kişiliğinin beş boyut ve 42 kişilik özelliğinden oluştuğu ortaya konulmuştur. Bunlar:

- Samimiyet (sincerity) - gerçekçi, aile odaklı, dürüst, samimi, gerçek, sağlıklı, orijinal, neşeli, duygusal ve arkadaş canlısı;
- Coşku (excitement) - cesur, moda uyan, heyecanlı, canlı, soğukkanlı, yaratıcı, eşsiz, modern, bağımsız, çağdaş;
- Yeterlilik (competence) - güvenilir, çalışkan, emniyetli, zeki, teknik, kurumsal, başarılı, lider, kendinden emin;
- Çok yönlülük (sophistication) - üst sınıf, göz alıcı, yakışıklı, çekici, kadınsı, düzgün;
- Sağlamlık (ruggedness) - dışadönük, erkeksi, batılı, çetin ve sağlam olma şeklinde sıralanabilir (Aaker, 1997).

Marka kişiliği ölçeklerinin geliştirilmesi bakımından değişik kültürlerde gerçekleştirilen çalışmaların içinde, Türkiye'de geliştirilen marka kişiliği ölçeklerine ilişkin Aksoy ve Özsoyer'in 2007'de oluşturdukları marka kişiliği ölçeği örnek olarak gösterilebilir. Aksoy ve Özsoyer, Türkiye'de 1200 kişiden oluşan bir örneklem grubuyla gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda, Türkiye'de marka kişiliğinin yetkinlik, heyecan, geleneksellik ve androjenlik olmak üzere dört boyuttan ve toplam 39 kişilik özelliğinden oluşan bir ölçekle ifade edilebileceğini ortaya koymuşlardır (Aksoy & Özsoyer, 2007, s. 1). Bu boyutlar Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Aksoy ve Özsoyer'in Marka Kişiliği Boyutları

Marka Kişiliği			
Yetkinlik	Heyecan	Geleneksellik	Androjenlik
Profesyonel	Genç	Geleneksel	Şatafatlı
Başarılı	Genç ruhlu	Mütevazı	Kadımsı
Prestijli	Diñ	Hesaplı	Asi
İşini İyi Yapan	Sportif	Tutumlu	Erkeksi
Güvenilir	Tutkulu	Aile Odaklı	
Sağlam	Baştan Çıkarıcı	Muhafazakar	
İyi	Çevik	Klasik	
Kendine Güvenen	Özgürlükçü		
Global	Neşeli		
İstikrarlı	Eğlenceli		
Kaliteli	Eğlendirici		
Orijinal	Sempatik		
Bildik	Hareketli		
İddialı	Hayatı Seven		

Kaynak: Aksoy ve Özsoyer, 2007, s. 13

2. Benlik Saygısı

Benlik, bireyin kendisini algılama şekli, kendisini nasıl gördüğüdür. Başka bir deyişle, benlik, kişinin kendisinin farkında olmasıdır (Kağıtçıbaşı, 2010). Bir bireyin kendini beğenmesi, kendi benliğine saygı duyması için olağanüstü özelliklere sahip olması gerekmektedir. Çünkü benlik saygısı, bireyin kendisini gerçekte olduğundan daha aşağı veya daha üstün görmesinden bağımsız olarak, kendisinden memnun olma durumunu ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle, kişinin kendisini değerli, pozitif, sevmeye ve saygı duyulmaya layık bir birey olarak görmesidir (Yörükoğlu, 2004). Rosenberg (1965), benlik saygısını, kişinin kendisine dair algı ve değerlendirmeleri olarak açıklamaktadır. Benlik saygısı, kişinin kendisiyle ilgili tutumlarının tamamını ifade etmektedir.

Bireyler benlikleriyle ilgili kendilerine dair soruları yanıtlayabilmek amacıyla kendi iç dünyalarına daha fazla yönelmektedirler. Benlik saygısı, insanların ruhsal olarak kendilerini daha iyi hissetmeleri açısından önem taşıyan temel unsurlardan biridir. Bireyin benlik saygısı seviyesinin kişinin ruh sağlığını ve davranışlarını etkilediği yapılan araştırmalarla kanıtlanmıştır (Crocker & Park, 2004, s. 392). Benlik saygısı kavramına ilişkin literatürde farklı açıklamalar yapıldığı görülmektedir. Benlik saygısı, bir bireyin öz değerinin farkında olmasına ve diğerlerinden farklı özellikler taşımasına dayanan, pozitif yönlü bir öz değerlendirmedir. Kendisine saygı duyan bir birey, kendine yönelik olumlu davranışlar sergiler ve mutlu olmayı hak ettiğini düşünür. Benlik saygısının gerçeklere ve topluma karşı direnç gösteren bir takım davranış ve fikirleri de içerdiği bilinmektedir (Duclos, 2016).

Benlik saygısı yüksek olan kişiler, toplumdaki yerlerini ve saygı görme düzeylerini koruma ve güçlendirme arzusu içinde olurlar. Diğer bireylerin kendilerine dair olumlu tutumlar geliştirmelerini, kendilerine saygı duymalarını ve olumlu bir davranış sergilediklerinde beğeni görmeyi isterler. Ancak benlik saygısı düşük olan bireyler, kendilerini koruma duygusuyla hareket ettiklerinden dolayı, sosyal

çevrelerinin önünde hor görülme ve aşağılanmaktan korktukları için toplum içinde çok fazla öne çıkmayı istemezler (Burger, 2006).

Coopersmith (1967)'e göre, benlik saygısı, kişinin kendine ilişkin yarattığı ve sürekliliğini sağladığı içsel bir yorumlamadır. Bireyin değerinin, başarısının ve saygınlığının farkında olması durumudur.

Branden (1969) ise, benlik saygısını bireyin kendisi hakkında edindiği düşüncelerin tamamı olarak ifade etmektedir. Benlik saygısının birbiri ile ilişkili iki boyutu bulunmaktadır. Bunlar; bireysel verimlilik ve bireysel değer hisleridir. Branden, bu hisleri özgüven ve özsaygının toplamı olarak değerlendirmektedir.

James (1890), benlik saygısını, bireyin hayattan elde etmeyi amaçladığı hedeflerini ne kadar elde edebildiğiyle ilgili bir yorumlama süreci olarak tanımlamaktadır. İnsan psikolojisi üzerinde pozitif ya da negatif yönlü etkiye sahip olan benlik saygısı, bireyin küçüklükten yetişkinliğe kadar hayatını her açıdan etkileme özelliğine sahiptir. Benlik saygısı kişinin idealleriyle başarabildikleri arasındaki uyumdur (Duclos, 2016). James (1890)'in formülü doğrultusunda, idealleri ve hedeflerini gerçekleştirmeyi başaran kişi, elde ettiği başarı sayesinde kendini saygın görmekte ve mutlu hissetmektedir. Başka bir deyişle, bireyin iç dünyasıyla barış içinde olma seviyesi, başarıları ve idealleri arasındaki oran ile açıklanabilmektedir.

Şekil 1. William James'in Benlik Saygısı Formülü

$$\text{Benlik saygısı} = \text{Elde Edilen Başarılar} / \text{Talepler}$$

Kaynak: James, 1890

Benlik saygısı kişinin öz değerinin farkında olmasını ifade etmektedir. Bununla birlikte, benlik saygısı bireylerin yaşamlarındaki temel yapı taşlarından birisidir. Kişiler için temel bir ihtiyaç olma özelliğini taşımakta olup, bireyin hayatını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir (Battle vd., 1988, s. 999). Benlik saygısı, bireyin kendini yorumlaması sonucunda, kendi benliğine yönelik sempati duyma halidir. Aynı zamanda benlik saygısı, kendini olduğu gibi kabul etmeye ve kendi benliğinden emin olmaya yönlendiren bir tutumdur. Kişiliğin önemli bir unsuru olan benlik saygısı, kişinin yaşamının her alanı üzerinde her zaman etkili olarak, kişinin davranışlarını yönlendirebilmektedir. Benlik saygısı, kişinin sosyalleşme seviyesi üzerinde de etkili olmaktadır (Deniz, 2004).

McMahon (1995)'a göre benlik saygısı, kendisi ile barış içerisinde olmak, öncelikle kendi mutluluğunu önemsemek ve kendini değerli görüp toplumda önemli bir konuma getirmektir. Benlik saygısı, bencillik ile karıştırılmamalıdır. Benlik saygısı bireylerin davranışlarını yönlendiren bir etkidir.

Mruk (2013), benlik saygısı kavramının, insani bir yaklaşımla incelendiğinde, özellikle genç yaşlarda, toplum tarafından kabul görme neticesinde oluştuğunu ifade etmektedir. İnsani yönden bakış açısı, benlik saygısının eksik olduğu dönemlerde meydana gelen durumların benlik saygısını daha da önemli hale getirdiğini açıklamaktadır. İnsancıl psikoloji, benlik saygısını kişinin kendisini gerçekleştirmek adına bir ihtiyaç olarak değerlendirmektedir.

Literatürde tüketicilerin ürünlere anlam yükledikleri ve bu anlamlar aracılığıyla benliklerini ifade ettiklerini savunan birçok çalışma yer almaktadır (Sirgy, 1982; Kaminakis, Karantinou & Boukis, 2014; Hosany & Martin, 2012). Başka bir deyişle, tüketiciler markalara atfedilen kişilik özellikleri ile kendi benlikleri arasında bir bağlantı kurarlar. Markanın kişiliğiyle bireyin benliği arasında bir uyum olduğu takdirde, tüketiciler o markayı tercih etme eğiliminde olurlar. Çünkü, bu sayede benlik saygılarını geliştirmek isterler. Başka bir deyişle, markaların sembolik anlamları aracılığıyla topluma kendi benliklerini ifade etmeye çalışırlar. Literatürde marka kişiliği ve benlik uyumunu inceleyen ve bu iki kavramın arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalar ışığında, tüketicilerin marka kişiliği algılarının benlikleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. (Gardner & Levy, 1955; Levy, 1959; Dolich, 1969; Levy, 1999; Grubb & Grathwohl, 1967; Birdwell, 1968; Ross, 1971; O'Brien, Tapia & Brown, 1977; Tuan, 1980; Belk, 1988; Heath & Scott, 1998; Phau & Lau, 2001; Armutlu & Üner, 2009; Malar vd., 2011; Erciş vd., 2019). Bu doğrultuda, H1 hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H1: Marka kişiliği algısının benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3. Tüketici Satın Alma Tarzı

Tüketici davranışları, karmaşık bir süreç olmakla birlikte, sosyal, kültürel ve psikolojik etkenler tarafından da şekillenmektedir. Tüketici davranışlarıyla ilgili yapılan çalışmaların odak noktasını, tüketicilerin çok sayıda ürün ve hizmet arasından nasıl bir seçim yaparak karar verdikleri oluşturmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalar, tüketicilerin bir satın alma tarzı doğrultusunda seçimlerini yaptıklarını ileri sürmektedir (Kayabaşı vd., 2016, s. 153). Tüketicilerin satın alma tarzlarının oluşmasında; kişilik, hayat tarzı ve değerler de büyük ölçüde etkili olmaktadır. Bireyin yaşamının her döneminde davranışlarını şekillendiren değerler, aynı zamanda, tüketici olarak bireylerin karar verme süreçlerini de etkilemektedir. Yani, kişisel değerler ve satın alma tarzları, tüketici davranışları üzerinde önemli etkileri olan unsurlar olarak görülmektedir (Ünal & Erciş, 2006, s. 359).

Tüketici satın alma tarzları, bireylerin alışveriş sırasında ürün ve hizmetler arasından tercih yapma yöntemlerini belirleyen bilişsel yönelimler olarak ifade edilmektedir. Kalite bilinci veya moda bilinci gibi zihinsel ve duyuşsal niteliklere sahip olan tüketici satın alma tarzı, aslında psikolojideki kişilik kavramıyla da benzerlik gösteren bir unsurdur (Sproles & Kendall, 1986, s. 268). Tüketici satın alma tarzlarının araştırılması, firmaların pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından da oldukça önemlidir (Durvasula vd., 1993, s. 55).

Tüketici davranışları alanında yapılan çalışmalar sonucunda, tüketici satın alma tarzı üzerinde etkili olan üç yaklaşım ortaya konmuştur. Bunlar; psikografik/yaşam tarzı yaklaşımı, tüketici tipolojisi ve tüketici karakteristikleri yaklaşımlarıdır (Ünal & Erciş, 2006, s. 322). Tüketicilerin satın alma davranışları, satın alma kararını verme süreçlerine ve bu kararı alırken etkilendikleri faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Tüketicilerin davranışları üzerinde etkili olan değişkenlerden birisi de hayat stilleridir (İslamoğlu & Altunışık, 2013, s. 167). Tüketiciler arasındaki farklılıkları anlayabilmek için yaşam tarzlarının incelenmesi ve pazarlama faaliyetlerinin bu yönde geliştirilmesi gerekmektedir (Akin vd., 2017, s. 265)

Demografik, davranışsal ve sosyo-ekonomik faktörlerden daha geniş bir perspektiften bakan ilk yaklaşım olan psikografik yaklaşım, tüketici davranışlarını açıklamada çok sayıda etkenden yararlanarak, tüketicilerin ruhsal özellikleri ve hayat tarzları açısından karar verme tarzlarını incelemektedir (Akın & Yoldaş, 2010, s. 6). Tüketicilerin satın alma tarzını etkileyen ikinci yaklaşım; tüketici tipolojisi yaklaşımıdır. Bu yaklaşım, tüketicileri satın alma tarzlarına göre; ekonomik, ilgisiz, kalite odaklı vb. gibi kategorilere ayırmaktadır (Bandara, 2014, s. 5; Yılmaz vd., 2016, s. 2). Tüketicilerin satın alma tarzları üzerinde etkili olan üçüncü yaklaşım olan tüketici karakteristikleri yaklaşımı ise, tüketici davranışlarını zihinsel ve ruhsal özellikler açısından değerlendirmektedir (Mokhlis, 2009, s. 271).

Sproles ve Kendall (1986) tarafından oluşturulan ve tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde zihinsel ve duygusal olarak sergiledikleri sekiz karakter özelliğinden oluşan "Tüketici Tarzları Envanteri", tüketicilerin satın alma tarzlarını belirlemede oldukça etkin bir ölçüm yöntemi olarak görülmektedir (Ceylan, 2013, s. 42). "Tüketici Tarzları Envanteri" aşağıda yer alan karakteristik özelliklerden oluşmaktadır (Shim, 1996, s. 549):

- *Mükemmeliyetçi - Yüksek Kalite Odaklı Tüketici*: En kaliteli ürünleri bulmak için çok araştırma yaparlar. Genellikle, en mükemmel aradıkları için birçok ürün ve hizmet onları memnun etmez.
- *Marka Odaklı Tüketici*: Yüksek fiyatlı ve tanınmış markaları tercih etmeye odaklanırlar. Bu tüketiciler tarafından pahalı ürün, kaliteli ürün olarak algılanmaktadır. Bununla birlikte, en çok tercih edilen ürün veya hizmetleri satın alma eğiliminde olurlar.
- *Yenilik - Moda Odaklı Tüketici*: Yeni ürünleri araştırmaktan ve satın almaktan büyük zevk duyarlar. Stil ve çeşitli ürün arayışı ile trendleri takip etmek, bu tüketicilerde en çok görülen özelliklerdir.
- *Eğlence - Haz Odaklı Tüketici*: Alışveriş yapmayı haz verici bir davranış olarak görürler ve çoğunlukla eğlenceli bir etkinlik olduğunu düşündükleri için alışveriş yaparlar.
- *Fiyat Odaklı Tüketici*: Ürün ve hizmetlerin fiyatlarına dair detaylı araştırma yaparlar ve özellikle düşük fiyatlı ürünleri satın almayı tercih ederler ve ürünlerden mümkün olan en yüksek faydayı elde etmeyi amaçlarlar.
- *Düşünmeden Alışveriş Yapan - Dikkatsiz Tüketici*: Plansız ve hızlı alışveriş yapan tüketicilerdir. Satın aldıkları ürünün kalitesinin, fiyatının ve ne kadar iyi olduğunu farkında olmadan alışveriş yaparlar.
- *Çeşit Karmaşası Yaşayan Tüketici*: Ürünler hakkında çok fazla bilgi sahibi oldukları için kafaları karışmış ve bu nedenle tercih yapmada zorlanırlar.
- *Marka Bağlılığı Odaklı Tüketici*: Sürekli alışveriş yaptıkları marka ve mağazalardan alışveriş yapmayı alışkanlık haline getirmişlerdir.

Bu özelliklerden mükemmeliyetçilik ve yüksek kalite boyutu incelendiğinde, tüketicilerin en kaliteli ürünü satın almak için yoğun bir çaba gösterdikleri görülmektedir. Bu tip tüketiciler, satın alma karar sürecinin öncesinde, bilgi toplama ve alternatifleri değerlendirme aşamalarında yoğun bir

araştırma döneminden geçmektedirler (Wesley vd, 2006, s. 536). Bu tarz tüketiciler, en kaliteli ürünü ararlar ve daha düşük kaliteli ürünlerden tatmin olmazlar. Bu bilgiler doğrultusunda, mükemmeliyetçi karaktere sahip tüketicilerin çok daha özenli, araştırmacı ve sistematik bir şekilde alışveriş yaptıkları sonucuna ulaşılmaktadır (Sproles & Kendall, 1986). Marka, sembolik anlamlarının yanında, psikolojik birtakım anlamlar da içermektedir. Dolayısıyla, bir markanın algılanan kalitesi ne kadar yüksek olursa, tüketicilerin üründen beledikleri kalite de o kadar yüksek olmaktadır (Karaosmanoğlu vd., 2016, s. 164). Aynı zamanda, mükemmeliyetçi tüketiciler için fiyat kalitenin önemli bir göstergesidir.

Yenilik ve moda odaklı tüketicilerin tarzları incelendiğinde, modayı ve son trendleri sıkı bir şekilde takip eden ve yeni ürünler araştırmaktan büyük zevk duyan bireylerden oluştuğu görülmektedir. Ürün çeşitliliği onlar için büyük önem taşımaktadır (Sproles & Kendall, 1986). Bu tarz tüketiciler, geçmişte edindikleri alışkanlıkları bir kenara bırakarak, en son çıkan yeni ürün ve markaları satın almayı tercih ederler. Ürün çeşitliliği onlar için önemli olduğundan, lüks ürünlerden ziyade, kendilerine zevk veren ürünleri satın alma eğiliminde olurlar (Deniz ve Erciş, 2016, s. 464-465). Yenilikçi bireylerin hedefi kendi stillerini yaratmaktır. Yeni çıkan ürünler hakkında araştırma yapmaktan keyif alırlar ve yeni ürünlerin ilk defa kendileri tarafından satın alınmasını isterler (Wesley vd., 2006, s. 536).

Eğlence ve haz odaklı tüketiciler ise, sadece eğlenmek ve zevk almak amaçlı alışveriş yaparlar. Alışveriş yapmaktan duydukları haz ile hem kişisel doyuma ulaşırlar, hem de toplum içerisinde kendilerine bir yer edinmeye çalışarak sosyal doyuma ulaşmış olurlar (Tellan, 2016, s. 150).

Fiyat odaklı tüketici özellikleri taşıyan tüketiciler, ürün için ödedikleri bedelin karşılığında, üründen beledikleri faydayı sağlamayı amaçlarlar. Genellikle, bu tarz tüketiciler, indirim dönemlerinde düşük fiyatlı ürünleri satın alabilmek için yoğun çaba gösterirler. Bunun yanında, düşük fiyata en iyi ürünü satın almayı amaçladıkları için, alışveriş yaparken, diğer ürünlerle karşılaştırma yapma yöntemine sıklıkla başvururlar (Sproles & Kendall, 1986). Bir ürünün fiyatı, fiyat odaklı tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde oldukça önemli bir yere sahiptir. (Çalışkur, 2014).

Plansız satın alma davranışı, tüketicinin engel olamadığı, aniden gelen bir güdü ile herhangi bir ürünü satın alma ve o ürüne sahip olma isteği olarak ifade edilmektedir. Düşünmeden alışveriş yapma, herhangi bir uyarıcıya gerek duymadan meydana gelen psikolojik bir tepki olarak da ifade edilmektedir (Öz ve Mucuk, 2015, s. 42). Düşünmeden alışveriş yapan tüketicilerin; dikkatsiz oldukları ve ne kadar harcadıklarının, ne kadar iyi bir ürün aldıklarının farkında olmadıkları belirtilmektedir (Sproles & Kendall, 1986). Kişinin alışveriş ortamına girmeden önce tespit ettiği bir ihtiyacı yoksa ancak, alışveriş ortamında aniden satın alma dürtüsü meydana geliyorsa, plansız satın alma söz konusudur (Odabaşı ve Barış, 2012, s. 376).

Ürün çeşitliliği dolayısıyla kararsızlık duyan veya kafa karışıklığı yaşayan tüketiciler, sektörde çok fazla marka ve mağaza bulunması nedeniyle karar vermekte güçlük yaşamaktadırlar. Bununla birlikte, ürünlere dair gereğinden fazla bilgi sahibi olma durumu da tüketicilerde kafa karışıklığına neden olmakta ve tercih yapmalarını zor bir hale getirmektedir (Sproles & Kendall, 1986). Böyle bir durumda, tüketici, satın alma karar verme sürecini sonlandırmayı sağlayacak yeni bilgiler edinmek için yeni bir arayışa girmektedir. Bu arayış sonucunda da, satın alma karar süreci uzamakta ve satın alma eyleminin

de ertelenmesi gerekmektedir. Bunun da ötesinde, bu tarz tüketiciler, yanlış seçim yapmaktan çekindikleri için, ürünü satın almaktan tamamen vazgeçebilmektedirler (Özata, 2011, s. 13-14).

Marka bağlılığı odaklı tüketiciler ise, sürekli olarak memnun kaldıkları aynı marka ve mağazalardan alışveriş yapmayı tercih etmektedirler (Sproles & Kendall, 1986). Alışkanlıklardan kolay kolay vazgeçemezler ve satın aldıkları markalara karşı marka bağlılığı geliştirmişlerdir.

Tüketiciler bir markanın kişilik özelliklerinin kendi kişilik özellikleriyle uyumlu olup olmadığına dikkat etmekte ve kendi kişiliklerini destekleyen ürün ve markaları daha çok tercih etmektedirler. Buradan hareketle, marka kişiliğinin tüketicilerin satın alma tarzları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Levy 1959; Grubb & Stern, 1971; Belk, 1987; Jamal & Goode, 2001; Maehle & Shneor, 2010; Lin, 2010; İslamoğlu & Fırat, 2011; Atıgan, 2019; Ülkü & Bişkin, 2020). Bu kapsamda, H2 hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

H2: Marka kişiliği algısının tüketicilerin satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Benliğin dış ortamla iletişim içerisinde olması, benliğin yeni deneyimler edinmesini ve gelişmesini sağlamaktadır. Bireyler edindikleri deneyimleri, benlikleri aracılığıyla değerlendirdiklerini ortaya koymuşlardır. Kazanılan tecrübeler, benlik vasıtasıyla değerlendirilerek bireyin davranışlarını oluşturmaktadır. Benlik kavramının kişilerin edindikleri deneyimler yoluyla şekillendiğini ve bireylerin benlikleriyle uyumlu davranışlar geliştirdiklerini ifade etmektedirler. Tüketici, benlik saygısı seviyesini yükseltmek için ihtiyaç duyduğu desteği ürünleri sahiplenerek sağlamaktadır. Bu sahiplenme yoluyla birey hem kendini daha iyi tanımakta hem de etrafındaki diğer insanlara kendisiyle ilgili bilgiler vermektedir (James, 1890; Cooley, 1902; Rogers, 1951; McClelland, 1951; Skinner, 1953; Prelinger, 1959; Grubb & Grathwohl, 1967; Birdwell, 1968; Grubb & Stern, 1971; Rochberg-Halton, 1984; Markus, 1986; Belk, 1990; Heath & Scott, 1998; Hamilton & Hassan, 2010; Gration vd., 2011; Kaminakis vd., 2014; Balıkçıoğlu, 2016; Castro & Marquez, 2017; Ülkü & Bişkin, 2020). Literatürde yapılan çalışmalar ışığında aşağıda yer alan H3 hipotezi oluşturulmuştur.

H3: Benlik saygısının tüketicilerin satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

B. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın ana kütesini Kayseri Nuh Naci Yazgan Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem oluşturulurken "Basit Tesadüfî Örneklem" yönetimi kullanılmıştır. Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan alınan bilgilere göre Nuh Naci Yazgan Üniversitesi'nde 2663 öğrenci bulunmaktadır. Örneklem sayısı Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) Örneklem Büyüklükleri tablosuna göre belirlenmiştir. Tabloya göre 2663 kişilik bir anakütle için 340 kişinin örneğe dâhil edilebileceği belirtilmektedir. Bu çalışmada ise, 381 öğrenci üzerinde anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ancak, geçerli olan 375 anket formu analize dâhil edilmiştir. Araştırma üniversite öğrencileri ile yürütülmüştür çünkü gençler 16-17 yaşlarından itibaren kendi başlarına alışveriş yapmaya ve kendi marka tercihlerini belirlemeye başlamaktadırlar. Bunun yanında, üniversite çağındaki gençler, kendi benlikleriyle uyumlu, marka kişiliği olan ve kendi kişiliklerini yansıtan ürünler tercih etmektedirler. Literatürde marka ile ilgili

yapılan çalışmalar incelendiğinde, üniversite öğrencileri üzerinde yapılan uygulamaların oldukça fazla olduğu görülmektedir.

Çalışmada yüz-yüze anket yöntemi kullanılmış olup, anket çalışması COVID-19 pandemi sürecinin başlangıcından önce tamamlanmıştır. Anket tekniği birçok araştırmacı tarafından birinci dereceden bilgileri elde etmek için kullanılmaktadır. Bu teknik veri toplamada en çok tercih edilen yöntemdir. Bunda, kısa sürede daha fazla kişiye ulaşılması, ekonomik bir veri toplama tekniği olması ve elde edilen verilere hızlı bir şekilde ulaşılması gibi özelliklerin rolü vardır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 51).

Anket formu 5 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların Mavi Jeans markasını tercih edip etmedikleri hakkında bir soru yer almaktadır. Araştırmada Mavi Jeans markasının tercih edilmesinin temel nedeni, markanın üniversite öğrencileri ve gençler tarafından tercih edilen bir marka olmasıdır. Ayrıca, son yıllarda Mavi Jeans markasının tüketicilerin zihninde bir marka imajı oluşturmak için gerçekleştirdiği pazarlama faaliyetleri de incelendiğinde, gençlerin zihninde Mavi Jeans'e ait bir marka imajı konumlandırması yarattığı görülmektedir.

İkinci bölümde, katılımcılardan verilen kişilik özelliklerinin Mavi Jeans markasını ne kadar tanımladığını belirtmeleri istenmiştir. Üniversite öğrencilerinin Mavi Jeans markasına ilişkin marka kişiliği algılarını belirlemeye yönelik sorular Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından Türk kültürüne uyarlanan 39 ifadeden oluşan marka kişiliği ölçeği esas alınarak hazırlanmıştır. Anket formunda yer alan 39 marka kişiliği ifadesinden 3 tanesi ölçekteki diğer ifadelerle benzerlik gösterdiği için çıkarılmış ve ankette 36 ifade kullanılmıştır.

Üçüncü bölümde, katılımcıların benlik saygısı düzeylerini ölçmeye yönelik 10 adet ifade Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen benlik saygısı ölçeği esas alınarak hazırlanmıştır.

Anketin dördüncü bölümünde ise, tüketicilerin satın alma tarzlarını belirlemeye yönelik 40 adet ifade bulunmaktadır. Bu ifadeler, Sproles ve Kendall (1986) tarafından geliştirilen satın alma tarzı ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır.

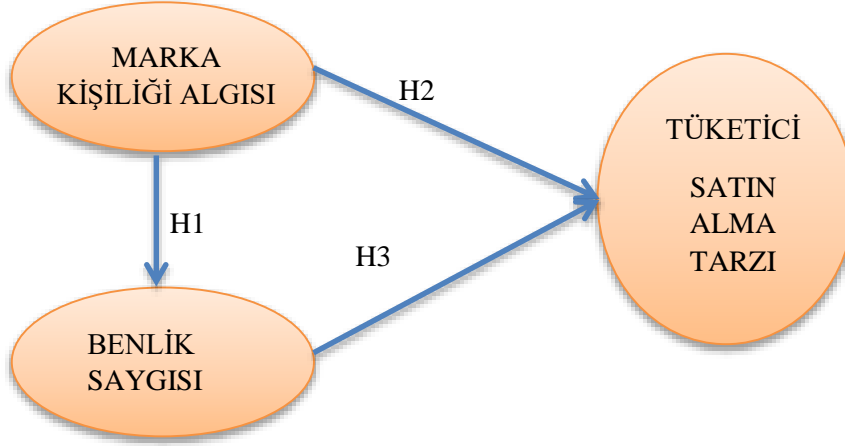
Anketin beşinci ve son bölümünde ise, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir, eğitim görülen bölüm ve sınıf gibi kişisel bilgiler içeren 7 adet soru bulunmaktadır.

Anket sorularının katılımcıların anlayabileceği kolaylıkta ve anlaşılabilirlikte hazırlanmasına özen gösterilmiştir. Soruların yanıtlanması ve yapılacak analizlerde kolaylık sağlanması amacıyla marka kişiliği, benlik saygısı ve tüketici satın alma tarzları ölçeklerinde yer alan ifadeler, kapalı uçlu ve 5'li likert ölçeğiyle hazırlanmıştır.

1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2. Araştırmanın Modeli



Araştırma modelinde marka kişiliği algısının benlik saygısı kavramı üzerindeki etkisi ile marka kişiliği ve benlik saygısı kavramlarının tüketicilerin satın alma tarzları üzerindeki etkileri gösterilmektedir.

2. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizi için öncelikle, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ardından, katılımcıların demografik özelliklerine ve anket formunda yer alan ifadelerle ilişkin betimleyici istatistiklere yer verilmiştir. Cevaplayıcıların marka kişiliği algısı, benlik saygısı ve tüketici satın alma tarzları ile ilgili ifadeleri değerlendirmelerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Belirlenen faktörler arasında yeterli düzeyde bir ilişki var olup olmadığını ve faktörlerin modeli yeterince açıklayıp açıklamadığını test etmek amaçlı doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla ise, Yapısal Eşitlik Modeli kullanılmıştır. Betimleyici istatistikler ve açıklayıcı faktör analizi SPSS; doğrulayıcı faktör analizi ve hipotez testi ise AMOS istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

3. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi

Araştırmada yapılan analizler ve elde edilen bulgular aşağıda yer alan ilgili tablolarda verilmiş ve yorumlanmıştır.

a. Demografik Özelliklere İlişkin Betimsel İstatistik Bulguları

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sıklık ve yüzdeler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Demografik Özelliklere Göre Dağılım

Demografik Özellikler		n	%	Demografik Özellikler		n	%
Yaş	18-24	349	93,07	Cinsiyet	Kadın	197	52,5
	25-30	24	6,4		Erkek	178	47,5
	30 ve üstü	2	0,53		Toplam	375	100
	Toplam	375	100	Medeni Durum	Evli	10	2,7
Eğitim Görülen Bölüm	Beslenme ve Diyetetik	26	7,2		Bekar	365	97,3
	Elektrik Elektronik Mühendisliği	29	7,5	Toplam	375	100	
	Endüstri Mühendisliği	23	6,1	Ailenin Aylık Toplam Geliri	1000-5000 TL	170	45,33
	Fizyoterapi	31	8,3		5001-10000 TL	151	40,27
	Hemşirelik	26	6,9	10001-20000 TL	45	12	
	İç Mimarlık	39	10,4	20001 TL ve üstü	9	2,4	
	İktisat	37	9,9	Toplam	375	100	
	İnşaat Mühendisliği	37	9,8	Ayda Ortalama Kişisel Harcama	0-500 TL	106	28,27
	İşletme	39	10,4		501-1000 TL	146	38,93
	Mimarlık	28	7,5	1001-3000 TL	88	23,47	
	Psikoloji	27	7,2	3001-7000 TL	23	6,13	
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	33	8,8	7001 TL ve üstü	12	3,2	
	Toplam	375	100	Toplam	375	100	

Katılımcıların demografik özelliklere göre dağılımları incelendiğinde araştırmaya katılan 375 öğrenciden 197'sinin (%52,5) kadın, 178'inin ise (%47,5) erkek; %93,07'si (349 kişi) 18-24 yaş aralığında, %6,4'ü (24 kişi) 25-30 yaş aralığında, %0,53'ü (2 kişi) ise 30 yaş ve üstünde; %2,7'sinin (10 kişi) evli, %97,3'ünün (365 kişi) bekar olduğu görülmektedir. Katılımcıların ailelerinin aylık toplam gelirlerine göre dağılımları incelendiğinde, araştırmaya katılanların çoğunluğunun %45,33 (170 kişi) ile 1.000-5000 TL aralığında aylık aile gelirine sahip cevaplayıcılardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %40,27'sinin (151 kişi) ailelerinin ise aylık toplam gelirleri 5.001-10.000 TL aralığındadır. Katılımcıların aylık ortalama kişisel harcamalarına göre dağılımları incelendiğinde, araştırmaya katılan cevaplayıcıların %28,27'sinin (106 kişi) aylık 0-500 TL, %38,93'ünün (146 kişi) 501-1000 TL, %23,47'sinin (88 kişi) 1001-3000 TL, %6,13'ünün (23 kişi) 3001-7000 TL, %3,2'sinin (12 kişi) 7001 TL ve üstü aylık kişisel harcamalarının olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun aylık kişisel harcamalarının 3000 TL ve altı olduğu söylenebilir.

b. Açıklayıcı Faktör Analizi

Cevaplayıcıların marka kişiliği algısı, benlik saygısı ve tüketici satın alma tarzları ile ilgili ifadeleri değerlendirmelerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

(1) Cevaplayıcıların Marka Kişiliği Algıları ile İlgili İfadeleri Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi

“Faktör analizi, bir grup değişken arasında ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan çok değişkenli bir analiz türüdür. Bir tür sınıflandırma yöntemi olan faktör analizi değişkenler arası ilişkileri inceleyerek, daha az sayıda değişkene dönüştürülmesine yardımcı olur” (Nakip, 2003, s. 403). Faktör analizi yapılmadan önce, verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett Testi gerçekleştirilmiştir. KMO ve Bartlett Testi sonuçları Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3. KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure Örneklem Uyum Testi		,926
Bartlett's Testi	Yaklaşık Ki-Kare	8035,463
	df	496
	Sig.	,000

Faktör analizinin uygunluğunu değerlendiren bir gösterge olan KMO değerinin 0,5-1,0 arasında bir değer alması kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğunu göstermektedir (Altunışık vd., 2005, s. 217). KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure Örneklem Uyum Testi) testi sonucu ,926 olarak bulunmuştur. Bu doğrultuda, faktör analizi uygulanan örneklemin yeterli bir örneklem olduğu ifade edilebilmektedir. Bartlett testi sonucu $\chi^2=8035,463$ çıkmış ve ,000 anlamlılık seviyesinde ana kütle içerisinde bulunan değişkenler arasında bir ilişkinin bulunduğunu açıklamaktadır. Ankete katılan cevaplayıcıların Mavi Jeans markasına yönelik marka kişiliği algılarının oluşmasında etkili olan ifadeleri belirli sayıda faktörler altında toplamak amacıyla faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Fakat, faktör yükleri değerlendirildiğinde, bazı ifadelerin faktör yüklerinin 500’ün altında olduğu görülmüş olup bu ifadelerin korelasyon katsayılarının da düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte binişik ifadeler de ortaya çıkmıştır. Bu sebeple, anket formundaki marka kişiliği ifadelerinden “global, iddialı, tutkulu, baştan çıkarıcı ve klasik” ifadeleri analizden çıkarılmıştır ve geriye kalan ifadelere yeniden faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo 4. Cevaplayıcıların Marka Kişiliği Algıları ile İlgili İfadeleri Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörler

Faktörler	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Faktör Yükleri	Güvenilirlik Katsayıları
Faktör 1: Yetkinlik	12,566	39,270		,950
Başarılı			,880	
İşini İyi Yapan			,880	
Sağlam			,872	
Güvenilir			,832	
Profesyonel			,800	
Prestijli			,785	
Kaliteli			,764	
İyi			,762	
Kendine Güvenen			,678	
Orijinal			,651	
İstikrarlı			,533	
Faktör 2: Geleneksellik	3,872	51,371		,895
Hesaplı			,865	
Aile Odaklı			,846	
Tutumlu			,826	
Muhafazakar			,802	
Mütevazı			,732	
Geleneksel			,660	
Faktör 3: Heyecan	2,568	59,397		,920
Eğlenceli			,901	
Neşeli			,899	
Sempatik			,830	
Hareketli			,736	
Özgürlükçü			,682	
Hayatı Seven			,667	
Çevik			,579	
Faktör 4: Androjenlik	1,548	64,233		,728
Asi			,799	
Erkeksi			,741	
Kadınsı			,702	
Şatafatlı			,551	
Faktör 5: Dinamik Olma	1,234	68,089		,853
Genç ruhlu			,794	
Diñ			,717	
Sportif			,699	
Bilindik			,666	

Analizde “direct oblimin” yöntemi kullanılarak öz değeri 1’den büyük olan beş faktör (algılanan değer boyutları) ortaya konulmuştur. Faktörlerin birbirleriyle ilişkili olduğu düşünüldüğünden ve verilerle en uyumlu sonucu elde etmek için bir eğik döndürme yöntemi olan “direct oblimin” yöntemi kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2002). Öz değeri 1’den büyük olan faktörler toplam varyansın %68,089’unu açıklamaktadır. Analizde yer alan değişkenlerin toplam varyansın 2/3’ünün açıklaması uygun olarak kabul edilmektedir (Bayram, 2009, s. 200). İfadelerin birbiriyle tutarlı olup olmadığını ölçmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmış olup güvenilirlik katsayıları tabloda yer almaktadır. Genellikle alfa değerinin ,70 ve üzerinde olması yeterli kabul edilmektedir (Altunışık vd., 2005, s.116). Faktör analizi ile ortaya çıkan beş faktörün içerdiği değişkenler açısından kolay bir şekilde tanımlanmasını sağlayan faktör döndürme (Rotated Component Matrix) sonuçlarına göre beş faktörün içerikleri belirlenmiştir. Faktörleri oluşturan değişkenler dikkate alınarak elde edilen beş faktör “yenilik, geleneksellik, heyecan, androjenlik ve dinamik olma” olarak isimlendirilmiştir. Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından geliştirilen marka kişiliği ölçeğinin boyutları incelendiğinde, “yenilik, geleneksellik, heyecan ve androjenlik” olmak üzere dört boyuttan oluştuğu görülmektedir. Bu çalışmada, yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda beşinci bir boyut olan “dinamik olma” boyutu da elde edilmiştir. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, marka kişiliği boyutlarının kültürden kültüre değişkenlik gösterebildiği görülmektedir. Hatta aynı kültürden bireyler üzerinde yapılan farklı çalışmalarda, ürün gruplarına göre bile elde edilen boyutlar farklılık gösterebilmektedir (Özçelik & Torlak, 2011, s. 368). Bu kapsamda, araştırmaya konu olan Mavi Jeans markasının ürün grubundan kaynaklı olarak, Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından elde edilen faktör sayısından farklı bir sayı elde edildiği düşünülmektedir. Tüm değişkenlerin faktör yükleri 500’ün üzerinde olup, faktörlere katkı sağlayan değişkenler incelendiğinde faktörlerle ilgili oldukları görülmektedir. Faktörler için yapılan güvenilirlik analizleri sonucu ortaya çıkan Alpha katsayıları incelendiğinde, yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen her bir faktörün yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. (Ölçeklerin güvenilir olduğunu söylemek için Alpha değerinin 0,70 ve üzerinde olması yeterli kabul edilmektedir (Nunnally, 1978)). Açıklayıcı faktör analizi sonucu elde edilen faktörler, faktör yükleri ve güvenilirlik katsayıları Tablo 4’de verilmiştir.

(2) Cevaplayıcıların Benlik Saygısı ile İlgili İfadeleri Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi

Veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek amacıyla KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Barlett Testi uygulanmıştır. KMO ve Barlett Testi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure Örneklem Uyum Testi		,800
Bartlett's Testi	Yaklaşık Ki-Kare	1673,500
	df	45
	Sig.	,000

KMO (Kaiser-Meyer- Olkin Measure Örneklem Uyum) testi sonucu, 800 olarak bulunmuştur. Buradan faktör analizi uygulanan örneklemenin yeterli bir örneklem olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Barlett testi $\chi^2=1673,500$ çıkmış ve ,000 anlamlılık düzeyinde ana kütle içerisindeki değişkenler arasında bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cevaplayıcıların benlik saygılarını ölçmeye yönelik ifadeler faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo 6. Cevaplayıcıların Benlik Saygıları İle İlgili İfadeleri Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörler

Faktörler	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Faktör Yükleri	Güvenilirlik Katsayıları
Faktör 1: Olumsuz Benlik Saygısı	4,275	42,745		,827
Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığını düşünüyorum			,845	
Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığımı düşünüyorum			,804	
Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim			,772	
Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum			,762	
Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim			,628	
Faktör 2: Olumlu Benlik Saygısı	1,768	60,422		,820
Bazı olumlu özelliklerim olduğumu düşünüyorum.			,860	
Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.			,834	
Genel olarak kendimden memnunum			,726	
Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim			,688	
Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim			,680	

“Direct Oblimin Yöntemi” aracılığıyla öz değeri 1’den büyük olan iki faktör (algılanılan değer boyutları) bulunmuştur. Öz değeri 1’den büyük olan faktörler toplam varyansın %60,422’sini açıklamaktadır. Faktör döndürme (Rotated Component Matrix) sonuçlarına göre iki faktörün içerikleri belirlenmiştir. Rosenberg (1965), benlik saygısını, kişinin kendisine dair olumlu ya da olumsuz tutumları olarak ifade etmektedir ve benlik saygısının iki boyutlu olduğunu belirtmektedir. Faktörleri oluşturan değişkenler dikkate alınarak elde edilen iki faktör “olumlu benlik saygısı ve olumsuz benlik saygısı” olarak isimlendirilmiştir. Tüm değişkenlerin faktör yükleri 500’ün üzerinde olup, faktörlere katkı sağlayan değişkenler incelendiğinde faktörlerle ilgili oldukları görülmektedir. Her bir faktörün Alpha katsayıları incelendiğinde, faktörlerin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilmektedir. Faktörler, faktör yükleri ve güvenilirlik katsayıları Tablo 6’da verilmiştir.

(3) Cevaplayıcıların Tüketici Satın Alma Tarzı ile İlgili İfadeleri Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi

Veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek amacıyla KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Barlett Testi uygulanmıştır. KMO ve Barlett Testi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure Örneklem Uyum Testi</i>		,842
<i>Bartlett's Testi</i>	Yaklaşık Ki-Kare	3796,536
	df	351
	Sig.	,000

KMO (Kaiser-Meyer- Olkin Measure Örneklem Uyum) testi sonucu ,842 olarak bulunmuştur. Bu doğrultuda, faktör analizi uygulanan örneklemin yeterli bir örneklem olduğu ifade edilebilmektedir. Bartlett testi $\chi^2=3796,536$ çıkmış ve ,000 anlamlılık düzeyinde ana kütle içerisindeki değişkenler arasında bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cevaplayıcıların tüketici satın alma tarzlarını ölçmeye yönelik ifadeler faktör analizi uygulanmıştır. Bu ölçekte de binişik maddeler tespit edilmiş ve bu maddeler analiz kapsamından çıkarılmıştır.

Tablo 8. Cevaplayıcıların Tüketici Satın Alma Tarzı İle İlgili İfadeleri Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörler

Faktörler	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Faktör Yükleri	Güvenilirlik Katsayıları
Faktör 1: Marka Odaklılık, Fiyat-Kalite Bilinci	6,409	23,737		,860
Bir ürünün fiyatı ne kadar yüksekse o kadar kalitelidir.			,763	
Güzel görümlü ve özenle düzenlenmiş mağazalar en iyi ürünleri satarlar.			,715	
Benim için en iyi olan tanınmış markalardır.			,702	
Genellikle reklamı çok yapılan markalar en iyi olanlardır			,670	
En çok satan markaları tercih ederim.			,648	
Seçimim genellikle pahalı markalardan yanadır.			,626	
Faktör 2: Alışverişten Kaçınma	3,456	36,536		,770
Alışverişimi mümkün olduğunca çabuk bitirip mağazadan çıkarım.			,843	
Alışveriş yapmak benim için eğlenceli bir aktivite değildir			,793	
Benim için alışveriş yapmak zaman kaybıdır			,792	
Faktör 3: Bilgi Karmaşası Yaşama, Kararsızlık	2,476	45,705		,716
Ürünler hakkında ne kadar çok şey öğrenirsem karar vermek o kadar zor olur			,873	
Bazen hangi mağazadan alışveriş yapacağıma karar vermek çok zor olur.			,852	

Kullandığım farklı ürünler hakkındaki bilgiler kafamı karıştırır			,767
Çok fazla marka olması genellikle kafamı karıştırır			,753
Faktör 4: Mükemmeliyetçilik, Yüksek Kalite Odaklılık	1,800	52,370	,840
Benim için iyi kaliteli ürün almak çok önemlidir.			,803
Alışveriş yaparken en iyi olanı veya mükemmel olanı seçmeye çalışırım			,780
Kaliteli ürün bulmak için özel çaba gösteririm			,767
Satın aldığım ürünler için standartlarım ve beklentilerim oldukça yüksektir			,708
Ben genellikle en iyi kaliteli ürünleri almaya çalışırım			,688
Faktör 5: Marka Bağlılığı Odaklılık, Alışkanlık	1,539	58,070	,832
Sevdiğim bir marka bulunca sürekli onu satın alırım			,874
Her zaman alışveriş yaptığım aynı mağazaya giderim			,815
Her zaman favorim olan markaları alırım.			,784
Faktör 6: Moda Odaklılık	1,304	62,900	,765
Çok çeşide sahip olmak için farklı mağazalardan farklı markalar seçerim			,761
Gardırobumu yeni moda ürünlerle güncellemeye çalışırım			,740
Yeni ve heyecan verici şeyler satın almak eğlencelidir			,737
Dikkat çekici, modaaya uygun bir stilimin olması benim için çok önemlidir			,708
Faktör 7: Düşünmeden Alışveriş, Dikkatsizlik	1,047	66,778	,716
Sonradan keşke yapmasaydım dediğim dikkatsiz alışverişleri sıkça yaparım			,859
Alışveriş yaparken dikkatsizimdir			,764

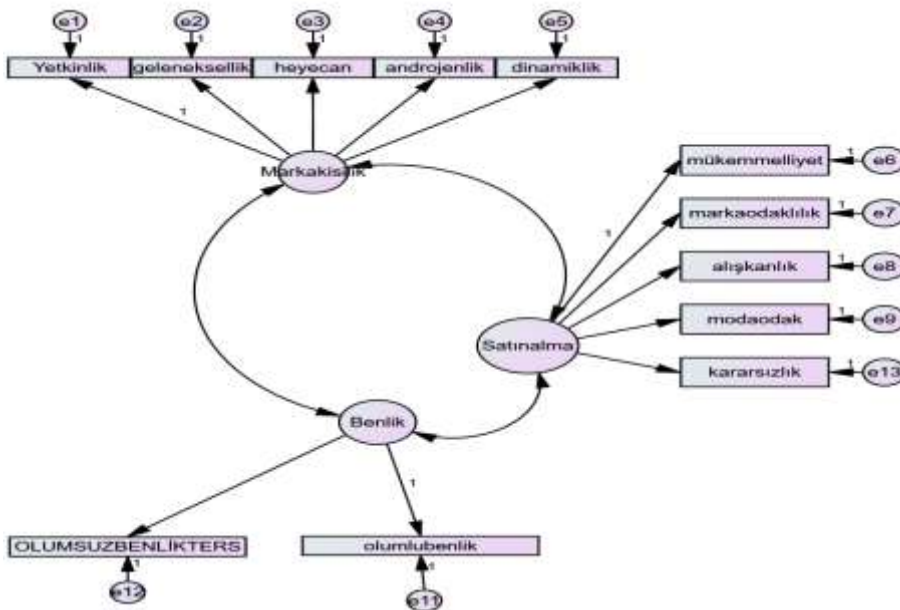
“Direct Oblimin Yöntemi” aracılığıyla öz değeri 1’den büyük olan sekiz faktör (algılanılan değer boyutları) bulunmuştur. Ancak, faktörün birinin güvenilirliği düşük çıktığı için kapsam dışı bırakılarak yeniden açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Her ne kadar sorular anlamlı bir şekilde bir araya gelmiş olsalar da, güvenilirlik düzeyi soruların tutarlı olmadığını gösterirse faktör analizi kapsamından çıkarılabilmektedir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2013, s.100). Yeniden yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1’den büyük olan yedi adet faktör bulunmuştur ve bu faktörler toplam varyansın %66,778’sini

açıklamaktadır. Faktör döndürme (Rotated Component Matrix) sonuçlarına göre yedi faktörün içerikleri belirlenmiştir. Faktörleri oluşturan değişkenler dikkate alınarak elde edilen yedi faktör, Tablo 9’da gösterildiği şekilde isimlendirilmiştir. Faktörler isimlendirilirken, Sproles ve Kendall (1986) tarafından geliştirilen tüketici satın alma tarzı evanterinin alt boyutlarından yararlanılmıştır. Yapılan faktör analizi neticesinde elde edilen faktörler, Sproles ve Kendall (1986) tarafından elde edilen faktörlerle benzerlik göstermektedir. Gerçekleştirilen tüm değişkenlerin faktör yükleri 500’ün üzerinde olup, faktörlere katkı sağlayan değişkenler incelendiğinde faktörlerle ilgili oldukları görülmektedir. Faktörlere yapılan güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Alpha katsayıları incelendiğinde, tüketici satın alma tarzı ölçeğinde ki faktörlerin yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Elde edilen faktörler, faktör yükleri ve güvenilirlik katsayıları Tablo 8’de verilmiştir.

(4) Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, belirlenen faktörler arasında yeterli düzeyde bir ilişki var olup olmadığını ve faktörlerin modeli yeterince açıklayıp açıklamadığını test etmek amaçlı kullanılmaktadır (Bayram, 2010). Bu sayede, faktör yapıları ve yükleri incelenmekte ve anket formlarında yer alan ölçeklerin geçerlilikleri test edilmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi AMOS programı kullanılarak yapılmıştır. Ölçüm sonucunda elde edilen faktör yüklerinden bazıları kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almadığından “alışverişten kaçınma” ve “dikkatsizlik” boyutları çıkartılarak model yeniden çalıştırılmıştır. Analiz edilen model Şekil 3’de yer almaktadır.

Şekil 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli



Ölçüm sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri, araştırma modeli ve kabul edilebilir değerler Tablo 10’da verilmiştir. Uyum değerlerinin kabul edilebilir sınırları Bentler ve Bonett (1980)’in çalışmalarından faydalanarak elde edilmiştir.

Tablo 9. Model ile Veriler Arasındaki Uyumun İncelenmesi

Uyum İndeksleri	Araştırma Modeli	Kabul Değerler	Edilen	Kısaltmalar
X ² Değeri	191,243		,000	CMIN
Serbestlik Derecesi	51		0	DF
P	,000		<,005	P
X ² /df	3,750		<5	CMIN/DF
Uyum İyiliği İndeksi	,915		,90≤GFI≤,95	GFI
Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi	,871		,85≤AGFI≤90	AGFI
Normlaştırılmış Uyum İyiliği İndeksi	,814		,90≤NFI≤,95	NFI
Artırmalı Uyum İndeksi	,857		,90≤IFI≤,95	IFI
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi	,854		,90≤CFI≤,95	CFI
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü	,086		,05≤RMSEA≤,08	RMSEA

Modelin verileri ile modelin uyumlu olup olmadığını test eden ölçütlerden en önemlilerinden biri ki-kare istatistiğidir (Bayram, 2010). Ölçüm sonuçlarına göre ki-kare istatistiğinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=0,000). Standart ki-kare değeri ise ki-kare değerinin serbestlik derecesine oranını göstermektedir. Standart ki-kare değeri 3,750 olarak bulunmuştur. Bu değer 5'in altında sonuç vermesi değer kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Chen & Tsai, 2007). Tablo 9'da yer alan uyum iyiliği değerleri ve kabul edilebilir değerler incelendiğinde, verinin uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 10. Modelde Yer Alan Değişkenlerle İlgili Faktör Yükleri

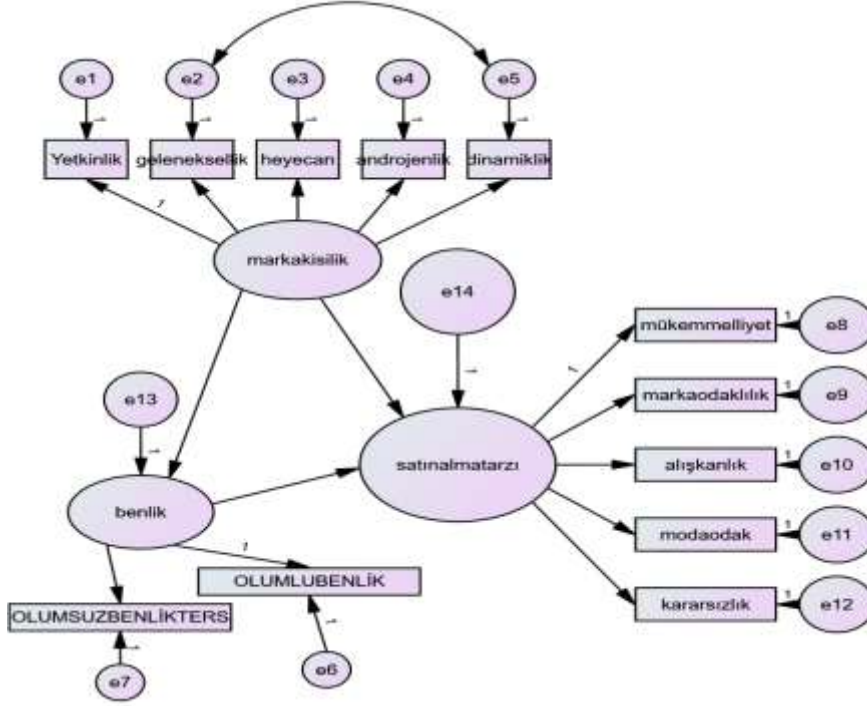
Değişkenler	Faktör Yükleri
Yetkinlik	,775
Geleneksellik	,366
Heyecan	,773
Androjenlik	,508
Dinamiklik	,712
Olumlu Benlik Saygısı	,692
Olumsuz Benlik Saygısı	,563
Mükemmelliyeçilik	,601
Marka Odaklılık	,684
Alışkanlık	,573
Moda Odaklılık	,490
Kararsızlık	,329

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu modelde yer alan değişkenlerin faktör yükleri Tablo 10'da yer almaktadır.

(5) Hipotez Testleri

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla Yapısal Eşitlik Modeli kullanılmıştır ve veriler AMOS istatistik paket programında analiz edilmiştir.

Şekil 4. Yapısal Eşitlik Modeli



Yukarıda gösterilen yapısal eşitlik modelinin test edilmesi sonucu ortaya çıkan uyum değerleri ve kabul edilebilir değerler Tablo 11'de gösterilmektedir.

Tablo 11. Yapısal Eşitlik Modelinin Test Edilmesi Sonucu Elde Edilen Uyum Değerleri

Uyum İndeksleri	Araştırma Modeli	Kabul Edilen Değerler	Kısaltmalar
X ² Değeri	138,059	,000	CMIN
Serbestlik Derecesi	50	0	DF
P	,000	<,005	P
X ² /df	2,761	<5	CMIN/DF
Uyum İyiliği İndeksi	,936	,90≤GFI≤,95	GFI
Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi	,901	,85≤AGFI≤90	AGFI
Normlaştırılmış Uyum İyiliği İndeksi	,866	,90≤NFI≤,95	NFI
Artırmalı Uyum İndeksi	,910	,90≤IFI≤,95	IFI
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi	,909	,90≤CFI≤,95	CFI
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü	,069	,05≤RMSEA≤,08	RMSEA

Modelin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde, bütün değerlerin kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer aldığı ve modelin geçerli bir model olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Uyum değerlerinin incelenmesinin ardından, yapısal eşitlik modelinde yer alan regresyon katsayılarının da değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tablo 12. Marka Kişiliği Algısı ve Benlik Saygısı Arasında Oluşturulan Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Katsayıları

Hipotez	Değişkenler	Tahmin	Standart Hata	P
H1	Marka Kişiliği Algısı → Benlik Saygısı	,148	,063	,018

Tablo 12’de yer alan değerler incelendiğinde marka kişiliği algısının benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir (p<0,05). Bu bağlamda “H1: Marka kişiliği algısının benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.” olarak oluşturulan hipotez kabul edilmiştir.

Tablo 131. Marka Kişiliği Algısı ve Tüketicilerin Satın Alma Tarzları Arasında Oluşturulan Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Katsayıları

Hipotez	Değişkenler	Tahmin	Standart Hata	P
H2	Marka Kişiliği Algısı → Tüketici Satın Alma Tarzı	,296	,063	,000

Tablo 13’de yer alan değerlere bakıldığında marka kişiliği algısının tüketici satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Bu doğrultuda “H2: Marka kişiliği algısının tüketicilerin satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.” olarak oluşturulan hipotez kabul edilmiştir.

Tablo 14. Benlik Saygısı ve Tüketicilerin Satın Alma Tarzları Arasında Oluşturulan Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Katsayıları

Hipotez	Değişkenler	Tahmin	Standart Hata	P
H3	Benlik Saygısı Tüketici Satın Alma Tarzları	,003	,082	,975

Tablo 14’de yer alan değerlere bakıldığında benlik saygısının tüketici satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Bu kapsamda, “H3: Benlik saygısının tüketicilerin satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.” olarak oluşturulan hipotez reddedilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Pazarlama literatürü incelendiğinde, marka kişiliğinin oluşturulması ve geliştirilmesi konularının oldukça fazla ilgi çektiği görülmektedir. Marka kişiliği, marka kimliğini oluşturan temel unsurlardan birisidir ve tüketiciyi odak noktasında bulduran bir kavramdır. Marka kişiliği oluşturma süreci farklı araçlarla ve firmalar tarafından gerçekleştirilen etkili iletişim faaliyetleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Pazarlamacılar aracılığıyla bir ürünün tasarımı yapılırken, o ürüne ilişkin yapılan marka çalışmaları içerisinde marka kişiliği yaratma süreci de yer almaktadır. Marka kişiliği, rakiplere karşı firmalara avantaj sağlayan önemli bir kavramdır. Günümüzde marka kişiliği çalışmalarına özellikle uluslararası şirketler tarafından büyük önem verilmektedir ve şirketler, tüketicilerin zihninde markanın istenilen kişilik özellikleriyle konumlanması için önemli bütçeler ayırmakta ve kapsamlı çalışmalar yapmaktadırlar.

Marka kişiliği, bir markaya atfedilen kişilik özelliklerini ifade ettiği için markanın ruhu olarak ifade edilmektedir. Ürünlerin rakiplerinden ayırt edilmesi ve farklılaştırılması konusunda marka kişiliği, markalar açısından büyük önem arz etmektedir. Tüketicinin ürün değerlendirme ve satın alma süreçlerinde markaların kişilik özellikleri aracılığıyla karar vermesi, marka kişiliği kavramını marka değeri oluşturulması aşamasında önemli bir etken haline getirmektedir. Başka bir deyişle, markaların diğer markalardan ayırt edilmesinde, sağladığı duygusal faydaların tüketicilere iletilmesinde ve tüketicinin zihninde kişisel bir anlam oluşturmasında marka kişiliği oldukça büyük etkiye sahiptir.

Marka kişiliği, insanların markayla ilgili düşünceleri ve değerlendirmeleri yerine, markayla ilgili hisleri üzerinde etkilidir. Tüketiciler markaları genellikle insanlara ait kişilik özellikleriyle bağdaştırmakta ve kendi kişilik ve benlikleriyle uyumlu buldukları markaları tercih etmektedirler.

Benlik algısı, kişinin tutumları, duyguları, algılamaları ve kendine dair değerlendirmelerinin tamamı olarak ifade edilmektedir. Benlik saygısı ise, bir bireyin öz değerinin farkında olmasına ve

diğerlerinden farklı özellikler taşımasına dayanan, pozitif yönlü bir öz değerlendirmedir. Markaların kişilik özellikleri tüketicinin benliğiyle bağdaştığında ve uyumlu hale geldiğinde anlam kazanır. Günlük yaşamımızda nasıl hepimiz kendimize benzeyen, benliğimizle uyumlu bireylerle daha yakın ilişkiler kuruyorsak, markalar için de benzer bir durum söz konusudur. Bireyler kendi benlikleriyle hangi marka daha uyumluysa onu tercih etmek isterler. Bu süreçte tüketiciler markaların kişilikleriyle kendi benliklerini karşılaştırırlar ve benlik saygılarını daha da geliştirmek için benlikleriyle uyumlu kişiliğe sahip markaları tercih ederler. Hedef kitle marka ile buluştuğu anda kendini görmeli ve marka ile duygusal bağ kurabilmelidir.

Bu bağlamda, bu çalışma, marka kişiliği algısının benlik saygısı ve tüketici satın alma tarzları üzerindeki etkisini ve benlik saygısının tüketici satın alma tarzları üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma Nuh Naci Yazgan Üniversitesi'nde farklı bölümlerde eğitim gören 375 lisans öğrencisi üzerinde yüz-yüze anket yöntemi uygulanarak yapılmıştır. Bütün katılımcılardan anket formları COVID-19 pandemi süreci başlamadan önce toplanarak, anket çalışması tamamlanmıştır.

Araştırmada katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistiklere yer verildikten sonra, öncelikle, katılımcıların marka kişiliği algısı, benlik saygısı ve tüketici satın alma tarzı ile ilgili ifadeleri değerlendirmelerinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla ankette yer alan ifadelerle açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Elde edilen faktörlere güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra, modelin veri ile uyumlu olup olmadığını test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda ulaşılan uyum iyiliği değerleri ve kabul edilebilir değerler incelendiğinde verinin modelle uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Doğrulayıcı faktör analizinin ardından, Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılarak hipotezler test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen değerlere göre, marka kişiliği algısının benlik saygısı ($p=,018<,05$) ve tüketici satın alma tarzları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ($p=,000<,05$) ancak benlik saygısının tüketici satın alma tarzları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p=,975>,05$). Ulaşılan bilgiler ışığında "H1: Marka kişiliği algısının benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır." ve "H2: Marka kişiliği algısının tüketicilerin satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır." Hipotezleri kabul edilmiş ancak "H3: Benlik saygısının tüketicilerin satın alma tarzı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır." hipotezi reddedilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, tüketicilerin; markalara atfedilen kişilik özellikleri ile kendi benlikleri arasında bir bağlantı kurmaya çalıştıkları görülmektedir (Gardner ve Levy, 1955; Levy, 1959; Dolich, 1969; Levy, 1999; Grubb & Grathwohl, 1967; Birdwell, 1968; Ross, 1971; O'Brien, Tapia & Brown, 1977; Tuan, 1980; Belk, 1988; Heath & Scott, 1998; Phau & Lau, 2001; Armutlu & Üner, 2009; Malar vd., 2011; Erciş vd., 2019). Markanın kişiliğiyle bireyin benliği arasında bir uyum olduğu takdirde, tüketiciler o markayı tercih etme eğiliminde olmaktadır. Çünkü, bu sayede benlik saygılarını geliştirmek istemektedirler. Başka bir deyişle, markaların sembolik anlamları aracılığıyla topluma kendi benliklerini ifade etmeye çalışmaktadırlar. Bu çalışmada da, öğrencilerin Mavi Jeans markasına yönelik marka kişiliği algılarının benlik saygıları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmış ve H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bu yönüyle literatüre benzer bir sonuca ulaşıldığı söylenebilir.

Bunun yanında, literatürde marka kişiliğinin satın alma davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunduğu sonucuna ulaşan birçok çalışma yer almaktadır (Levy 1959; Grubb & Stern, 1971; Belk, 1987; Jamal & Goode, 2001; Maehle & Shneor, 2010; Lin, 2010; İslamoğlu ve Fırat, 2011; Ülkü & Bişkin, 2020). Araştırma bulgularına göre, üniversite öğrencilerinin Mavi Jeans markasına yönelik marka kişiliği algıları satın alma tarzları üzerinde etkili olmaktadır. Bu doğrultuda H2 hipotezi kabul edilmiştir. Ulaşılan bulgular literatürde daha önce yapılan çalışmaların bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

Benlik ve tüketici tercihi ile ilgili literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, benlik kavramının satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu görülmektedir (James, 1890; Cooley, 1902; Rogers, 1951; McClelland, 1951; Skinner, 1953; Prelinger, 1959; Grubb & Grathwohl, 1967; Birdwell, 1968; Grubb & Stern, 1971; Rochberg-Halton, 1984; Markus, 1986; Belk, 1990; Heath & Scott, 1998; Hamilton & Hassan, 2010; Gration vd., 2011; Kaminakis vd., 2014; Balıkçıoğlu, 2016; Castro & Marquez, 2017; Ülkü & Bişkin, 2020). Ancak, araştırmanın bulgularına göre benlik saygısının öğrencilerin satın alma tarzları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmış olup, H3 hipotezi reddedilmiştir. Literatürde benlik kavramıyla satın alma davranışları arasında ilişki tespit edilmiş olsa da, daha önce de bahsedildiği gibi, benlik saygısı ve satın alma tarzları arasındaki ilişki ayrıca ele alınmamıştır. Bu çalışmada bu ilişkiye bakılmış ancak arada bir ilişki ya da etki tespit edilememiştir. Literatürde benlik saygısı ve satın alma tarzı arasındaki ilişkiyi doğrudan inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmadığından, sonuçlar hakkında karşılaştırma yapılamamıştır. Ancak, ilişki tespit edilememesinin muhtemel nedeninin, katılımcıların özel bir üniversitede eğitim gören öğrencilerden oluşması ve gelir düzeylerinin birbirine yakın olması nedeniyle, satın alma tarzları açısından önemli farklılıklar göstermedikleri olduğu düşünülmektedir.

Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, Mavi Jeans markasının marka kişiliğinin öğrenciler tarafından algılanma biçiminin, öğrencilerin benlik saygıları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda, öğrencilerin Mavi Jeans'e yönelik marka kişiliği algılarının satın alma tarzları üzerinde de oldukça etkili olduğu görülmektedir. Fakat, benlik saygısı kavramının tek başına satın alma tarzları üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilmemiştir.

Özetle, marka kişiliği markanın en önemli boyutlarından birisidir. Tüketiciler satın alma karar verme süreçlerinde ve satın alma sırasında kendi kişilikleriyle markanın kişiliği arasında bir bağ oluştururlar. Dolayısıyla, markalar, müşterilerinin markanın olumlu ve güçlü özelliklerini algılamalarını sağladıkları takdirde başarıya ulaşabilirler. Markanın güçlü yanları, fiyat gibi fiziksel unsurlar olabileceği gibi, gençlik gibi duygusal unsurlardan da oluşabilir. Bütün bu unsurlar markanın kişilik özelliklerini tüketicilerin zihninde konumlandırarak, tüketicinin gözünde güven yaratırlar ve tüketiciyi satın almaya yönlendirmiş olurlar. Aynı zamanda, marka kişiliği firmanın rakiplerinden uzun vadede farklılaşmasına neden olmaktadır. Marka kişiliği, tüketicilerin markayı bir kimlikle ilişkilendirmesini sağlamaktadır. Çünkü tüketiciler bu kimlik aracılığıyla sosyal çevrelerinde bulunan diğer bireylere toplumdaki yerleri, imajları ve benlikleri hakkında birtakım mesajlar vermeye çalışmaktadırlar. Ürünler birbirine çok benzer olduğunda ve ayırt edilmeleri güçleştğinde, marka kişiliği firmalar için farklılaştırıcı bir etken olarak da öne çıkmaktadır.

Araştırma, firmaların pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde, benlik-marka bağlantısının önemini vurgulamaktadır. Firmalar marka yaratma süreçlerinde tüketicilerin benliklerini araştırmalı ve marka kişiliklerini bu yönde oluşturmalarıdır. Hedef pazarın kişilik özellikleri incelenmeli ve marka tüketicilerin zihninde onların beklentileri doğrultusunda konumlandırılmalıdır. Çünkü tüketiciler ancak markalar kendi benliklerini yansıttığı takdirde o markayı tercih etmektedirler.

Araştırmanın en önemli kısıtı, zaman ve maliyetin sınırlı olmasından dolayı sadece Kayseri'deki özel bir üniversitenin öğrencileri üzerinde uygulanmış olmasıdır. Gelecek araştırmalarda diğer üniversite öğrencileri ve üniversitede eğitim görmeyen aynı yaş aralığındaki gençler de kapsama dâhil edilerek karşılaştırmalar yapılabilir. Bunun yanında benlik saygısının yanında benliğin diğer alt boyutları olan gerçek benlik, ideal benlik, sosyal benlik ve ideal sosyal benlik kavramlarıyla satın alma tarzı veya marka kişiliği algısı arasındaki ilişkiler incelenebilir. Çalışmada Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından Türk kültürüne uyarlanmış marka kişiliği algısı ölçeği kullanılmıştır. Gelecek çalışmalarda, Aaker (1997) veya Geuens vd. (2009) tarafından geliştirilen diğer ölçekler kullanılarak farklı çalışmalar yapılabilir. Bunun yanında, farklı yaş gruplarından oluşan örneklemeler üzerinde farklı markalar ve ürün grupları kullanılarak da çalışma genişletilebilir.



KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (1972). A measure of brand acceptance. *Journal of Marketing Research*, 9(2), 160-167.
- Aaker, D. A. (1995). *Strategic market management*, John Willey and Sons. Inc, 5, 103-105.
- Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review*, 38(3), 102-120.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- Akın, M. & Yoldaş, M. A. (2010). Tüketicilerin psikografik özelliklerinin market markalı ürün satın alma eğilimlerine etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 22, 1-21.
- Akın, M. S., Baloğlu, S., Okumuş, A., & Öztürk, S. (2017). Tüketici etnosentrizmi, kozmopolitlik, satın alma tarzı, ilgilenim ve algılanan riskin yerli giyim ürünü satın alma niyetine etkisi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 257-295.
- Aksoy, L., & Özsoyer, A. (2007). Türkiye'de marka kişiliğini oluşturan boyutlar. *12. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı*, 1-14.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2005). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Armutlu, C., & Üner, M. M. (2009). Benlik imajı uyumu, tüketici tatmini ve marka sadakati ilişkisi üzerine görgül bir araştırma. *Gazi University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 11(3), 1-26
- Atıgan, F. (2019). Marka kişiliğinin satın alma davranışları üzerindeki etkisi, bisküvi ve gofret sektöründe bir araştırma. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 10(24).

- Balıkçoğlu, B. (2016). Benlik imajı uyumunun retoriği: Bana ne tükettiğini söyle sana kim olduğunu söyleyeyim. *İnsan ve Toplum Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 537-553
- Bandara, W.W.M.C. (2014). Consumer decision-making styles and local brand business: exploration in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*, 6(1), 3-17.
- Battle, J., Jarratt, L., Smit, S., & Precht, D. A. N. (1988). Relations among self-esteem, depression and anxiety of children. *Psychological Reports*, 62(3), 999-1005.
- Bayram, N. (2009). *Sosyal bilimlerde SPSS ile veri analizi*. İstanbul: Ezgi Kitapevi.
- Bayram, N. (2010). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş AMOS Uygulamaları*. İstanbul: Ezgi Kitapevi.
- Belk, Russel W. (1987). ACR Presidential address: Happy thought. *Advances in Consumer Research*, 14, 1-4
- Belk, Russel W. (1988). Possessions and extended the self. *The Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168.
- Belk, Russel W. (1990). The role of possessions in constructing and maintaining a sense of past. *Advances in Consumer Research*, 17, 669-676.
- Birdwell, A. E. (1968). A study of the influence of image congruence on consumer choice. *The Journal of Business*, 41(1), 76-88.
- Bonde, S., & Nilsson, K. (1999). *Consumer perception of brand personality: a quantitative approach*. [Bachelor's Thesis], Lulea Tekniska Universitet.
- Branden, N. (1969). *The psychology of self-esteem*. Los Angeles: Nash Publishing.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik: Psikoloji biliminin insan doğasına dair söyledikleri* (1. Baskı). (Çev. İD Erguvan). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Castro, L., & Marquez, J. (2017). The use of facebook to explore selfconcept: analysing Colombian consumers. *Qualitative Market Research*, 20(1), 43-59
- Ceylan, H. H. (2013). Tüketici tipleri envanterinin Türk kültürüne uyarlanması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 41-58.
- Chen, C., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. 1. Baskı, New York: Charles Scribner's Son.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem San Francisco*. H Freeman and Company.
- Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The costly pursuit of self-esteem. *Psychological Bulletin*, 130, 392-414
- Çalışkur, A. (2014). Tüketicilerin dayanıklı tüketim maddesi satın alma değer boyutları ve tüketicilerin çalışma ve öğrenci olma durumları üzerine bir araştırma. *Ekev Akademi Dergisi*, 18(60), 55-72.
- Deniz, A., & Erciş, A. (2016). Tüketici yenilikçiliğinin boyutları ve yenilikçiliği etkileyen faktörler arasındaki ilişkiler. *Kafkas University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 7(14), 461.

- Deniz, M. E. (2004). Investigation of the relation between decision making self-esteem, decision making style and problem solving skills of university students. *Eurasian Journal of Educational Research*, 15, 23-35.
- Dolich, I. J. (1969). Congruence relationships between self images and product brands. *Journal of Marketing Research*, 6(1), 80-84.
- Duclos, G. (2016). *Benlik saygısı, yaşam için bir pasaport*. (Çev. O. Kuna), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. & Çinko, M. (2013). *Sosyal bilimlerde SPSS ile veri analizi*, İstanbul: Beta Basım.
- Durvasula, S., Lysonski, S., & Andrews, J. C. (1993). Cross-cultural generalizability of a scale for profiling consumers' decision-making styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 27(1), 55-65.
- Erciş, A., Aykut, O. H., & Yıldız, T. (2019). Benlik-marka bağının marka sadakati üzerindeki etkisinde marka aşkı ve deneyiminin aracılık rolü. *Press Academia Procedia*, 9(1), 285-294.
- Gardner, Burleigh B., & Levy, Sidney J. (1955). The product and the brand. *Harvard Business Review*, 33(2), 33-39.
- Gration, D., Raciti, M., & Arcodia, C. (2011). The role of consumer self-concept in marketing festival. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(6), 644-655.
- Grubb, E. L., & Grathwohl, H. L. (1967). Consumer self-concept, symbolism and market behavior: A theoretical approach. *Journal of Marketing*, 31(4), 22-27.
- Grubb, E. L., & Stern, B. L. (1971). Self-concept and significant others. *Journal of Marketing Research*, 8(3), 382-385
- Haigood, T. L. (1999). The brand personality effect: An empirical investigation. *American Marketing Association. Conference Proceedings* (Vol. 10, p. 149). American Marketing Association.
- Hamilton, K., & Hassan, L. (2010). Self-concept, emotions and consumer coping. *European Journal of Marketing*, 7-8, 1101-1120
- Heath, A. P., & Scott, D. (1998). The self-concept and image congruence hypothesis: An empirical evaluation in the motor vehicle market. *European Journal of Marketing*, 32(11/12), 1110-1123.
- Hosany, S., & Martin, D. (2012). Self image congruence in consumer behavior, *Journal of Business Research*, 65, 685-691.
- İslamoğlu, A.H., & Altunışık, R. (2013). *Tüketici davranışları* (4.baskı), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- İslamoğlu, A.H., & Fırat, D. (2011). *Stratejik marka yönetimi* (2.Baskı), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Jamal, A., & Goode, M. M. (2001). "Consumers and brands: A study of the impact of self-image congruence on brand preference and satisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, 19(7), 482-492.
- James, W. (1890). *The principles of psychology*, Second Edition, New York: Henry Holt and Company.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2010). *Benlik, aile ve insan gelişimi: Kültürel psikoloji*. Koç Üniversitesi.

- Kaminakis, K., Karantinou, K., & Boukis, A. (2014). The mediating role of self-concept discrepancy in relationship between values and personal based motivation of luxury product consumers. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 148, 619-624.
- Karaosmanoğlu, E., Acar, R., & Uray, N. (2016). Websiteleri firmalara ne kazandırabilir? Web sitesi kalitesi, tüketici-odaklı marka değeri ve satın alma eğilimi arasındaki ilişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 159-174.
- Kayabaşı, A., Ebeoğlu, H. F., & Özkuk, Ö. (2016). Fiyat bilinçli satın alma tarzının, kalite bilinçli satın alma tarzı ile tüketici karmaşası ilişkisi üzerine düzenleyici etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 7(2), 149-166.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Koç, E. (2016). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri* (7. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Levy, S. J. (1959). *Symbols for sale*, Harvard Business Review, 37, 117- 124.
- Levy, S. J. (1999). *Brands, consumers, symbols and research: Sidney J Levy on marketing*. Sage Publications.
- Lin, L. Y. (2010). The relationship of consumer personality trait, brand personality and brand loyalty: An empirical study of toys and video games buyers. *Journal of Product and Brand Management*, 19(1), 4-17.
- Maehle, N., & Shneor, R. (2010). On congruence between brand and human personalities. *Journal of Product and Brand Management*, 19(1), 44-53.
- Magin, S., Algesheimer, R., Huber, F., & Herrmann, A. (2003). The impact of brand personality and customer satisfaction on customer's loyalty: Theoretical approach and findings of a causal analytical study in the sector of internet service providers. *Electronic Markets*, 13(4), 294-308.
- Malar, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D., & Nyffenegger, B. (2011). Emotional brand attachment and brand personality: The relative importance of the actual and the ideal self. *Journal of Marketing*, 75(4), 35-52.
- Markus, H., & Kunda, Z. (1986). Stability and malleability of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(4), 858.
- McClelland, D. (1951). *Personality*, 1. Baskı, New York: Holt, Rinehart ve Winston.
- McMahon, M. (1995). *Engendering motherhood: Identity and self-transformation in women's lives*. New York: Guilford Press.
- Mokhlis, S. (2009). Adapting consumer style inventory to Chinese consumers in Malaysia: An international comparison. *The Journal of Global Business Management*, 7(16), 271-279.
- Mruk, C. J. (2013). *Self-esteem and positive psychology: Research, theory, and practice*. Springer Publishing Company.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar* (1. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory*. 2nd Edition, New York: McGraw-Hill.

- O'Brien, T., Tapia, H., & Brown, T. (1977). The self concept in buyer behavior, *Business Horizons*, 20(5), 65-71.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2012). *Tüketici davranışı* (12. Baskı). İstanbul: MediaCat Akademi.
- Öz, M., & Mucuk, S. (2015). Tüketici satın alma davranışı kapsamında hedonik (hazcı) tüketimin plansız alışveriş üzerine etkilerinin incelenmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 1(2), 37-60.
- Özata, Z. F. (2011). Tüketiciyi yönlendiren güç: Öteki tüketici. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 2(2), 1-25.
- Özçelik, D. G., & Torlak, Ö. (2011). Marka kişiliği algısı ile etnosentrik eğilimler arasındaki ilişki: Levis ve Mavi Jeans üzerine bir uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 11(3), 361-377.
- Phau, I., & Lau, K. C. (2001). Brand personality and consumer self-expression: Single or dual carriage way?. *Journal of Brand Management*, 8(6), 428-444.
- Plummer, J. T. (1985). How personality makes a difference. *Journal Of Advertising Research*, 24(6), 27-31.
- Prelinger, E. (1959). Extension and structure of the self, *The Journal of Psychology*, 47, 13-23.
- Rajagopal. (2006). Impact of advertising variability on building customer-based brand personality in a competitive environment: Empirical analysis with reference to Mexico. *Latin American Business Review*, 6(3), 63-84.
- Randall, G. (2005). *Markalaşma*. İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Rochberg-Halton, E. (1984). Object relations, role models, and cultivation of the self, *Environment and Behavior*, 16(3), 335-368.
- Rogers, C. (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications and theory*, 1. Baskı, Constable, London.
- Rojas-Mendez, J. I., Erenchun-Podlech, I., & Silva-Olave, E. (2004). The Ford brand personality in Chile. *Corporate Reputation Review*, 7(3), 232-251.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, Princeton University Press, New York
- Ross, I. (1971). Self-concept and brand preference. *The Journal of Business*, 44(1), 38-50.
- Shim, S. (1996). Adolescent consumer decision-making styles: The consumer socialization perspective. *Psychology and Marketing*, 13(6), 547-569.
- Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 9(3), 287-300.
- Skinner, B. (1953). *Science and human behavior*, 1. Baskı, Macmillan, New York.
- Sproules, G. B., & Kendall, E. L. (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267-279.
- Tellan, D. (2016). Mekân, eğlence ve popüler kültür ilişkisini değerlendirmek. *TRT Akademi Dergisi, Eğlence Endüstrisi Sayısı*, 1(1), 136-153.

- Temporal, P. (2000). *Branding in Asia: The creation, development and management of Asian brands for the global market*. Wiley.
- Tıgılı, M. (2003). Marka kişiliği. *Öneri Dergisi*, 5(20), 67-72.
- Torlak, Ö., & Özdemir, Ş. (2005). Markanın algılanan sembolik boyutları: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 225-239.
- Tuan, Yi-Fu. (1980). The significance of the artifact. *Geographical Review*, 70(4), 462-472.
- Ülkü, A., & Bişkin, F. (2020). Destinasyon kişiliği ve benlik uyumunun turistlerin davranışsal niyetleri üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43, 127-142.
- Ünal, S., & Erciş, A. (2006). Pazarın satın alma tarzlarına ve kişisel değerlere göre bölümlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 12(1), 359-383.
- Wesley, S., Lehew, M., & Woodside, A.G. (2006). Consumer decision-making styles and mall shopping behavior: Building theory using exploratory data analysis and the comparative method. *Journal of Bussiness Research*, 59(5), 535-548.
- Yavuz, E. (2004). *Marka kişiliğinin tüketici algısına etkisi ve bir uygulama*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, K. G., Güngördü, A., & Yumuşak, T. (2016). The relationship between the list of values and consumer decision making styles in the context of clothing products. *Business Management Dynamics*, 5(9), 1-14.
- Yörükoğlu, A. (2004). *Gençlik çağı ruh sağlığı ve ruhsal sorunlar*. Özgür Yayınları. İstanbul.



NAMIK KEMAL'İN MEKTUPLARI IŞIĞINDA OSMANLI'NIN SOSYO-POLİTİK DURUMU

 Murat TURNA^a

Öz

Kültür, sanat ve fikir dünyası ile toplum hayatı arasında bağlar bulunur. Bu dünyanın önde gelenleri, dikkatlerini hiçbir zaman toplum üstünden ayırmamıştır. Aydınlar, yaşadıkları yahut gözlemledikleri toplumları tahlil eder. Eksiklikleri, sıhhatli taraflarıyla onları konu edinirler. Bu vesileyle hem toplum hayatı çeşitli yönleri ile teşrih edilir hem de aydın dikkati denen özel bakış hakkında bilgi edinilmiş olur.

Edebiyat sanatçısı, gazeteci, kültür adamı, nihayetinde bir devlet görevlisi olarak Namık Kemal, 19. asrı idrak etmiş bir aydındır. Onun yazdıklarında, içinden çıktığı toplum değişik yönleri ile yer alır. Canlı tanığı olduğu hadiseler, sosyal çalkantılar, türlü kusurlar, kültür ve edebiyat sahnesi, siyasi meseleler, devlet yönetimi Namık Kemal'in üzerinde durduğu hususlardır. Fikirlerini en açık şekilde dile getirdiği metinleri ise mektuplarıdır. Mektuplarında teklifsiz bir şekilde konuşur. Bunların bir gün yayımlanacağını düşünmemiş olması kuvvetle muhtemeldir. O yüzden samimi bir dil ve kendine has üslubu ile toplumun farklı yönlerine ışık düşürür.

Namık Kemal'in mektupları, şahsi hayatını da aydınlatmakla beraber genellikle siyaset, sosyal hayat, eğitim ve kültür, edebiyat konularına hasredilmiştir. Makalede sanatçının mektupları çerçeve kabul edilerek 19 asrın Osmanlı'sının sosyo-politik durumu ortaya konacaktır. Namık Kemal'in tespitleri çoğunlukla sosyal aksaklıklar, siyasi bütünlüğünü yitiren bir devlet, yitirmeye başlanan iç huzur, Avrupa ile Osmanlı arasındaki mesafe üstünedir. Mektuplardaki öngörülerini, sosyo-politik bağlamda ele alınması gereken eleştirileri dikkate değerdir.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı toplumu, Politika, Namık Kemal, Mektup.



THE SOCIO-POLITICAL SITUATION OF THE OTTOMAN IN THE LIGHT OF LETTERS OF NAMIK KEMAL

Abstract

There are connections between the world of culture, art and ideas and social life. The leaders of this world have never separated their attention from society. Intellectuals analyze the communities they live in or observe. They address their shortcomings with their healthy sides. On this occasion, both the life of society is dissected in various aspects and information about the special view called intellectual attention is obtained.

^aDr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi, turnam@gmail.com

Namık Kemal, as a literary artist, journalist, cultural man, and finally a government official, is an intellectual who realized the 19th century. In his writings, the society from which he comes from takes place in different aspects. The events he witnessed live, social turmoil, all kinds of flaws, culture and literature scene, political issues, and the issues that state administration Namık Kemal emphasized. The letters that express their ideas most clearly are their letters. He speaks without any offers in his letters. It is highly probable that they did not think they would be published one day. Therefore, it sheds light on different aspects of the society with its sincere language and unique style.

The letters of Namık Kemal, while illuminating his personal life, are generally devoted to politics, social life, education and culture, and literature. In the article, the letters of the artist will be accepted as a frame and the socio-political situation of the 19th century Ottoman will be revealed. The findings of Namık Kemal are mostly social disruptions, a state that has lost its political unity, the peace that has begun to be lost, the distance between Europe and the Ottoman Empire is superior. His predictions in the letters, his criticisms that need to be addressed in a socio-political context are remarkable.

Key Words: Ottoman society, Policy, Namık Kemal, Letter.



Giriş

Mektup sadece bir haberleşme vasıtası değildir. Ondan kişinin psikolojisinden milletlerin hayatına kadar her hususu öğrenmek mümkündür. 19. asırda ise mektup, aynı zamanda gazete vazifesi de icra etmektedir. Kitlelere bilginin mektup yoluyla verildiği olur. Bu yolla insanlar gerçekleri öğrenir hatta ikaz edilmiş olur. Yazılanlar bazen tüm kamuoyunu etkileyecek kadar geniş bir tesir halkası meydana getirebilir. Bu bağlamda Mustafa Fazıl Paşa'ya isnat edilen ve "Padişahların sarayına en son giren nesne doğruluktur" şeklinde başlayan meşhur mektup hatırlatılabilir. Ebuzziya Tevfik "Genç Osmanlılar" eserinde, 1800'lü yılların genel sorunlarını işleyen, tedbir tavsiye eden ve sarayı son derece rahatsız eden bu mektuptan epey bahseder. 18 sayfalık mektubun, herkesçe okunması için 50 bin nüsha hâlinde basıldığını ve kamuoyunun derinden etkilendiğini anlatır (Ebuzziya Tevfik, 2006, s. 690).

Tanzimat sonrası Türk toplumunda Batı kültürüne yöneliş artar. Basın yayın sahası öne çıkar ve önem kazanır. Özel gazetecilik doğar. Yönetime karşı muhalif bir dil ve üslup kullanılır. Batı'dan yeni sanat anlayışları gelir. Tüm bunlarla beraber mektup türü yerini sağlamlaştırıp yaygınlaşır. Mektup türü üzerinde araştırma yapanlar, Tanzimat dönemi söz konusu edildiğinde, Namık Kemal'in mektuplarına ayrı bir değer verirler. Namık Kemal'in mektuplarının Osmanlı tarihini ve toplum yapısını anlamak bakımından ehemmiyetine değinilir. Ayrıca sanatçının mektupları, edebiyat tarihi ve dil özellikleri bakımından da muteber kaynak telakki edilir (Demiray, 1974, s. 88 – 89). Tüm bu yanlarıyla mezkûr mektuplar edebiyat, tarih, sosyoloji ve siyaset bilimleri araştırmacıları için mümbit vesikalar hükmündedir.

Namık Kemal, edebiyatımızda mektup türünde en çok eser veren sanatçıların başında gelir. Büyük bir kısmı kaybolmuş ya da muhtelif sebeplerle yok edilmiş olsa da yaklaşık 3000 civarında olduğu söylenen mektuplarının 1000 kadarı Fevziye Abdullah Tansel'in çabalarıyla bir araya getirilmiştir. Tansel'in tam olarak neşrettiği mektup sayısı ise 994'tür (2013, I. s. XXIII).

Namık Kemal'in mektuplarını, önce, oğlu Ali Ekrem bir seçmeye tabii tutarak derlemek ister fakat bu yoldaki en başarılı ve kapsamlı çalışmayı Fevziye Abdullah Tansel verir. Hocası Fuat Köprülü'nün tavsiyesi doğrultusunda Namık Kemal'in mektuplarına yoğunlaşan Tansel, hemen her yerde bu mektupların izini sürer. 1935 – 1960 yılları arasında, 25 yıl zarfında, Namık Kemal'in resmî ve hususi mektupları üstüne araştırmalar yapar. Nihayetinde takdire şayan bir gayret ve özveriyle onları bir araya getirir. Tansel dört ciltlik çalışmasının başında, mektupları nasıl elde ettiğini; ayrıca üzerinde yazılış tarihi bulunmayan mektupların yazılış tarihlerini ne gibi güçlüklerden sonra bulduğunu anlatır. Bunu yaparken dönemin hemen hemen bütün mecmua, gazete, seyahatname, hatırat türü eserlerini gözden geçirmiştir ve bu iş yıllarını almıştır (Tansel, 2013, I, s. XXIII - XXIV).

Makalede Namık Kemal'in çeşitli hususlardaki tüm görüşlerinin değil münhasıran mektuplarında bulunan ve makaleye verilmiş olan başlıkla çerçevesi çizilmiş olan görüşlerinin ele alınacağı hatırd tutulmalıdır. Bu görüşler, mektuplardaki görünüm sıklığına ve kronolojiye göre sıralandırılmıştır. Pek çok konu ele alınmış olsa da bunlar, öncelikle, Osmanlı toplumuyla olan ilgisine, sonra da önem derecesine göre bir makalenin sınırları nispetinde kısıtlı tutulmuştur. Esasen Osmanlı Devleti ve toplumu hakkında pek çok kez değerlendirmede bulunan Namık Kemal'in, mektuplarında görüşlerini gayet içten, dolaysız, daha veciz anlattığı müşahede edilir.

1.Namık Kemal'in Mektuplarında Osmanlı'nın Toplum Hayatına Yönelen Dikkat

Namık Kemal, içinde yaşadığı topluma sanatçı ve aydın cepheleriyle dikkatini yöneltmiş biridir. Doğumunun 150. yılı dolayısıyla yayımlanan yazısında Müjgân Cumbur şunları kaydeder (1993, s. XI):

“Namık Kemal'in büyüklüğü, Türk toplumu içinde hemen daima yapıcı bir ruh oluşundadır. Prof. Tanpınar'ın da belirttiği gibi onun büyüklüğü, büyük kuvveti, toplum sorunları üzerinde durmayı bilmesinde, onları genel olarak benimsemesinde, dışardan aldığı bir fikri, toplum gerçekleriyle karşılaştırıp bünyemize uygun bir terkipten sonra teklif etmesindedir.”

1867 Ocak'ının Ramazan'ını anlattığı mektubunda, onun gözlem ve muhakemelerini nelere odakladığı, sosyal hayatta aksayan yönler ne şekilde değindiği görülür. Tanpınar “Ramazan mektubu”nda, Kemal'in “cemiyet hakkındaki tenkitlerini”n sert ve hicivli tarzda olduğunu bildirir. Ayrıca sanatçının bu gibi yazılarıyla “cemiyete kendi meseleleriyle meşgul olmayı öğret”tiğini belirtir (Tanpınar, 2003, s. 348 – 367). Namık Kemal söz konusu mektubunda çarşı, pazar ahlakından matbuat hayatına kadar bir dizi mesele üzerinde durur. Sözelimi dilencilik yaygınlaşmasını can sıkıcı bulur. Kalabalıkta gezen kadınlara laf atılması ayrı bir sorundur. Mamafih bazı kadınların da böyle gayriahlaki durumlara zemin hazırlayacak şekilde gezindiğini öne sürer. Bu edepsizliğin en serbest memleketlerde bile yaşanmayacağını bildirir. “Vâkı'a Avrupa'da karılar mestur değildir; lâkin yolda bir adam en ednâ fâhişeye bile söz atamaz. Burada ise herkes hiç bilmediği bir kadına elli yıllık mahremi gibi istediğini söyleyebiliyor!” diyen Kemal'in, bu hususlarda oldukça hassas olduğu müşahede edilir (Tansel, 2003, I, s. 77).

Halkı kötülükten men etmekle görevli vaizlerin işlerini layığıyla yapmadığı görüşündedir. Onlar halkı irşatla mesulken halkın terbiyesiyle uğraşmaktan çok, İsrailiyattan bahsetmekte ve “geyik hikâyesi” anlatmaktadır. Kemal, yaşanan dönemde, vaizlerin halkın ve zamanın ihtiyacına binaen din hükümlerini açıklamasını ister. Hatta bir mektubunda kendi hayatından somut bir örnek vererek, vaizlerin – genel anlamıyla din adamlarının – zeki, iyi niyetli kimseleri dinden soğuttuğunu öfkeli bir dille anlatır (Tansel, 2003, II, s. 280).

Toplum hayatında vaizler kadar etkili olacak bir unsur ise gazetelerdir. O dönemde gazete kamuoyunun şekillenmesinde rol sahibidir. Ne var ki yurttan gazeteye pek kıymet verilmez. Hâlbuki Batı’da, gazetenin ne denli etkin bir vasıta olduğu anlaşılmıştır. Mektubunda bu hususa şu sözlerle değinir:

“Bir gazete Avrupa’da birkaç yüz kişiyi beyler gibi geçindirir. Burada ekseri kendi masrafını korutamaz. İşte fevâ'id-i ma'rifette hissedar olan bir milletle, mahrum olan bir kavmin nispeti herhalde böyledir.” (Tansel, 2003, I, s. 75).

O, Avrupa’yı 20’li yaşlarında görmüş biri olarak Doğu ve Batı arasındaki farkları erken kavramıştır. Mektuplarından, oranın kültürü ve sanatı ile yakından ilgilendiği anlaşılır. Avrupai bir hayattan keyif aldığını yazmaktan çekinmez. Mesela babası Mustafa Asım Bey’e hitaben “Londra da bir memlekettir ki burayı görmeyen rahatın mânasını bilemez” der. Daha da ileri giderek “Kahbe Avrupa.. Evliyayı azdırıyor..” cümlelerini kurar. Avrupa’da iken memlekette yokluğunu gördüğü tiyatroya özel bir dikkat gösterir. “Dünyada böyle parlak şey” olmadığını söyleyerek tiyatronun ahlak ve dil için “en büyük mektep” olduğunu ifade eder (Tansel, 2003, I, s. 94 – 119). “Taştan yürekleri” dahi ağlatacak, insana doğru yolu gösterecek tiyatroya, kendi öz memleketinde rastlanılmayışına hayıflanır. Halkın çoğunluğunun gittiği ortaoyunlarını beğenmez. Bunların edep dışı bir takım özellikleriyle toplum ahlakını bozduğunu düşünür. Oysa medeni ülkelerde oyunların muteber şairler tarafından yazıldığını ve kaba sözler içermediğini söyler (Tansel, 2003, I, s. 76). Ayrıca oralarda, eserleri ile insanlığa ışık tutan sanatçıya değer verilmektedir. Shakespeare’in mezarında şahit olduğu bir sahneyi Menemenli Tahir’e şöyle aktarır:

“Gözümle gördüm; mezarının üzerine düşen bir çam ağacı yaprağını büyük beyler, hanımlar konaklarına medâr-i mefharet olmak için yirmi-otuz liraya alıyorlar.” (Tansel, 2003, III, s. 361).

O, kendi yurdunda gördükleri ile Batı’daki vaziyeti kıyas ederken, bir kısım insanların Batı’yı ölçüsüz şekilde eleştirmesini içerler. Bir gazetede çıkan, Avrupalı sanatçıların estetik zevkten mahrum olduğu görüşü, Kemal’i, bu görüşe cevap yazmaya sevk eder. Batı’dan adalet ve marifet almaya ihtiyacın olduğunu, Batı edebiyatından da bu yolda faydalanılması gerektiğini açıklar. Osmanlı toplumunun ve üdebasının elinde, övünülecek husus olarak dinden ve önceki nesillerin faziletinden başka bir nesne kalmadığı fikrindedir. O yüzden gelişmek için evvela eksik ve kusurların farkına varılmalı, hatta bu durum çekinmeden itiraf edilmelidir. Art niyetle Avrupa’dan neyin örnek alınacağını soran, eserleri ortada olan Batılı sanatçıların estetik yoksunu olduğunu ileri süren, dahası Avrupalılarda edebiyat zevki bulunmadığını iddia eden kimselerin “eblehâne tasavvurlar” içinde olduğunu belirtir. Bu fikirlerin terk edilmesinin yararlı olacağını bildirerek, asıl, Doğu dillerine hâkim olanların gazetelerde çıkan böylesine

saçma yazıları okuyunca ne diyeceğini sorar. Mektubunu “Haddimizi bilelim, hâlimizi anlayalım. Terakkînin mebdei, i’tiraf-ı noksandır” hükümleri ile bitirirken satırlarının sonuna eklediği, “Allâh hem kendi, değerini, hem başkasının değerini bilen kimseye karşı merhamet etsin!” anlamına gelen Arapça ibare ile ikazda bulunur (Tansel, 2003, I, s. 164).

Menemenli Rifat Bey’e yazdığı bir mektubunda ise “hurufat meselesi” bahsinden yola çıkarak Osmanlı ile Batı’nın eğitim alanındaki durumlarını genel olarak karşılaştırır:

“Heyhât.. Ma’ârif-i umûmiye’ye mâlik olan Amerika, Almanya gibi milletlerde, herkes yalnız okuyup yazmak bilmiyor; en ednâ bir köylü, bizim Harbîye’de okunan derslerin onda sekizini tahsil ediyor. Hele Almanya’da o tahsilden fazla, birkaç da lisân öğreniyor. Ma’ârif-i umûmiyeye mâlik olan yerlerde, lâ-akâl yedi sene mektebe gitmemiş adam yoktur. Fransa muhârebesinde Almanyalılar, bir onbaşıya sekiz suvâri verir, ordudan yirmi saat öteye gönderirlerdi. Herifin koynunda topografya haritaları, yanında iktizâ eden rasad âletleri mevcut olduğundan, gider keşfiyatını icrâ eder idi. Ma’ârif böyle taammüm eder... Maksud ta’im-i maârif ise, çocukları yedi sekiz sene okutacak mektep yapmalı... Biz böyle yapamayız denilmesin; istersek yaparız; amma mücerred yapmağa muktedir değil isek, işte o zaman terakkiden kat’-i ümid etmek lazım gelir” (Tansel, 2003, II, s. 192 – 193).

Bu karşılaştırmadan – o dönem için – çıkan sonuçlar ortadadır. Çocukları – her yönüyle – yedi sekiz sene eğitecek kurumsallaşmış bir eğitim hayatı şarttır. Alman askeri örneği mühimdir; zira Namık Kemal’in bu uyarılarda bulunduğu sırada, Osmanlı’da iyi yetişmiş askere ihtiyaç duyulmaktadır. Yabancı dil öğretimi ise başka bir husustur. O, bu konuya temas ettiği bir diğer mektubunda, Avrupalıların hangi yolla dili öğrettiklerine bakılıp aynı metodun tatbik edilmesini salık verir:

“Avrupalılar lisân tahsilini ne ile teshil etmişler ise, biz de ânınla teshil ederiz. Ânların lisânı sür’atle tahsil etmelerine sebep, ders tertiblerinin intizamıdır zannolunmasın. Ekser hocalar ta’limde hiçbir tertibe riayet etmez, kendi kendine tertip icâd eder. İşte tahsili teshil eden, hocaların bu kudretidir... Şimdilik bendeniz, bundan ziyâde bir şey yapmaya imkân göremiyorum.” (Tansel, 2003, III, s. 114).

Batı’nın eğitim alanında iyi yaptığı işlerden birinin, bir yabancı dili öğretmek olduğu önceden beri bilinegelen bir konudur. Nitekim yaklaşık 150 sene önceki gözlem ve tecrübelerine dayanan mektup da bunu doğrulamaktadır. Bir buçuk asır sonrasında, bugünün imkânlarında, yurttaki eğitim hayatında hâlâ bir yabancı dili öğrenmenin yahut yabancı dilin layığıyla öğretilemediğinin tartışmalarının yapıldığı düşünülürse, Namık Kemal’in yazdıklarının hiç de yabana atılacak hususlar olmadığı değerlendirilir.

Sanatçının, Osmanlı’daki eğitim hayatına belirli yönlerden ışık tutmuş bir başka mektubu ise Leskofçalı Galib’e yazılmıştır. Tuna vilayetinde Mithat Paşa’nın maiyetinde bulunan Galib Bey, vilayetteki eğitim hakkında açıklamalar yaptıktan sonra, Namık Kemal’den bu konuya yardımcı olacak görüşlerini talep eder. Namık Kemal cevap yazmadan önce Fransız eğitim sistemini inceler. Okuma ve incelemelerinin neticesinde fikirlerini bildirir. Ona göre eğitimin üç somut faydası olmalıdır. Alınan eğitim fikri, ahlaki ve serveti geliştirmelidir. Müslüman halkın vatandaşlığın ne olduğunu bilmesi lazımdır. Devrin zihniyeti kavranmalı, bunun için tarih ve coğrafya okutulmalıdır. Tuna söz konusu olduğundan dolayı farklı kitlelerin kaynaşmasını sağlayacak ortak dil olarak Türkçeye önem

verilmelidir. Namık Kemal dirlik düzenlik içinde yaşamının sırrını ortak dil kullanmaya bağlar (Varsak, 2013, s. 67). Okullara Fransız ve Rus papazlar yerine Leh ve Macar hocalar tayin edilmelidir. Osmanlı'nın birliğine kast eden emperyal güçlerin, okullarda gizli veya açıktan kendi propagandasını yapmalarına uygun zemin sağlayacak ortamlar engellenmelidir. Özellikle Leh ve Macar hocaların tercih edilmesi, halkın Osmanlı'ya teveccühü yolunda olumlu bir girişim olacaktır. Mamafih iyi ahlaklı insanların yetiştirilmesi kolay iş değildir. Okullarda İslam akideleri güzelce öğretilmeli, insani faziletler anlatılmalıdır. Bu nevi kitaplar okutulmakla birlikte, günlük hayatta da öğrenilenlerin tatbikatı yapılmalıdır. Servetin, ticaretin gelişmesi için fizik, kimya, ilm-i ziraat dersleri verilmelidir. Ayrıca köylere sıbyan mektepleri, kasabalara rüşdiye, vilayete ise darülfünunun ayarında bir yüksek okul açmalıdır. Namık Kemal'in üstünde durduğu bir konu ise kadınların tahsili meselesidir. Çocuğun ilk öğretmeni annesi olacağından, onun eğitimi olması gayet önemlidir. Aile içindeki ilk ahlak dersini verecek olan annedir, annenin öğrettikleri karakter eğitimi sağlar. Dolayısıyla kadınların okutulmasının, toplumun terbiyesiyle de ilişkili kılındığı müşahade edilir (Tansel, 2003, I, s. 20 – 21).

Namık Kemal'in, Osmanlı'da okuma yazma bilen insanların pek çok temel bilgidan mahrum olduğunu söylediği satırlar da mühimdir. Sanatçının gözlemi nabzını ölçmeyi bilmeyen, evinin genişliğini tayin edemeyen, deprem anında hayatını kurtaracak bilgiye sahip olmayan, yağmurdan ağaç altına kaçıp da yıldırıma uğrayan insanların ekseriyeti teşkil ettiği yönündedir. Bu da bir aydının kaleminden toplumdaki genel eğitim durumu hakkında bilgi verir (Tansel, 2003, II, s. 237).

Onun, eğitim meselesinde sözünü ettiği bir diğer konu, alfabenin eğitime olan etkisidir. Bilindiği üzere Osmanlı'da Arap alfabesi kullanılır fakat hareke kullanılmazdı. Yazı dilindeki bu özelliğin okuma yazmada güçlük çıkarttığı, bir kelimenin farklı şekillerde okunduğu, yetkin şekilde okuyup yazmanın çok zaman aldığı ve dolayısıyla eğitimin de bundan olumsuz etkilendiği ve yaygınlaşmadığı fikirleri ortaya atılmıştır. Ayrıca bu yazı ile kitap basımları da hem masraflı hem de çok vakit alıcı olmaktadır (Yetiş, 1996, s. 5). O yüzden Latin alfabesini teklif edenler vardır. Sanatçı, Menemenli Rifat'a kaleme aldığı bir mektubunda ortaya konan bu görüşlere pek itibar etmediğini belli eder:

"Tebdil veya ıslâh-ı hat mes'elesi, âlem-i neşriyâta girdiğim günden beri, meydan-ı bahse atılmış şeylerdendir. Buna dâir Tasvir'de, İbret'te, Hürriyet'te benim de birkaç bendim var idi. Şimdi sen de ortaya bir mesele çıkardın; ol bâbta olan fikrimi hulâseten beyan edeyim: Hattın ıslâhı için Latin hurûfâtını bizim lisana almak Firenk elbisesi giymeyi, mülkün ıslahına medâr olur zannetmek kabilindendir.... Salisen soldan sağa yazı yazma, bizim için diz bükülemeyecek derecede dar pantolon giymeğe benzer..." (Tansel, 2003, II, s. 190 - 191).

Latin alfabesini getirmenin mevcut eğitime katkısı olmayacağını ancak harfleri ıslah etmeyi makul karşıladığını belirten sanatçı, alfabe konusunu sosyal hayat için de stratejik bir önemde görür. Alfabe ya da yazı yoluyla eğitimde mühim işler başarılabilceğini, Arnavutlar gibi kimi unsurların bütüne katılacağını ve kendi dillerini de zamanla unutacaklarını, bunun Osmanlı'nın menfaatine olduğunu düşünür. Ona göre alfabe özünde dil meselesidir ve dil, dinden daha etkili bir sosyal bağlayıcıdır (Tansel, 2003, II, s. 244).

Namık Kemal, Osmanlı'nın parçalanmadan bir arada kalmasında edebiyata da işlevsel bir rol biçer. Mektubunda Abdülhak Hamid'e "Vatan, bugün edebiyattan gördüğü fâideyi, askerlikten başka hiçbir şeyden görmedi" yazar (Tansel, 2003, II, s. 380). Vatan yolunda güzel, hoş yazılar yazmak, sosyal havaya olumlu katkı sağlayacaktır. Osmanlı topraklarından sonra, edebiyat sahasını, kendisi için ikinci vatan gördüğünü beyan eden Namık Kemal, sanatçıların bu kaygıyı gütmesinin toplum bütünlüğüne faydalı olacağı kanaatindedir (Tansel, 2003, III, s. 79).

Osmanlı, devlet ve millet olarak zor zamanlar yaşar. Böyle zamanlarda aydınların bezginlik yaşamaması; bilakis halka ümit aşılması gerekir. Devletteki sıkıntıları, toplum hayatındaki sorunları gören aydınlara büyük vazifeler düştüğünü kaydeden Namık Kemal, etrafında bulunan duyarlı kimselere moral vererek, ikazlarda bulunur. Halkın vaziyetinden dolayı ümitsizliğe kapılmamayı ve aydınların millet için çalışmasını tavsiye eder. Rifat Ahmet Efendi'ye yazdığı mektubunda, aydınların sosyal hayattaki fonksiyonunu hatırlatır:

"Mektub-u âlînizi aldım; me'yûsiyetinizden, me'yûs ve mahzun oldum. Halkın haline bakıp da, fütur getirmemeli.. Siz, muntazam devletlerin ahâlisini, ukalâdan mı zannediyorsunuz? Vallahi değil, ânlar da bizim halk gibidir; lâkin içlerinde bazı adamlar zuhûr etmiş, herkesin gözünü açmış; yâni âleme vazifesini bildirmiş.. Halk da sefere karışmış, bu kadar mehâsin zuhura gelmiş. Şimdi bizim de vazifemiz budur." (Tansel, 2003, I, s. 131).

Genel olarak bakıldığında, Namık Kemal'in mektuplarında, hayatın akışındaki aksamalar, sosyal rollerin gereğince yerine getirilmediğine dair eleştiriler müşahede edilir. Sosyal hayatın önemli bir safhası olan eğitim de bu mektuplarda belli bir yer tutar. Yazdığı mektupların o dönemdeki Osmanlı toplum hayatını önemli bazı açılardan ortaya koyduğu ve kritiğe tuttuğu söylenmelidir.

2. Namık Kemal'in Mektuplarında Osmanlı'ya Yönelen Politik Dikkat

Namık Kemal vatansever bir aydındır. Midilli'de iken damadı Menemenli Rif'at Bey'e yazdığı bir mektubunda, 1878 Osmanlı - Rus harbinde uğranılan hezimet dolayısıyla hissettiklerini yazar. Satırları oldukça dokunaklıdır. Bozgun dolayısıyla bir türlü kendine gelemediğini belirten sanatçı, vatanın ve milletin yaşadığı büyük hüzünden dolayı artık yaşamak istemediğini kaydeder:

"Vallahi ne söyleyeyim, bende bir garip ruh var idi... O ruh ya hubb-i vatandan mahlûk idi, vatanın bu mesaibini görünce, ervah-ı şühedâya iltihak için âlem-i bâlâya çekildi; ya netice-i gurûr idi, millette gurura değer bir hâl kalmayınca, her türlü esbâb-ı gurur ile beraber mahvolup, 'adem-i âbâd-i fenaya gitti. Şimdi şu mektubu yazmak için fikrimi toplamaya, fikrimi toplamak için ise, iyiden iyiye cebr-i nefis etmeye muhtaç oluyorum. Doğduğuma zâten pişmân idim; Magosa'da iken gebermediğime – hatta vücûdümün bir hummâ-yi mühlikeye mukavemet edebildiğine – dakikada bir kerre pişmân olmaktayım." (Tansel, 2003, II, s. 130).

Vatanın zelil düştüğünü görmektense ölmeyi yeğlediğini belirten bir aydının, devletinin karşı karşıya kaldığı ya da kalmasının muhtemel olduğu tehlikelere dikkat kesilmesi pek tabiidir. Namık Kemal'de Osmanlı'ya yönelen politik dikkat had safhadadır. Nitekim kendisi de evvela siyaset işlerine sonra edebiyata meraklı olduğunu dile getirir. Yine damadına yazdığı bir mektubunda açıkça, "Benim dünyada dinimden, vatanımdan sonra en ziyâde sevdiğim siyâsiyyat ve ânın ikincisi de edebiyattır." der (Tansel, 2003, II, s. 337). "Âdeme her feyz vatandan gelir" diyen şairin, memleket etrafında gelişen hadiselerle karşı duyarlılığı ortadadır.

Yukarıda bahsedilen ve 93 harbi diye de bilinen 1878 Osmanlı - Rus harbinin ilk safhalarında Namık Kemal gazeteleri dikkatle tetkik eder. Gidişatı beğenmediği ve tedirgin olduğu yazdıklarından bellidir. Asıl mühim olan ise geleceğe dair olan öngörülerindeki isabettir. Harp sonuçlanmadan dört ay evvel Plevne'nin düşeceğini, Sırp ve Yunan unsurların da Osmanlı aleyhine harbe gireceğini tahmin eder:

"Gazetelerde gördüğüme göre, Rusya'nın, Plevne üzerindeki orduları yüzaltı tabur piyâde, kırk alay süvarî ile, üçyüz altmışbeş toptur. O kuvvete bakılınca, Plevne de gidecek gibi görünür. Plevne gider ise Sırb'ın belki de Yunanistan'ın harbe iştirâki muhakkaktır. İnşâ'llâh ben yalancı çıkarım; fakat istikbâl fenâlaşmağa başladı." (Tansel, 2003, II, s. 83).

Adım adım gelen felaketleri sezmiş gibidir. Doğan kargaşada Sırbistan'ın olası bağımsızlığının, "Rumeli'yi herc-ü merc" edeceğini düşünür. Dahası henüz 1877 yılında iken eldeki verileri yorumlayarak büyük bir dünya savaşının kopacağını ifade eder. Osmanlı'nın siyasi ağırlığını yitirishiyle Balkanlar'daki dengeler, Osmanlı'dan ayrılmak ve bağımsızlık ilan etmek isteyenlerin lehine döner. Namık Kemal yaşanacak büyük toprak kayıplarını haber verir. Ayrıca doğan otorite boşluğunun, ileride neye yol açabileceğini de hesaplar. O dönem içerisinde meydana gelen türlü karışıklıklar arasında yüksek isabetli bir siyasi ve stratejik tasavvurda bulunmak hiç kolay değildir. Pek çok siyasi değişken, parçalı bir toplum yapısı, dağınık bir ordu, sisli bir konjonktür ve riskli bir gelecek söz konusudur. Eline ilk kaynaktan bilgi geçen kimselerin dahi bir ay sonrasını kestiremedikleri bir ortam vardır. O günlerde Osmanlı'nın geleceği hakkındaki fikirlerini yakın çevresine açan Kemal'in madde madde görüşlerini açıkladığı görülür. Sanatçı, Osmanlı'nın gücünü kaybetmesinin muazzam bir politik ve askerî anafora yol açacağı, girilecek zorlu bir nüfuz mücadelesinin ise nihayetinde devletlerarası menfaat çatışması çıkartacağı kanaatinde. O dönemdeki muğlak atmosferde yarına dair konuşmak bile güçken Namık Kemal'in şu öngörüsü hakikaten takdire şayandır:

"Dikkat buyurulsun, benim i'tikadımca mes'ele harb-i umumiye netice verir. Bu mütâleaları yazışım, fikrimin ma'kusu çıkmasına da ihtimal verdiğim içindir..." (Tansel, 2003, II, s. 113).

30. 12. 1877 tarihli bu mektupta geçen ifadeler gayet mühimdir. Bu görüşlerin bir başka mektupta da tekrarlanması, Namık Kemal'in Osmanlı'nın ahvali hakkındaki kanaatinin zihnine tam olarak yerleştiğini ve tahmininde ısrarcı olduğunu gösterir:

"Görünüşte bir harb-i umûmî olacak, fakat bütün bütün mes'eleyi kestirmek, Bismark hazretleri mevcut iken, kimse için mümkün değildir. Ben daha Magosa'da iken, Allâh dünyadan Bismark'ın vücûdünü kaldırsın, o zaman istikbâlin ne olacağına hükmederim demiştim... İstikbâle müteallik her ne söylenirse, remilâne bir keşf kabilinden olur. Yalnız şu kadar diyebiliyoruz ki, şimdi Avrupa'da görülen

hâlin neticesi, bir harb-i umumî ile kapanacaktır. İhtimal ki böyle bir harb-i umumîde Bismark dahi mağlup olur..." (Tansel, 2003, II, s. 334 – 335).

16. 12. 1878 tarihli bu mektubunda, savaşın ne zaman çıkacağını belirtmemekle birlikte, böyle bir gelişmenin yaşanacağından gayet emin olduğu anlaşılır. Osmanlı'nın Balkanlar üstündeki nüfuzunu kaybetmesinin çok geçmeden askerî ve politik sahada yansımaları olacağına, "harb-i umûmî"nin de bunun neticesinde patlak vereceğine hükmeder. Tahmini doğrudur ancak bu savaş hemen çıkmaz. Namık Kemal 1914'te başlayacak olan 1. Dünya Savaşı'nı tam 36 yıl önceden görür. Fikrî muhakemesinin sıhhati ve öngörülerinin yerinde oluşu, onun Osmanlı'ya dair olan politik dikkatinin ciddiye alınmasını gerektirir.

Sanatçı Rusların Osmanlı'ya karşı izlediği politikayı ihtiyatla takip eder. Onların hilafet gücünün peşinde olduklarını düşünür. Ruslar kendi çıkarları için hilafeti kullanma emelindedir (Tansel, 2003, II, s. 292). Yurt içinde de kullanışlı kimseleri tespit edip yanlarına çekerler. Namık Kemal bu hususu makalelerinde de işlemiştir. Ruslar, Osmanlı'nın aleyhinde propaganda yapmak için para kuvvetinden sonuna kadar istifade ederler (Taş, 2018, s. 58). Ali Suavi'yi ve Mahmut Nedim Paşa'yı da bu şekilde kullanmışlardır. İsimleri sosyal hayatta itibar gören ve etkili mahfillerde belli bir siyasi ağırlığı olan bu kişilere Namık Kemal'in yaklaşımı olumsuzdur. Mahmut Nedim Paşa'dan "Nedim Mahmudof" diye bahseden Kemal, Suavi'nin ise Ruslara casusluk yaptığını bildirir (Tansel, 2003, II, s. 335). Mektuplarında Ali Suavi'nin Ruslar lehine çalıştığını açıkça yazar.

Ali Suavi, 20 Mayıs 1878'te, çoğu yerde Çırağan Baskını diye geçen, dönemin matbuatında ise Su'âvi Vak'ası diye anılan bir ayaklanmayı başlatır. Maksudı II. Abdülhamid'in yerine tahta V. Murad'ı geçirmektir. Kalkışma sert şekilde bastırılır ve Ali Suavi de canından olur. Meselenin ardında yatan siyaseti ele alan Namık Kemal şunları söyler:

"Su'âvi'nin mel'aneti, mücerred Rusya dostumuzu İstanbul'a sokmak için yapılmış bir şey olduğuna bence şüphe yoktur. Habisin ne makule mahlûk olduğunu bilirim. P....k, dünyâda şeytanın irtikâp etmeyeceği hiyâneti iki lira için kabul ederdi..."

Su'âvi'nin hareketi Rusya parmağı ile olduğunda hiç şüphe yoktur. Dikkat etsen a.. Rusyalılar Tottleben'e bagdeten İstanbul'a girmemek için emir verdiklerine İngiltere'yi temin ediyorlar; demek Tottleben'in bagdeten İstanbul'a girebilmesi mes'elesi de varmış. Beriki mel'ûnun yüzelli kişi ile böyle bir harekete kıyâmı, o mes'eleyi canlandırmak için değildir de nedir? Amma yanındaki muhacirlerin ihtimal ki Rusya işinden ve hatta pek çoğunun maksad-ı hareketten haberleri yoktur. Hinzırı bilmezsin; akla fikre gelmez yalanlar söylediler." (Tansel, 2003, II, s. 156 – 158).

Rusya'nın Osmanlı'yı zayıf bulup bir yandan parçalamaya diğer yandan işgale uğraşması, Namık Kemal'e göre İngilizlerin millî hedefleriyle ters düşmektedir. Osmanlı üstünde her iki emperyal gücün farklı planları vardır ve menfaatleri uzlaşmaz. Sanatçıya göre Rusya ve İngiltere arasındaki çekişme barizdir.* Dengeyi kuracak olansa hilafet kuvvetidir. Yanına "merkez-i hilafet"i alan, yoluna daha rahat devam edecektir (Tansel, 2003, II, s. 200). Sanatçı bu iki güç arasında sıkışan Osmanlı'nın, İngiltere ile ilişkilerini stratejik biçimde kullanmak suretiyle belki kurtulabileceği ümidindedir.

Namık Kemal İngilizlerin siyaseti ile oldukça ilgilidir. Uluslararası alanda onların aldığı mevzii takip eder. Ona göre İngiltere gibi "dünyanın denizlerine hâkim, küre-i zeminin sülüs servetine malik bir devlet ile uğraşılmaz." (Tansel, 2003, IV, s. 216). O yüzden Osmanlı'nın İngiltere ile kordiplomasiye önem vermesi taraftarıdır. Zamanında bunu Mustafa Reşit Paşa'nın ustalıkla yaptığını düşünür (Tansel, 2003, II, s. 103). İngilizlerin niyetini bilmek, kritik bir değer taşır. Osmanlı Devleti yapacağı hamleler için bu bilgiyi göz ardı etmemelidir. Namık Kemal'e göre ise İngilizler bir harbin peşindedir. Bir mektubunda, "Gazetelerin dırdırıyâtına bakma! Avrupa'dan etraflı mâlûmâtım var. İngilizlerin maksadı harbtir." diyerek kendi kanaatini açıklar (Tansel, 2003, II, s. 165).

93 Harbi (Osmanlı – Rus savaşı), Osmanlı – Karadağ savaşı gibi büyük mücadelelerin verildiği 1878'de Meclis-i Mebusan'ın kapatılması bir başka bahistir. Namık Kemal Batılı değerlerle tanışmış biri olarak meclise büyük kıymet verir. Orasının milletin hafızası hükmünde olduğunu bildirir. II. Abdülhamid'in meclisi kapatmasından önce yazdığı bir mektubunda, "Huzûr-ı kalb ile Cenâb-ı Hakk'a namaz ve niyazdan sonra, kendini toplayarak, aklını başına alarak, insanlığını takınarak hareket olunacak bir yer var ise, Meclis-i Meb'usân'dır" der (Tansel, 2003, II, s. 120). Burada vekil olan bir kişinin 50000 vatandaşın temsilcisi olduğunu ve o kadar insan için düşünerek davranması gerektiğini kaydeder. Vekillerin sorumluluğu büyüktür. Ayrıca sadaretin lağvını ve onun yerine başvekillik kurumunun gelmesini ister. Böylece başvekil, meclisin kazanımlarını koruyacaktır. (Tansel, 2003, II, s. 133). Sanatçı makalelerinde de bu görüşleri işler. Her nezaretin başı olduğuna göre sadaret lüzumsuzdur (Çakmakçı, 2009, s. 25). Osmanlı'daki rejime dair ışık tutan bu görüşler kayda değerdir. Monarşik rejimin yaşanan sıkıntılarda rolünün olup olmadığını yargılamak makalenin konusu değildir. Bugünün gerçekleriyle o dönemi değerlendirmek de anakronizme yol açar. Üstelik bu tarihçilerin ve siyaset bilimcilerin işidir. Burada görülen ise Namık Kemal'in rejimin daha serbest, hür bir havaya sahip olması fikrini taşıdığıdır. Sorumluluk üstlenecek ve dinamik bir yapısı olacak meclisin, zorlukların üstesinden gelinmesinde faydalı olacağını düşünmüş olan Namık Kemal, Batılı değerlere olumlu yaklaşımı ve meclise izafe ettiği kutsiyet ile esasen Osmanlı'daki politik düzenin tazelenmesi taraftarı olduğunu belli eder. Bununla

* Namık Kemal üzerine müstakil bir biyografi - inceleme kitabı bulunan Necip Fazıl, Osmanlı Devleti üzerinde sürdürülen yabancı devletlerin politikalarını aynı çerçeve içinden yorumlar ve bu hususlarda Namık Kemal'in dikkatinden övgüyle bahseder: "Geri bir Avrupa milleti bünyesinden, müthiş gayretlerle, kuvvetli bir Garp devleti hâline yükselen eski Rusya; Türk camiasının göç yollarını kesen, kaynaklarını kurutan, mâlik olduğu zenginliklere ve imparatorluk enkazına göz diken bir politika sahibidir... büyük Avrupa devlet iktidarları, kendi menfaatleri doğrudan doğruya baltalanmadıkça Rusya'yı serbest bırakmakta mahzur görmemiştir...Namık Kemal, kurduğumuz kıymet ölçüsü içinde Garbı, bütün niyetleri, dolapları, teşebbüsleri ve dalavereleriyle kavrayan; ve aslan kükreyişleri hâlinde, tamamen şaşkın ve sağır cemiyetine haykıran büyük bir politikacıdır." (Kısakürek, 2011: 260)

birlikte II. Abdülhamid'in Meclis-i Mebusan'ı tatil ettiği ve bu tatilin tam 30 yıl sürdüğü bilgisi de hatırlanmalıdır.

Yukarıdan itibaren aktarılanlar toparlanırsa, sanatçının mektuplarında Osmanlı Devleti, eski kuvvetinden uzaklaşmış ve artık üzerinde emperyal devletlerin art niyetli planlar yaptığı zayıf bir ülke hâline düşmüştür. Topraklarını koruyamadığı için siyasi bütünlüğü de kaçınılmaz şekilde tartışmaya açılmıştır. Özellikle Rusların hücumuna maruz kalmıştır. Emperyal emeller güdenler, hedef ülke gördükleri Osmanlı'nın içinde nüfuzlarını kullanarak tabiri caizse insan devşirmeye başlamışlar; kendileri için çalışabileceklerini düşündükleri kimseleri saflarına katmak için bilhassa maddi imkânlarını seferber etmişlerdir. Namık Kemal'in bu fikrine en bariz örnek ise Ali Suavi'dir. Ülkede Batılı anlamda bir parlamentonun bulunmayışı bir tarafa, meşruti bir rejimin dahi yerleşmemiş olması ve kararların tek elden verilir sorgulanamayışı da söz konusu mektuplarda, üstü örtülü şekilde ayrı bir handicap olarak görülür. Onun bazı meseleleri ve özellikle politik konuları açıkça yazmayışının sebebi, görüşleri nedeniyle uğradığı muamelelerdir. Gözlem altında tutulması, takibat, hapis, sürgün tehditlerini üzerinde hissetmesi gibi nedenlerden dolayı ihtiyatlı davranır. Nitekim Namık Kemal'in hayatının neredeyse yarısı bir çeşit sürgün şeklinde geçmiştir. En verimli yıllarında iken 18 yıl boyunca merkezden uzak kalmıştır. Mektuplarının belirli bir müddet kontrol maksadıyla yetkililerce okunduğu da bilinmektedir. Mektuplarındaki muhataplarının da okuduktan sonra onları imha ettiği, ortadan kaldırdığı bilgisini Fevziye Abdullah Tansel verir (Tansel, 2003, I, s. XVIII - XIX). O yüzden Osmanlı Devleti'nin politik durumu, yönetim dairesi hakkında yazarken genel itibariyle tedbirli üslubunu koruduğu dikkatlerden kaçmaz.

Sanatçının yazdıklarında dikkat çeken bir diğer husus ise yönetim mekanizmasında olanların şahsi kusurlarının büyük zararlara yol açtığıdır. Bu hususta ise doğrudan sadrazamlara yüklenir. Mehmet Emin Âli Paşa ile Keçecizade Fuat Paşa'ya zaten öteden beri muhalif olan Namık Kemal, bu ikilinin yaptıkları hatalarda birbirlerini ikaz etmediklerini ve devletin makus talihinin ise yönetim nöbetinin birinden diğerine geçmesi olduğunu düşünür. "Âli Paşa ve Fuad Paşa otuz yıl devletin etini yediler." diyen Kemal, onların ittifakında vatanın zararlı çıktığını; asıl vatansaverlerin, tıpkı Âli ve Fuat Paşa gibi birbirine sırt çevirmeden ittifak içerisinde olması gerektiğini telkin eder. Oysa devlette vazife alan temiz insanlar ve aydınlar böyle bir birlikteliği sağlayamamaktadır. Ziya Paşa, Süleyman Paşa, Şakir Paşa gibi kimi menkup tanıdığı devlet görevlilerinin ismini zikrederek her birinin diğerleriyle aralarındaki soğukluğu eleştirir. Osmanlı'nın huzurunun, dirliğinin henüz içte bozulduğunu ve bunun kendisini öfkeliendirdiğini Menemenli Rif'at Bey'e yazdığı mektubunda şöyle dile getirir:

"Bizi, yalnız bizi değil, vatani batıran bu emniyetsizlik, bu ittifaksızlıktır. Kemal, Ziya ile; Şakir, Süleyman ile uğraşırsa, Şâpurlar, Rauflar niçin meydan almasın?"

Vatanın girdik kanına

Leke düşürdük şanına

Hepimizin b.. canına

Ne utanmaz köpekleriz" (Tansel, 2003, II, s. 315).

Devlet için çalışanların, politika üretenlerin ve aydınların ittifakla hareketine mani olanın, aralarındaki fikir uyuşmazlığı olduğunu anlatan sanatçı, sırf bu yüzden Suriye topraklarının da elden çıkacağı kaygısındadır. Hatta bir yerde, böyle gittiği takdirde, oranın da Avrupa tarafından taksim edileceğini kaydeder (Tansel, 2003, III, s. 29).

Devlet erkânının çeşitli beldelerde yaşananlardan haberdar olmayışı da bir başka huzursuzluk sebebidir. Halkın yönetime sıcak bakmaması, devletin sorunlarına deva olmayışı nedeniyledir. Bu konuda Namık Kemal'in Girit'i örnek verdiği müşahede edilir. Buradaki yetkililer, uygulamalarıyla halkı canından bezdirmişti. Fotyadı Paşa, Sâmih Paşa gibi memurların idaresizliği Girit Müslümanlarını muhacerete zorlamış, gayrimüslimleri ise Yunan'a iltihak fikrine yöneltmiştir. Adanın valilerinin yaptıkları, herkeste rahatsızlık uyandırdığı gibi koskoca bir Girit meselesinin doğmasına neden olmuştur. Namık Kemal, durumun padişahça bilinmesini arzu ettiğinden, Ebuzziya Tevfik'e 12. 01. 1884 tarihinde yazdığı mektubunda, vaziyetin bu mektupla Abdülhamid'e takdimini istirham eder.

Yine ve bu sefer aracasız şekilde Abdülhamid'e gönderdiği bir mektubunda, Rodos'taki ahvali anlatır: Osmanlı coğrafyasının hiçbir yerinde Müslümanlar, Rodos'taki kadar sayıca azalmış değildir. Bu da Rodos'un kaybı tehlikesini doğurmaktadır. Osmanlı'nın burayı siyaseten kuvvetlendirmesi için askerlik, eğitim bakımından ve mali yönden tedbir alması şarttır. Rodos'un devlete senede verdiği asker 20 kişidir. Gençler ise Osmanlı ordusunun dört bir tarafa yayıldığı bir dönemde askere gitmek istemezler. Bu yüzden din ve isim değiştirenlerin dahi olduğundan bahseden Namık Kemal, okul ve caminin yetersizliğini de böylesi fikir ve hareketlerin altında yatan sebepler olarak sunar. Fakirlik ve askerlik zorunluluğu, halkın din ve uyruk değiştirmesi gibi vahim bir sonuca yol açmaktadır. Yazar, Abdülhamid'e hitaben Rodos'un senede vereceği 20 askerin "deryâyâ nisbet katra kabilinden olması cihetiyle, silâh altından" eksilmesinin hiç mühim olmadığını belirtir. Üstelik onların askerlik kurasından muaf tutulmaları ve Müslüman gençlerin burada evlenip kök salmaları hâlinde, adadaki Müslüman nüfusun artışına da katkı yapılmış olacağı söylenir (Tansel, 2003, IV, s. 100).

Geçimini sağlayamayanlar muhtaçlıktan dolayı sancaktan ayrılmakta, kalanlar ise dinden bihaber yaşamaktadır. Rodos'taki "tanassurlaşmaya" engel olunmaması durumunda devletin yaşayacağı sorunu Maarif Nazırı Mustafa Nuri Paşa'ya da yazan Namık Kemal, burada derhal bir din ve eğitim seferberliğinin başlamasını ister. O, dinî şuurun sosyal hayatta önemli bir bağlayıcı olduğuna inanır (Özer, 2019, s. 33). Kırmızı mürekkeple kaleme alındığı ayrıntısı ile dikkati çeken mektubun cümleleri adeta ikaz mahiyetindedir:

"Rodos sancağı ise ma'arifce Midilli'den ziyade himmet ve inâyet-i mün'imanelerine müftekirdir. Oradaki sa'ylerin birinci sebebi, Müslümanların tanassura başlayacak korkusu idi. Burada ise başlamışlar. Bir sürette başlamışlar ki tahriri hitam bulan köylerde zükûr ve inâs üçyüzkırk Müslümân bulundu. Bunların da yirmidördü tanassur etmiş. Sebeb taharri edildi; köylerinde cami ve mektebin fıkdanı olduğu anlaşıldı. Cümlesi yedişer-sekizer yaşında Hristiyan edilmişler. Kendilerine soruldukça İslamiyyet'e dâ'ir Besmele'den başka bir şey bilmediklerini ve anın için Hristiyan olduklarını söylüyorlar." (Tansel, 2003, IV, s. 118).

Rodos mutasarrıfı iken bu tehlikeyi ortadan kaldırmak için okulu olmayan köylere hoca tayin ettiğini, cami inşası için “musâ’ade-i seniyye” aldığını belirten Namık Kemal, askerlik için de yaptığı teklifin kabul görmesini umar. Adadaki mürtedleşme, yanlış politikaların, ihmallerin neticesi olan bir sosyal durumu doğurmuştur. İlginç olan şudur ki Midilli’de tersinden benzer bir durum vardır. Midilli’deki Hristiyanlar da Osmanlı’ya aynı sebeplerden dolayı bağlıdır. Onlar Midilli’nin Yunan’a iltihak etmesi fikrine karşıdır çünkü böyle bir birleşmenin kendilerine vergi ve askerlik yükümlülüğü getirmesini istemez.

Merkezden uzak yerlerde, yönetimin haberdar olmadığı durumlar vardır. Namık Kemal’in devlet görevi üstlendiği yerler de hep bu tarz mahaller olmuştur. O mutasarrıf iken de kendini bir çeşit sürgünde hisseder. Bununla beraber bulunduğu ve gözlemlediği yerlerdeki sorunları resmî ve gayriresmî yollarla duyurmayı ödev bilir. Bu mektuplardan yola çıkarak yapılacak bir muhakeme ile Osmanlı’nın sınır uçlarındaki yöreleri, merkeze uzak diğer bölgeleri de muhtemeldir ki yazarın kaydettiği benzer yönetim zaafları içerisinde, denebilir. Türlü gailelerle meşgul olan Osmanlı’nın en zor dönemlerini yaşadığı bir zaman dilimi için böyle bir çıkarımda bulunmak zaten pek de güç olmasa gerektir.

Mektuplardaki bilgiler doğrultusunda, Osmanlı’nın içte ve dıştaki politik durumu bazı ana hatları ile ortaya çıkar. Buna eklenebilecek son husus ise ekonomik bir yanı olmakla beraber politik bir taraf da taşıyan bir ayrıntıdır. Namık Kemal, Osmanlı’nın tedavüldeki parası hakkında mektuplarında önerilerde bulunur. O, “kâ’ime”nin yani kağıt paranın kalkmasını arzu eder. Onun yerine değerli metallerin para birimi olarak kullanılmasını teklif eder (Tansel, 2003, II, s. 123). Böyle mühim bir ekonomik değişim için devletin kaynak bulabileceğini düşünür. Kâğıdın esasen değersiz olduğunu söyleyerek, ayarı bozulmamış sikkenin, değerli metallerin tedavüle girmesinin devletin itibarını ve ekonomi-politik gücünü artıracığı fikrinde ısrarla durur. Günümüzde yeni bir ticari düzenin kurulmasını, yeni bir ekonomik sistemin inşasını savunanların da ortaya attığı bu görüşü, Namık Kemal’in 142 yıl evvel dile getirmiş olması, dikkat çeken bir husus olarak kayıtlara girmelidir.

Sonuç

Namık Kemal, yaşadığı dönemde şairliği, yazarlığı, gazeteciliği, idareciliği, politikacılığı ve kanaat önderliği ile kendinden söz ettirmiştir. Hem muhalefet saflarında hem de hükümetin bürokrasi saflarında yer almış atak ve tecrübeli bir aydındır. Kendi döneminde, yazdıkları ile politik gündemi tayin edecek kadar etkili biridir. O yüzden görüşleri hem kamuoyunca hem de yönetim kadrolarınca önemsenmiştir. Böyle çok yönlü ve politik olayların içinde olgunlaşmış birinin satırlarından, Osmanlı’nın 19. asırdaki durumunu okumak faydalı bir çalışmadır.

O, bilhassa mektuplarında samimi bir dille gördüklerini, değerlendirmelerini yakın çevresine yazmıştır. Yazdıkları kimi zaman Osmanlı’nın toplum hayatını olduğu gibi tasvir etmiş kimi zaman da aksayan taraflarını teşhir etmiştir. Bu mektuplara göre Osmanlı’nın sosyo-politik anatomisi kabaca ortaya çıkmaktadır. Osmanlı 19. asrın ikinci yarısında esasen bir çöküş sosyolojisi örneğini verir. Bunun izdüşümü Namık Kemal’in mektuplarında da vardır. Halkın genel durumu, gazete, tiyatro gibi sosyal ve kültürel enstrümanların asli işlevlerini yerine getiremeyişleri, halkı uyarmak ve manen yetiştirmekle

görevli din adamlarının nitelik yönüyle yetersizliği, aydınların ümitsizliğe kapılmış olması iç açıcı olmayan bir sosyal tablo meydana getirmektedir. Gazetenin önemi toplumca kavranmamıştır. Bu hususta Osmanlı ile Batı kıyaslandığında, memleketin ne denli geride olduğu anlaşılmaktadır. Aynı hükmü tiyatro için de vermek zor değildir. Halka mühim mesajları vermek için imkân ve kabiliyeti olan bu faaliyetin, basit eğlenceye dökülmekle birlikte, Osmanlı'da dejenere olduğu; kaba şaka, galiz kelam ve kötü şakadan ibaret ucuz oyunculuğa dönüştüğü müşahade edilir. Bu yüzden sanatçı, Osmanlı'nın eğlence hayatının bir cüzü olan ortaoyunlarına ahlaki ifsat ettiği gerekçesiyle olumsuz yaklaşır. Halbuki onun perspektifinden tiyatro, Batı'da asil ve topluma karşı ödevleri olan bir faaliyettir. Yazarından oyuncusuna onunla ilgilenen de toplumca değer görür. Namık Kemal'in mektuplarından aktarıldığı kadarıyla Doğu ile Batı arasında sosyal anlayış ve kültürel düzey farkları vardır. Buna rağmen Batı'yı eleştirerek kendini muteber gösterenler de bulunur. Namık Kemal'in bu konudaki uyarısı yerindedir. O, "Haddimizi bilelim, hâlimizi anlayalım" derken, eksik ve kusurların üstünü kapatarak görmezden gelmenin; hatta kendinden daha iyi seviyede olanları anlamsızca tenkidin yahut karalamanın mevcuda bir çare olamayacağını belirtmek ister. İlerlemenin ilk şartının kusurları itiraf etmek olduğunu; yani bir çeşit özeleştiriyi yapmak gerektiğini söyler ki bir buçuk asır önceden edilen bu ikaz günümüz için dahi son derece isabetlidir.

Mektuplarda Osmanlı'daki eğitim ve öğretim üzerinde epey durulmuştur. Eğitim toplum hayatını şekillendiren temel öğelerden biridir. Sanatçının kaleme aldıkları göz önünde bulundurulduğunda, Osmanlı'nın 19. asırdaki genel sosyo-politik durumu ile eğitim sistemi arasında anlamlı bir ilişki olduğu meydana çıkar. Gerek Tuna vilayeti için gerekse Rodos adası için yazılan mektuplar, Balkanlardan "Bahr-i Sefid"e kadar kendini hissettiren bir eğitim mahrumiyetini anlatır. Kadınların okutulmadığı, köy, kasaba ve şehirlerdeki okullaşma oranının düşük olduğu; halkın sırf bu yüzden beldeleri terk ettiği mektuplarda dile getirilir. Vatandaşların hocaya olan talebi, çocuklarının tahsili için insanların başka yerlere göçmesi, eğitimde yaşanan çaresizliği yansıtır. Özellikle yabancı dil öğretimi hakkında Osmanlı'nın vaziyetini aktaran satırlar ve Batı'dan örneklerle yürütülen fikirler çarpıcıdır. Türkiye'de hâlen dahi çözülememiş bir yabancı dil öğretimi meselesi olduğu düşünülürse, Namık Kemal'in bu husustaki dikkatinin yerindeliği ve aktüelliğini yitirmediği ifade edilmelidir.

Mektuplardaki eğitimle ilgili tespit, görüş, tenkit ve tavsiyelerden Osmanlı'nın geri kalma sebepleri büyük oranda anlaşılır. Osmanlı'daki kötü gidişatın engellenmesi için köklü bir eğitim hamlesinin icap ettiği açıktır. Nitekim mutasarrıf olarak kendisi de bulunduğu yerlerde bu zaafı gidermeye çalışmıştır. Leskofçalı Galib'e gönderdiği mektuptaki mütalaaların sonradan hayata geçirildiği de bilinir. Kısacası eğitimin layıkıyla yapılmaması durumunda, sadece o günün Osmanlı'sının değil, hiç bir vakitte hiçbir toplumunun müreffeh bir hâle gelemeyeceği saptamasında bulunmak zor değildir. Namık Kemal'in bu konulardaki hassasiyeti ise hangi faydalı sonuçları elde etmek için hangi derslerin, ne tip kitapların okutulacağına kadar düşünüp yazmasından bellidir. Sanatçı ayrıca toplumda okuma yazma bilen insanların dahi temel hayat bilgilerinin eksik olduğunu söyler. Acil durumlarda canını kurtarmaya yetecek kadar bilgiden mahrum geniş bir kitle olduğunu bildirir. Bu durum, toplum hayatında tespit edilen mühim bir kusurdur.

Osmanlı'nın genel politik durumu da mektuplardan tespit edilebilmektedir. Buna göre büyük güçler arasından kendine çıkış yolu arayan bir devlet söz konusudur. Geçmişteki ihtişam yerini müşkül

bir vaziyete bırakmıştır. Devlet iktisadi kaynaklarını kaybettikçe, siyasi olarak da güçten düşmüştür. Topraklar peyderpey elden çıkmaktadır. Osmanlı, emperyal hedefleri olan ülkelerin artık doğrudan odağındadır. Halk da yönetim de bunu bilir. Özellikle çok güçlü bir Rus tehlikesi vardır. Devlet mekanizmasına dahi nüfuz edilmiştir. Maddi imkânlarını sonuna kadar kullanan yabancı devletler, Osmanlı Devleti'nin içinde nüfuz ticaretine başlamışlardır. Bu da Osmanlı'daki durumun vahametini işaret eder. Yaşananlar aslında parçalanmanın arifesindeki bir devletin ıstırap verici vaziyetini aktarır. Sadece mektupları esas alınmazsa, Namık Kemal'in dış politika açısından ince bir denge siyasetini ihlas ettiği ve diplomatik zekânın devreye girmesini arzuladığı müşahede edilir. Mektuplarını ise ihtiyatla yazdığından bunlar ancak sezilebilmektedir.

Osmanlı'nın dışarıya karşı güçlü olması için önce içeride dirliğin düzenliğin sağlanması gerektiğini söyleyen sanatçı, aydınları sorumlu olmaya ve birlikteliğe davet eder. O dönemin aydınlarının yaşadığı fikir uyuşmazlığı, her birini ayrı noktalara savurmuş ve birbirinden uzaklaştırmıştır. Dağınık bir aydın kadrosu olduğundan yakınan Namık Kemal, iç huzurun ve dayanışmanın olmayışının önemli bir sebebini de böylece açıklamış olur. Devletini düşünen temiz insanlar, aydınlar, milletin geleceği adına uzlaşmalıdır. Sanatçı ayrıca aydınlarla ümitsizliği yakıştırmaz. Osmanlı'nın devlet ve millet olarak içine düştüğü açmazda, aydınlarına hakikaten büyük sorumluluklar düşmüştür.

Mektuplarda dikkati çeken bir husus ise ayrılıkçı unsurların vereceği zararların bertaraf edilmesi için dile ve edebiyata önem verilmesi gerektiği fikridir. Özellikle Balkanlardaki konjonktürü ele alan Namık Kemal, Osmanlı'nın bekasına tehdit olan öğelerin dil, edebiyat, sanat yoluyla giderileceğine kanidir. Kültürel bütünlük sağlanmalıdır. Bunun için de sanatçılara vazife düştüğünü kaydeder. Abdülhak Hamid gibi yeteneğine güvendiği bir gençten vatan yolunda yazmasını ister. Osmanlı'daki aydın kadroların ve eğitim sisteminin bu stratejik noktayı gözden kaçırmaması telkinleri mektuplarda yer alır.

Devletin kamu hizmetlerinin aksadığı, Osmanlı son zamanlarında merkezden uzak yörelerin devletten hizmet alamadığı da mektuplarda yer alan gözlemlerdendir. Kendine has koşulları olan kıyı ve uç diyarlarda askerlik, yatırım, eğitim, vergi meseleleri bir süredir ihmal edilmiş ve çözümü bekleyen sorunlar olarak kalmıştır. Bu yüzden Girit, Midilli gibi İstanbul'a epey mesafesi bulunan bazı yerlerde halk şikâyetçidir.

Genel olarak bir değerlendirmede bulunulursa, Namık Kemal'in hem bir devlet görevlisi hem de sorumluluk hissi taşıyan bir aydın olarak Osmanlı'ya dair yaptığı gözlemler, devrinin panoramasını özetler niteliktedir. Yazıldığı dönem zarfı dışına çıkılmadan, bu mektuplardan, Osmanlı'nın bir sosyal değişim ve tazelenme hamlesi ihtiyacı içinde olduğu ancak bunu tam manasıyla yapamadığı sonucunu elde etmek mümkündür. Yavaşça yaşanan çöküş, sanatçının satırlarında kendini belli eder. Suriye'nin taksim olunacağı, büyük bir harbin yaşanacağı, Girit meselesi, harp bozgunları kimi üzüntülü tahminler kimi azaplar eşliğinde bu mektuplardan okunur.

Tüm bunlarla beraber Osmanlı'nın bakiyesi olarak devreden bir geçmiş, sosyo-politik bir miras ve kültür olduğu gerçeği hatırlanmalıdır. Namık Kemal'in mektupları ışığında yakın tarih yorumlandığında, çıkartılacak sonuçların bugüne de bakan yönleri olduğu söylenmelidir. Yıllar hatta

asırlar geçse, dönemler değişse de üzerinde yaşadığımız topraklarda temel bazı sorunların değişmediği hakikatini çekinmeden itiraf etmek gerekir. Namık Kemal'in prensip kabul edilebilecek ifadesi ile "Terakkînin mebdei, i'tiraf-ı noksandır". Belirtilen sorunlar bu makalenin konusu olmasa da derin, büyük ve kapsamlı oldukları kaydedilmelidir. Önceki kuşakların gözlem ve tecrübelerinin değerlendirilmesi ise sorunların aşılmasına hiç şüphesiz katkı sağlayacaktır. Namık Kemal'in mektupları bu açıdan oldukça verimli tarihî ve edebi vesikalar hükmündedir.



KAYNAKÇA

- Çakmakçı, A. (2009). *Namık Kemal'e göre devlet ve devlet adamları*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demiray, K. (1974). Tanzimattan günümüze değin mektup. *Türk Dili, Mektup Özel Sayı*, S. 274, (88-96). *Doğumunun yüzellinci yılında Namık Kemal* (1993). Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Ebuzziya Tevfik (2006). *Yeni Osmanlılar – İmparatorluğun son dönemindeki Genç Türkler*. (Çev: Şemsettin Kutlu). İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Kısakürek, N. F. (2011). *Namık Kemâl*. İstanbul: Büyük Doğu Yayınları.
- Özer, A. (2019). *Namık Kemal'in mektuplarında sosyal ve siyasi meseleler*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tanpınar, A. H. (2003). *19. Asır Türk edebiyatı tarihi*. İstanbul: Çağlayan Kitabevi.
- Tansel, F. A. (2013). *Namık Kemal'in Husûsî Mektupları I – İstanbul, Avrupa ve Magosa Mektupları*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Tansel, F. A. (2013). *Namık Kemal'in Husûsî Mektupları II – İstanbul ve Midilli Mektupları*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Tansel, F. A. (2013). *Namık Kemal'in Husûsî Mektupları III – Midilli Mektupları*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Tansel, F. A. (2013). *Namık Kemal'in Husûsî Mektupları IV – Rodos ve Sakız Mektupları*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Taş, Y. (2018). *İlk Türk gazetecilerinden Agâh Efendi, Şinasi, Ziya Paşa, Ali Suavi ve Namık Kemal'in dönemin devlet politikalarına yaklaşımları*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yamaç, M. (2000). *Siyasal yaşamımız ve Namık Kemal*, [Yayınlanmamış doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yetiş, K. (1996). *Namık Kemal'in Türk Dili ve Edebiyatı üzerine görüşleri*. İstanbul: Alfa Yay.
- Varsak, O. (2013). *Namık Kemal ve eğitim görüşleri*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



SOLOMO REKLAMLARINDA ALGILANAN SOSYAL SERMAYENİN SOLOMO REKLAMA YÖNELİK TUTUMA ETKİSİ: NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ*

 Suzan ÇOBAN^a

 Özge GÜNEY^b

Öz

Bu çalışmanın amacı, SoLoMo reklamlarda algılanan sosyal sermaye boyutlarını tespit etmek ve bu boyutların SoLoMo reklamlara yönelik tutuma etkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda geliştirilen anket, Nevşehir ilinde uygulanmış ve 388 katılımcıdan analize uygun veriler elde edilmiştir. Veri analizinde SPSS ve AMOS hazır paket programları kullanılmıştır. Analiz yöntemi olarak doğrulayıcı faktör analizi, çoklu ve aşamalı regresyon analizleri, güvenilirlik-geçerlilik ve değişkenler arası korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucu SoLoMo reklamlarda algılanan sosyal sermaye boyutları literatüre benzer şekilde, sekiz faktörden oluşmaktadır ve bu faktörler, mahremiyet kaygısı, kişisel imaj, rahatsız edicilik, ağ bağlantısı, kendini anlatma, hissedilen güven, yapılandırılmış içerik ve marka / işletme ile bağ kurmaktır. SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye bileşenleri, SoLoMo reklama yönelik tutumu anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. SoLoMo reklamlara yönelik tutumu olumlu yönde etkileyen faktörler hissedilen güven, marka / işletme ile bağ kurma ve kişisel imaj birlikteliğidir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye, SoLoMo Reklam, Mobil İletişim



THE EFFECT OF PERCEIVED SOCIAL CAPITAL IN SOLOMO ADS ON SOLOMO ADVERTISING ATTITUDE: THE CASE OF NEVSEHIR

Abstract

The purpose of this study is to determine the perceived social capital dimensions in SoLoMo ads and to determine the effect of these dimensions on the attitude towards SoLoMo ads. The questionnaire developed for this purpose was applied in Nevşehir province and data suitable for analysis were obtained from 388 participants. In data analysis, SPSS and AMOS ready package programs were used. Confirmatory factor analysis, multiple and stepwise regression, reliability-validity, and inter-variable correlation analysis were used as analysis methods. Social capital dimensions perceived in SoLoMo ads as a result of confirmatory factor analysis consist of eight factors similar to the literature. These factors are privacy anxiety, personal image, disturbing, networking, self-expression, felt trust, structured content, and linking with the brand / business.

* Bu çalışma, ikinci yazar olan Özge GÜNEY' in yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

^a Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, suzan@nevsehir.edu.tr

^b YL Öğr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, oozgeguney@gmail.com

Social capital components perceived in SoLoMo advertising affect the attitude towards SoLoMo advertising significantly and positively. The factors that positively affect the attitude towards SoLoMo ads are the trust felt, the connection with the brand / business and the personal image.

Key Words: Social Capital, SoLoMo Advertising, Mobile Communication



Giriş

Günümüz mobil cihazlarının Küresel Konumlama Sistemi (GPS) gibi özellikleri, işletmelerin tüketicilere istenilen yer ve zaman diliminde ulaşabilmelerini sağlamaktadır. Başka bir anlatımla söz konusu teknolojilerin kullanımı, işletmelere yeni fırsatlar sunmakta ve işletmeler, tüketicilerin buldukları yere göre ürünlerine ilişkin bilgi ve teklif gönderme imkânı bulmaktadırlar (Bruner & Kumar, 2007). Lokasyon bazlı reklamcılık (LBA) olarak isimlendirilen bu stratejide tüketicinin bilgiyi araması yerine, mobil uygulamalar sayesinde tüketicinin nerede olduğu tespit edilmekte, bulunduğu yere yakın yerde konumlanmış, tüketicinin ilgisini çekecek mekanlar ve bu mekanlardaki promosyonlar ile ilgili bilgiler tüketiciye iletilmektedir. Ancak, günümüzün mobil iletişim araçları ve özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması, lokasyon ve sosyal ağların birlikte kullanımını gündeme getirmiştir. Dolayısıyla sosyal, lokal ve mobil olgusunun birlikte kullanımı olan SoLoMo reklamcılık hızla yaygınlaşmaktadır. LBA ve SoLoMo reklamın her ikisinde de mobil konum tabanlı teknolojiden yararlanılmakla birlikte, LBA kendiliğinden ürün ve hizmetleri tanıtırken, SoLoMo reklamları sosyal medya haber akışları arasında ustaca yer almaktadır (Lee, 2018, s. 363). SoLoMo reklamlar, şirketin hedefleri doğrultusunda sosyal medya araçlarına reklam ve pazarlamayla ilgili içerikleri tüketicilerin etkileneceği bir biçimde yerleştirerek, onların bu mesajları yaymalarını, ürünler hakkında konuşmalarını, özetle reklam mesajıyla birbirleriyle etkileşim içinde olmalarını sağlayan birtakım etkinlikler olarak ifade edilebilir (Sabuncuoğlu & Gülay, 2014). SoLoMo reklamcılık ortamı olarak sosyal medyanın etkin kullanımı sayesinde işletmeler, tüketiciler kendi aralarında network oluşturarak sosyal sermayenin oluşma sürecine ivme kazandırmaktadır. Sosyal medya, sosyal sermayenin hem biçimlenmesine katkıda bulunmakta hem de sosyal sermayenin gücü hakkında fikir vermektedir. Sosyal sermayeyi en basit haliyle, kişiler arasında güvene dayalı kurulan ilişki olarak tanımlamak mümkündür (Altunoğlu vd., 2017, s. 5). Sosyal sermaye toplumun yalnızca kaynaşması için değil, bunun yanında milletin zenginliği ve ekonomik anlamda büyümesi işlevini de görmektedir.

Sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki en önemli etkilerinden biri, sosyal paylaşım sitelerinde bireylerin kendileriyle ilgili kişisel bilgi profilleri geliştirmesiyle başlamaktadır. Oluşturulan bu profillerle bireyler, çevrelerindeki arkadaşlarını ve işyerinden ya da farklı kurumlardaki meslektaşlarını davet etmektedirler. Bu platformlarda bireyler birbirleri arasında anlık paylaşımlar, mesajlar ve e-posta iletimi sağlayarak aktif bir iletişim süreci oluştururlar (Kaplan & Haenlein, 2010). Tüm bu interaktif çabalar sayesinde fikir, duygu, düşünce, konulara bakış açısı veya işletme/marka ile ilgili olan benzer insanlar, farkında olmadan bir ağ oluştururlar. Dolayısıyla işletmeler, reklamlarını sosyal ağlar üzerinden kolayca yönetebilmekte ve kullanıcılar ise sosyal ağlar üzerinden işletme veya marka ile ilgili reklamlar, yorumlar, beğeniler, eleştiriler, buldukları yerler ve yerel teklifler hakkında gerçek zamanlı bilgiyi paylaşabilmektedirler (Heineman vd., 2015).

SoLoMo reklam sayesinde işletmeler, kullanıcıların sosyal etkileşimlerinden yararlanarak daha geniş hedef kitlelere ulaşma imkânı bulmaktadır. Oldukça etkili olan SoLoMo reklamları, hedef kitle analizi ve tüketicilerin algılarına göre doğru yöntem geliştirerek başarısını artırabilecektir. Dolayısıyla SoLoMo reklamlarının sosyal sermaye açısından nasıl algılandığı ve tüketicilerin SoLoMo reklam ile ilgili olumlu-olumsuz algıları belirlenmelidir. Bu bilgilere göre reklamlar tasarlanmalı, uygun sıklıkta gönderilmeli, kullanıcılarda güven altyapısı oluşturulmalı ve onların gizlilik endişelerini ortadan kaldıracak uygulamalar yapılmalıdır. Kısaca, SoLoMo reklamlarının etkinliğini artıracak stratejiler oluşturulmalıdır. Tüm bunlar sağlanabilirse, SoLoMo reklama yönelik olumlu tutum geliştirilebilir. Olumlu tutum ise, kullanıcının işletmeye yönelik tutumlarını şekillendirir (Güney, 2020).

Sosyal sermaye kavramı, eski sosyolojik ve ekonomik bir kavram olmakla birlikte, pazarlama alanı için yenidir. Aynı şekilde, SoLoMo reklam olgusuna yönelik hem teorik hem de uygulamalı çalışmalar oldukça yetersizdir. Araştırma kapsamında saptanan çalışmalar, şu şekilde özetlenebilir: Hsieh (2016) çalışmasında, SoLoMo teknolojisinde kullanıcılar, sadece çeşitlendirilmiş bilgi formatlarına, bağlantılara ve Web 3.0 teknolojisi ortamına odaklanmakla kalmayıp, aynı zamanda güvenilirlik ve doğruluk konusuna daha çok önem vermektedirler; Yücel vd. (2016), yiyecek-içecek işletmeleri yetkililerinin SoLoMo pazarlama ile ilgili bilgi düzeyini araştırmışlardır; Yıldız'ın (2017) çalışmasında, sosyal medya ve sosyal sermaye ilişkisini konu almakta ve sosyal medyanın toplumda var olan sosyal sermayeyi ortaya çıkarmada ve ortaya çıkan bu enerjinin efektif bir biçimde kullanılmasında en etkili yollardan biri olduğunu belirtmektedir; Lee vd. (2015) çalışmalarında restoranların mobil uygulama üzerinden yaptığı SoLoMo reklam kampanyalarının tüketicilerin çevirim dışı satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilediğini belirtmektedir; Yang ve Lin (2018) çalışmasında, aşırı bilgi yüklemesi ve rahatsız ediciliğin SoLoMo reklamlara yönelik tutumu, olumsuz yönde etkilediğini ifade etmekte ve Lee (2016) çalışmasında, SoLoMo reklamlara yönelik tüketici algılarını sosyal sermaye perspektifinden etkileyen faktörleri açıklamaktadır. Bu çalışmada sosyal sermayenin yapısal, bilişsel ve ilişkisel olarak üç boyutu olduğu ve yapısal boyutun, ağ bağlantısı ve yapılandırılmış içerik; ilişkisel boyutun, algılanan güven ve marka bağı ve bilişsel boyutun ise, gizlilik ve mahremiyet endişeleri, kişisel imaj ve kendini anlatma olgularını kapsadığını belirtmektedir.

Literatür incelemesinde görüldüğü üzere, SoLoMo reklam, SoLoMo reklamlarda algılanan sosyal sermaye boyutları ve bu boyutların SoLoMo reklamlarına yönelik tutuma etkisini konu alan oldukça sınırlı sayıda çalışma vardır. Dolayısıyla araştırma, bu yönü ile literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir.

A. Sosyal Sermaye, Sosyal Ağlar ve SoLoMo Reklam İlişkisi

Sosyal sermayeyi, en az iki kişi arasında, güvene dayalı bir şekilde kurulabilen iletişim imkânı ve biraz daha geniş bir tanımlamayla, toplumu oluşturan fertler, sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları arasındaki koordinasyon faaliyetlerini kolaylaştırarak toplumun üretkenliğini arttıran, güven, norm ve iletişim ağı özellikleridir (Temple, 2000, s. 23). Burt (1992) ise sosyal sermayeyi, "finansal ve insan sermayelerini kullanmak için fırsatlar sunan arkadaşlar, iş arkadaşları ve daha genel ilişkiler toplamı" şeklinde tanımlamaktadır.

Günümüzün internet teknolojileri ve kullanılan araçlar, sosyal sermayeyi oluşturma sürecini oldukça fazla etkilemektedir. Yeni teknolojiler sayesinde tüketiciler, satın almayı planladıkları ürün veya hizmet ile ilgili sadece bilgi toplamakta aynı zamanda satın alma esnası ve sonrasındaki deneyimleri hakkında anında bilgi paylaşımı yapabilmektedirler. Bu açıdan günümüzün önemli bir teknolojik platformu, sosyal ağlardır. Sosyal ağlar sayesinde markaların kendisi birincil bilgi kaynağı olmaktan çıkmış, kendi sosyal ağlarında üçüncü parti kaynak olmuşlardır (Ruiz, 2015).

Sosyal ağlar, birbirlerine çeşitli özellikleri bakımından benzeyen grupları bir araya getirmektedir. Spesifik sosyal ağlarda aynı düşünen, aynı hisseden, aynı şeyleri beğenen bireyler, aynı anda ulaşılabilir hale gelmektedir. Bu bireyler aynı ideolojiyi paylaşabileceği gibi, aynı yaş grubunda bulunan bireyler olabilir, aynı ürünü kullanan kadınlar veya aynı spor salonuna giden gençler olabilir. Sosyal ağ ortamında iletişime geçen bu bireyler beraber iş ortamlarında bulunabilir, aynı platformda oyun oynayabilir, bir ortamda buluşup beraber aktivite yapabilirler ve aynı anda sohbet edebilirler. Dolayısıyla bu kadar ortak paylaşımlarda bulunan bireyler, internetin sanal topluluklarını meydana getirmekte ve sosyal ağlarda yeni bir kamusal alan oluşturmaktadırlar (Habermas, 2012). Örneğin, teknoloji meraklılarının bulunduğu bir sosyal ağda teknoloji ürünleri pazarlayan bir firma, çok rahat bir biçimde sifıra yakın bir maliyetle ürünlerini pazarlayabilir ve kampanyalarından bireyleri haberdar edebilir.

İletişimin birey açısından en önemli görevlerinden biri, kişinin sosyal sermayesiyle ilgilidir. İnsanların sosyal hayatında sahip olduğu bu sosyal sermayesi, genellikle içerisinde buldukları sosyal ağlarla ilintilidir. Kişinin sosyal sermayesinin ölçütü, ne kadar büyük bir sosyal ağ içinde olmasıyla ölçülmektedir. Bu yüzden günümüzde sosyal medya, bireylerin sosyal sermayelerini artırmada önemli bir platform haline gelmiştir. LinkedIn, Xing gibi profesyonel altyapısı bulunan sosyal medya ağları, insanların iş yaşamıyla alakalı sosyal ağlara rahatlıkla katılabilmesinde önemli olmaktadır (Göker, 2015). Sadece bu siteler değil, Facebook, Twitter ve Youtubeda gerek bireysel anlamda gerekse kurumsal anlamda açılan hesaplar yoluyla bireylerin yada kurumların tanınırlığı artmakta ve sosyal medyanın etki gücüyle iyi bir reklam yaygınlığı oluşmaktadır.

Sosyal ağlardaki sosyal sermaye potansiyeli, hızlı ve dinamik bir biçimde insanların kullanabileceği yeni alanlar oluşturmaktadır. Adeta sosyal ağı oluşturan her bir birey, yapılan çalışmaya bir tuğla koyarak büyük bir yapının ortaya çıkması için emek vermektedir. Sosyal sermayenin boyutlarından olan bilişsel boyut sayesinde, sosyal sermayeyi oluşturan bireyler ortak bir dile sahip olur, ortak problemler ve sonuçta ortak hedefler etrafında birleşirler. Tüm bunların sonunda bireyler, sosyal bir sistem içerisinde hareket etmeye başlar ve kolektif hedeflerle ilgili olarak ortak bir bakış açısı geliştirirler (Goronwy & Simon, 1996).

Sonuç olarak sosyal ağlar, lokalizasyon ve mobil iletişimin bir arada sunulduğu iletişim stratejisi olan SoLoMo reklamlar, tüketiciler arası iletişim kadar, tüketici ve işletmeler arasındaki ilişkilerde etkinlik sağlamak ve sosyal sermayenin oluşumunu etkilemektedir. Literatürde sosyal sermaye yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyut olmak üzere üç boyut olarak incelenmektedir (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Tsai & Ghoshal, 1998; Lee, 2016; Özdemir 2008, s. 86; Göksel vd., 2013). Litetüre benzer şekilde

araştırmada, tüketicilerin sosyal sermaye perspektifinden SoLoMo reklamlara yönelik tutumları, üç ana boyut ve kapsam itibariyle sekiz alt boyut olarak incelenmektedir:

- Yapısal boyut

Yapısal boyut; birimler ve insanlar arasındaki sosyal etkileşimi ele almakta ve ağların kendisi bu boyutun temelini oluşturmaktadır. Yapısal boyut bir tarafın diğerleriyle bağ kurma, kurallara ve ağ yapılandırmasına dayanan avantajlar elde etme yeteneğini ifade eder (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Söz konusu boyutun temel bileşenleri olan yapılandırılmış içerik ve ağ bağlantısı sayesinde sosyal medya mensupları, diğerleriyle bağ kurabilir ve sosyal medya (arkadaş ve tanıdıkların tek bir platformda buluşmasını sağlama) tarafından organize edilen içerikler ile sosyalleşmeye dayalı avantajlar elde edebilirler (Lee, 2016, s. 329). Bu boyut pazarlama açısından aşağıdaki konuları kapsamaktadır:

- Ağ bağlantısı; kaynağa erişim ile ilgilidir (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Lee & Bell, 2014). SoLoMo reklamlarındaki bilgiler, tüketicilerin bir ürün hakkında bilgi almalarını kolaylaştırır ve bu bilgiler, kişisel bağlantılar aracılığı ile paylaşılır. Reklamveren ile tüketiciler arasındaki bağlantıların yoğun kullanımı sonucu, aralarında başarılı ilişkiler kurulabilir. İlişkiler, reklam bilgilerinin etkili bir şekilde yayılmasını sağlar; çünkü sosyal medya üyeleri, ilişki kurdukları kişilerin gönderdikleri içeriğe dikkat etmektedirler (Lee & Bell, 2014).

- Yapılandırılmış içerik; SoLoMo reklam kullanıcıları tarafından kullanılmak üzere oluşturulan içerikler (yoğunluk, bağlanabilirlik ve hiyerarşi gibi) (Nahapiet & Ghoshal, 1998) ve uygun organizasyonunu (Coleman, 1988) açıklar. Reklam içeriği farklı sıklıkta, bağlantıda ve hiyerarşide ve çeşitli şekillerde olabilir. SoLoMo reklam içeriği yaratıcısı, alıcılara ürün veya hizmetleri tanıtmak için ürün işlevlerini, indirimleri ve marka etkinliklerini göndermektedir. Uygun sıklık ve bağlantıda gönderilen reklamlar, tüketicilerin reklamlara yönelik olumlu tutumlarını artırmaktadır. İçerik oluşturucu, ayrıca takipçiler ve alıcı cevapları açısından popüler olan ilanlara, üyelerle etkileşime girerek öncelik verebilir. Ayrıca, yaratıcı içerik ve tartışmalı konular yayınlayarak (gerçek güzellik için Dove kampanyası gibi, üyelerden güzelliğın ne olduğunu tanımlamasını isteyerek) ya da marka imajını geliştirmek için yaşam ve trendlerle ilgili konuları ileterek (markalama gibi) olay pazarlamasına katılabilir. Reklam içeriği yaratıcısı, üyelere kurallar koyabilir. Gerçek isim kullanımı, hakaret, uygunsuz veya müstehcen materyaller kullanmamak gibi. Ayrıca, alıcıların kendi kendine oluşturduğu mesajların kalitesini sağlamak için, üyelerin yıkıcı, küçük düşürücü veya hakaret edici cevapları içerik oluşturucu (veya erişimi reddetme) tarafından silinebilir (Nguyen vd., 2014). Tüketiciler bu sayede, SoLoMo reklamların zenginliğini ve kalitesini algılamakta ve tüketicilerin SoLoMo'ya karşı olumlu tutumları artmaktadır (Lee, 2016, s. 329-330).

- İlişkisel boyut

İlişkisel boyut; güven, güvenilirlik, normlar, yükümlülükler, özdeşleşme gibi ilişkilerin kaynaklarını ifade etmektedir. İnsanların etkileşimleri yoluyla geliştirdikleri kişisel ilişkiler ile ilgilidir (Coleman, 1990; Putnam, 1995). Bu boyut, tüketicilerin davranışlarını etkileyen ilişkilerin güven, saygı, arkadaşlık, karşılık ve beklenti yönlerine odaklanmaktadır (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Bireylerin sahip olduğu ilişkilerin içeriği ve kalitesi, bilgi akışı ve paylaşımına yönelik davranış ve tutumları

etkilemektedir (Özdemir, 2008, s. 87). Güven duyma ve marka/işletme ile bağ kurma, bu boyutun en önemli özellikleridir (Lee, 2016, s. 330). Bu boyut pazarlama açısından aşağıdaki konuları kapsamaktadır:

- Marka/işletme ile bağ kurma; tüketicilerin marka ile oluşturduğu bağ anlamına gelmektedir. Bağ kurma yakınlık, iş birliği ve anlayışı içeren (Akhavan vd., 2015) bir ilişkideki niteliklerdir. Marka/işletme ile bağları olan tüketiciler marka içeriğini daha fazla anlamakta, marka ile bağ kurmakta ve marka/işletme ile ilgili faaliyetlere daha çok katılmaktadır. SoLoMo reklamları, tüketicilerin markalarla etkileşimde bulunmalarını ve bağ oluşturmalarını sağlar. Bu bağ, SoLoMo kullanıcılarının markalarla etkileşime girme konusunda daha fazla zaman, para ya da çaba harcamasında onları daha istekli hale getirmektedir (Lee, 2011; Parker vd., 2010).

- Hissedilen güven; başkalarının güvenilir olduğu inancını ifade etmektedir (Coleman, 1988). Güven, etkileşim ortaklarının tepkilerini tahmin edilmesinde belirleyici unsurdur. Güven karşılıklı normları geliştirmek, iletişimi kolaylaştırmak ve bilgi akışını arttırmak için yardımcı olur (Putnam, 1993, s. 173-174). Reklam araştırmaları sonucu, tüketicilerin güven algısının artması, reklam ve markaya yönelik tutumların olumlu yönde ilerleyeceğini göstermektedir (Wang, 2010).

• Bilişsel boyut

İnsanlar iletişim kurarken ilgi ve değer yargılarını paylaşmaktadır. Bilişsel boyut, bu paylaşımı sağlayan anlam ve çerçeveye işaret etmektedir (Nahapiet & Ghoshal, 1998, s. 244). Başka bir anlatımla taraflar arasında anlam paylaşımı, temsil edilme ve yorumlanmasını içermektedir (Fein & Spencer, 1997). Bu boyut pazarlama açısından aşağıdaki konuları kapsamaktadır:

- Kendini anlatma; insanların kendilerini başkalarına açıkladıkları bilgi, düşünce, duygu ve deneyimleridir (Knoll & Bronstein, 2014) ve bireyin kişilerarası bağlanma ve duygusal destek ihtiyacını karşılamaktadır (Jiang vd., 2011). Sosyal medya kullanıcıları kişisel bilgilerini, düşüncelerini, duygularını ve deneyimlerini sosyal medyadaki arkadaşlarına istedikleri gibi açıklayabiliyorlarsa, kendilerini anlatmaları nedeniyle markalara, medyaya ve reklâmlara karşı olumlu tutum sergileyebilirler (Lee, 2016, s. 331).

- Kişisel imaj veya öz-sunum; çevrimiçi etkileşim yoluyla “kullanıcıların başkaları üzerinde iyi bir izlenim bırakmalarını ve olumlu bir sunum yapma derecelerini” ifade eder (Gibbs vd., 2006). İnsanların kendini tanıtmaya ve imaj oluşturma gereksinimleri, onları sosyal paylaşım sitelerini kullanmaya itmektedir (Seidman, 2013). SoLoMo reklamlar, insanların kendilerini başkalarına, “kim olduklarını” istedikleri gibi gösterecek şekilde sunmalarını sağlar. Facebook'ta “beğenmeye” basmak, reklama olumlu bir geribildirim vermek, reklama yönelik yorumlar yapmak veya reklamı arkadaş çevrelerinde paylaşmak, kişisel zevkleri, stil ve tercihleri yansıtır. Bu seçmeli kişisel sunum, tüketicilerin imajlarını geliştirmelerine yardımcı olur.

- Rahatsız edicilik; tüketiciler arasında bir tür rahatsızlık hissidir ve tüketicilerde reklamların içeriğine karşı bir hoşnutsuzluk ya da bu tür reklamları onlara dayatan reklam verenler hakkında hissedilen duygulardan kaynaklı olumsuz tutumları ifade eder (Ducoffe, 1996). Mobil reklamların

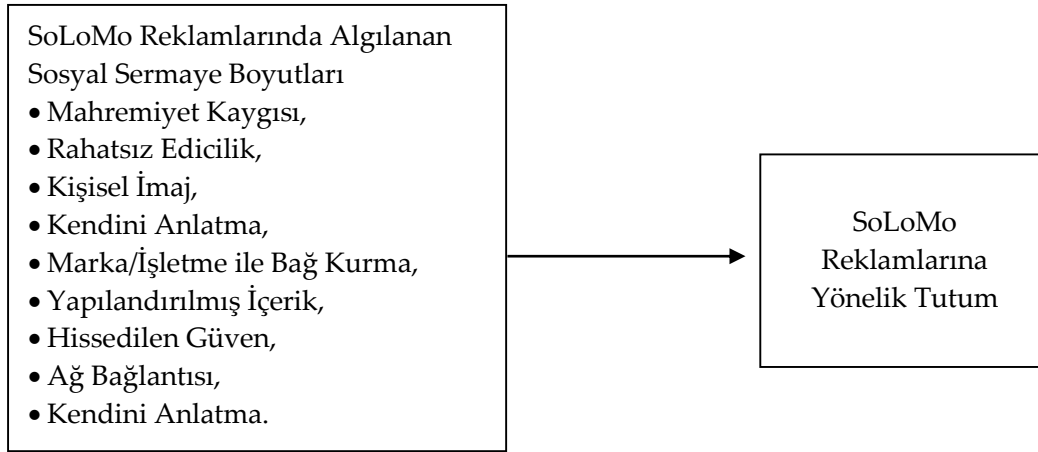
rahatsız etmesi, reklama yönelik olumsuz tutuma yol açmakta ve tüketicilerin rahatsız olmasına neden olmaktadır (Lee vd., 2015).

SoLoMo reklamları, bireysel tüketicilerin sadece ihtiyaçlarını ve zevklerini karşılamakla kalmayıp aynı zamanda tüketicilerin alışveriş yaptığı zaman ve yer hakkında fikir sahibi olabilecekleri satış bilgilerini göndermeleri için onlara destek olmaktadır. Fakat, tüketicilerin SoLoMo reklamlarında gizlilik endişeleri de vardır. Bu duruma sebep olan konu ise, kişiselleştirme ve müşteri profilinin kullanılmasıdır. Bu verilerin kullanımından kaynaklı sorunlar, kullanıcıyı rahatsız etmektedir. Diğer taraftan tüketiciler, reklamların ilgi alanlarına göre uyarlanmasını tercih etmektedirler. Burada kritik nokta, SoLoMo reklam içeriği tüketicilerle ilgili olması durumunda tüketicileri rahatsız etme olasılığının düşmesidir (Tam & Ho, 2006).

- Mahremiyet kaygısı; gizlilik kaygıları, kişisel bilgilerin ifşası ve yayılmasıyla ilgili endişeye işaret etmektedir (Cho & Hung, 2011). Mobil cihazların geliştirilmesi, bu endişeleri yoğunlaştırmaktadır. Zira mobil teknolojiler, kişiselleştirilmiş hizmetler için tüketicilerin kişisel bilgilerini açığa çıkarabilir ve kişisel bilgileri izleyebilir. Dolayısıyla tüketicilerin gizlilik endişeleri, mobil reklamcılığa yönelik tutumu negatif yönde etkilemektedir. Bununla birlikte sosyal medya, kişilerde mahremiyet kaygısının önemini değiştirmektedir. Örneğin, cep telefonu sahipleri, Facebook'un check-in hizmeti gibi çekici özelliklerin tadını çıkarmak için mahremiyetten vazgeçmeye isteklidirler (Rosenberg & Egbert, 2011).

B. Araştırmanın Amacı, Model ve Hipotezler

Araştırmanın amacı, SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye bileşenlerini belirlemek ve bu bileşenlerin, SoLoMo reklamlarına yönelik tutuma etkisini saptamaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırma modeli, Şekil 1'de gösterildiği gibidir.



Araştırma modeli kapsamında oluşan ana hipotez aşağıdaki gibidir:

H₁ = SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutlarının SoLoMo reklama yönelik tutum üzerinde pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlı etkisi vardır.

C. Araştırma Yöntemi

1. Veri Toplama Yöntemi

Teorik ve uygulama olmak üzere iki bölümden oluşan araştırmanın teorik bölümü, ikincil kaynaklar üzerinden literatür taraması yapılarak oluşturulmuştur. Uygulama bölümü için anket hazırlanmıştır. Anket 3 bölümden ve 33 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutları (yapılandırılmış içerik, ağ bağlantısı, rahatsız edicilik, kendini anlatma, marka/işletme ile bağ kurma, mahremiyet kaygısı, kişisel imaj ve hissedilen güven) ile ilgili 25 ifade ve ikinci bölümde SoLoMo reklamlara yönelik tutuma ilişkin 3 ifade yer almaktadır. Ankette yer alan ifadeler, “1=Kesinlikle Katılmıyorum”, “2=Katılmıyorum”, “3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “4=Katılıyorum” ve “5=Kesinlikle Katılmıyorum” cevapları olan beşli Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Üçüncü bölümde ise, demografik özelliklerin belirlenmeye çalışıldığı, 5 soru bulunmaktadır. Birinci ve ikinci bölümde yer alan ifadelerin hazırlanmasında SoLoMo reklamları, mobil reklamlar veya sosyal sermaye boyutları ile ilgili hem teorik hem de uygulamalı çalışmalardan esinlenerek çalışma konusuna uyarlama yapılmıştır (Lee, 2016; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Coleman, 1988; Parker vd., 2010; Wang, 2010; Knoll & Bronstein, 2014; Pavlou, 2011; Li vd., 2013; Lee & Bell 2014; Mahmoud & Yu, 2006).

Hazırlanan anket ön çalışma ile 20 kişilik bir gruba uygulanmış, uygulama esnasında katılımcıların soru, görüş ve önerileri dikkate alınarak anket formunda bazı değişiklikler yapılmış ve anket formu uygulanabilir hale getirilmiştir. Analize başlamadan önce anketin güvenilir olup olmadığı ve içsel tutarlılığının belirlenmesi amacıyla Cronbach’s Alfa testi uygulanmıştır. Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değerin en az 0,70 olması arzu edilir (Altunışık vd., 2015). Likert ölçekli ifadeler için uygulanan Cronbach’s Alpha test sonucu 0,915 olarak bulunmuş ve anket formunun güvenilir olduğu görülmüştür.

2. Örnekleme Yöntemi

Araştırmanın evreni, Nevşehir ilinde yaşayan halktır. Ana evren çok geniş olduğundan araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme (kolayda) yöntemi kullanılmıştır. Hazırlanan anket öğrenciler, halk, özel ve kamu kurumlarında çalışanlara yüz yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Bu sürecin sonunda 388 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzelik Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	%	Gelir	Frekans	%
Erkek	180	46,4	2.000 TL ve altı	124	32
Kadın	208	53,6	2.001 TL – 3500 TL	70	18
Toplam	388	100	3.501 TL – 5000 TL	80	20,6
Medeni Durum	Frekans	%	5.001 TL – 6500 TL	48	12,4
Evli	186	47,9	6.501 TL ve üzeri	66	17
Bekar	202	52,1	Toplam	388	100
Toplam	388	100	Yaş	Frekans	%
Eğitim	Frekans	%	25 ve altı	143	36,9
Lise ve öncesi	53	13,7	26 – 40	128	33
Meslek Yüksekokulu	37	9,5	41 – 55	78	20,1
Fakülte ve dengi	195	50,3	56 ve üzeri	39	10,1
Lisans üstü	103	26,5			
Toplam	388	100	Toplam	388	100

3. Analiz Yöntemi

Araştırmanın amaçları doğrultusunda verilere doğrulayıcı ve açıklayıcı faktör analizi, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri, dağılım, korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. Analizde SPSS ve AMOS paket programlarından yararlanılmıştır.

D. Bulgular

1. Doğrulayıcı Faktör Analizi sonuçları

Araştırmada tüketicilerin SoLoMo reklamlarının sosyal sermaye boyutlarını saptamak amacıyla kullanılan 25 ifadeli ankete doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucu, uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olması beklenmektedir (Karagöz, 2017). Tablo 2’de, sosyal sermaye boyutları için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, uyum iyiliği değerlerinin iyi uyum değerleri içerisinde ve anlamlı ($p < 0,05$, X^2/df : 2,301, RMSEA: 0,058, GFI:0,919, CFI: 0,952) olduğu görülmektedir. Bu analizde standardize regresyon ve p değerleri üzerinde tek tek işlem yapılarak analize uygun olmayan dört ifade analiz dışı bırakılmış ve 21 ifade ve sekiz boyuttan oluşan bir yapı oluşmuştur. Analize uygun olmayan ifadeler şunlardır:

- SoLoMo reklamları, insanlar için kullanışlı bilgileri diğer ağ bağlantılarına göre daha kısa sürede iletir.
- SoLoMo reklamları, konumumu başkalarıyla paylaşmama imkân verir.
- SoLoMo reklamlarıyla sürekli karşılaşmak benim için önemli bir sorundur.
- SoLoMo reklamları, benimle ticari ilişkileri olan işletmelerin reklamlarıdır.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu oluşan sekiz boyut, varyans içerisindeki oranına göre sırasıyla mahremiyet kaygısı, rahatsız edicilik, kişisel imaj, marka/işletme ile bağ kurma, yapılandırılmış içerik,

kendini anlatma, hissedilen güven ve ağ bağlantısıdır. Bu boyutların adlandırılmasında Lee'nin (2016) çalışmasından faydalanılmış ve bu çalışmada yazarca kullanılan boyutlar doğrulanmıştır.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

Değişkenler	p	X ²	df	X ² /df	GFI	CFI	RMSEA
SoLoMo Reklamlarında Algılanan Sosyal Sermaye Boyutları	,000	365,843	159	2,301	,919	,952	,058
İyi Uyum Değerleri				≤3	≥,90	≥ ,95	≤,05
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri				≤4-5	,85-,89	>,90	,06-,08

SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutları için uyum iyiliği değerleri elde edildikten sonra, oluşan faktörlerin yapısını (ifadeleri) görmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Bu analizde öncelikle verilerin uygunluğunu test etmek için örneklem ve küreselliğe uygunluk incelenmelidir. Bu amaçla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) analizi ve Bartlett Küresellik Testi kullanılmaktadır. KMO değeri olarak 0,5-1,0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilirken 0,5'in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstergesidir (Malhotra, 1996; Altunışık vd., 2015). Faktör analizi için KMO'nun 0,60' dan yüksek çıkması (Büyüköztürk, 2014, s. 36) ve Bartlett testi sonucunun ise, istatistiksel olarak anlamlı ($p \leq 0,05$) olması beklenmektedir (Nakip, 2013; Kurt & Turan, 2017). SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutları için KMO değeri 0,853, Bartlett testi anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ ve toplam açıklanan varyans %78,76 olarak saptanmıştır. Tablo 3' de görüldüğü gibi literatürde yer alan sekiz boyut, varyans açıklama düzeyi ve öncelik düzeyine göre sıralanmıştır.

Tablo 3. SoLoMo Reklamlarında Algılanan Sosyal Sermaye Boyutlarına Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yüğü	Açık. Varyans
Mahremiyet Kaygısı Faktörü		
SoLoMo reklamları yüzünden konumumun başkalarınca izlenmesinden korkuyorum	,910	33,126
SoLoMo reklamlarına cevap verdiğimde konumumun diğer işletmelerle paylaşılma olasılığından endişe duyuyorum.	,889	
SoLoMo reklamları ile fiziksel konumumun başkalarıyla paylaşılacağı endişesini yaşıyorum.	,870	
SoLoMo reklamları, kişisel tercihlerimi başkalarıyla paylaşma konusunda beni oldukça rahatsız ediyor.	,593	
Rahatsız Edicilik Faktörü		
SoLoMo reklamlarını çok sıkıcı buluyorum.	,881	13,101
SoLoMo reklamlarını çok rahatsız edici buluyorum.	,866	
SoLoMo reklamlarını çok taciz edici buluyorum.	,829	
Kişisel İmaj Faktörü		
SoLoMo reklamları kendimi, kişisel tercihlerim doğrultusunda tanıtmamı sağlıyor.	,812	7,825
	,794	

SoLoMo reklamları sayesinde istediğim imajı oluşturmam mümkündür. SoLoMo reklamları sayesinde sosyal çevremde iyi bir izlenim bırakabilirim.	,737	
İşletme/Marka ile Bağ Kurma		
SoLoMo reklamları, benim işletme ile bağ kurmamı sağlıyor. SoLoMo reklamları, işletme faaliyetlerine katılmamı sağlıyor. SoLoMo reklamları, işletmeler ile ilişkiler geliştirmemde önemli katkılar sağlıyor.	,840 ,816 ,727	6,537
Yapılandırılmış İçerik Faktörü		
SoLoMo reklamları, ürün ve hizmet bilgilerini uygun sıklık ile gönderir. SoLoMo reklamları sayesinde, popüler ilanlara kolayca ulaşabilirim.	,841 ,819	6,068
Kendini Anlatma Faktörü		
SoLoMo reklamları, duygularımı başkalarıyla paylaşmama imkân verir. SoLoMo reklamları, kişisel deneyimimi başkalarıyla paylaşmama yardımcı olur.	,871 ,760	4,716
Hissedilen Güven Faktörü		
SoLoMo reklamlarında vurgulanan vaatler, yerine getirilir. SoLoMo reklamlarını dürüst olarak nitelendirebilirim.	,806 ,713	4,045
Ağ Bağlantısı Faktörü		
SoLoMo reklamları oldukça faydalı bilgiler sağlar. SoLoMo reklamlarına erişimim her zaman açıktır.	,817 ,702	3,341
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: ,853, Toplam açıklanan varyans (%): 78,76 Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Squa: 4444,636, df: 210, p < ,05.		

2. Dağılım, Geçerlilik, Güvenilirlik ve Değişkenler Arası İlişkiler

Faktör analizi sonucu oluşan değişkenlere regresyon analizi yapabilmek için normal dağılım, güvenilirlik, geçerlilik, ortalamalar ve değişkenler arası ilişkileri incelemek gerekir. Bu veriler, Tablo 4' de yer almaktadır.

Tabachnick vd. (2001) çalışmalarında, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin $\pm 1,5$ aralığında olması, verilerin normal dağılım göstermesi açısından kabul edilebilir değerler olduğu belirtilmektedir. Tablo 4 incelendiğinde değişkenlerin normal dağılım referans değerleri aralığında yer aldığı ve normal dağıldığı söylenebilir.

Tablo 4. Değişkenler Arası Korelasyon, Dağılım, Geçerlilik ve Güvenilirlik

Faktörler	MK	RE	KI	İB	YI	KA	HG	AB	TUT
Mahremiyet Kaygısı	1								
Rahatsız Edicilik	,502**	1							
Kişisel İmaj	,220**	,339**	1						
İşletme/Marka ile Bağ Kurma	,282**	,331**	,519**	1					
Yapılandırılmış İçerik	,213**	,268**	,311**	,253**	1				
Kendini Anlatma	,113*	,182**	,458**	,471**	,256**	1			
Hissedilen Güven	,326**	,379**	,591**	,436**	,283**	,272**	1		
Ağ Bağlantısı	,225**	,335**	,351**	,267**	,442**	,217**	,418**	1	
Tutum	,243**	,301**	,500**	,467**	,272**	,330**	,549**	,308**	1
Ortalama	3,127	2,959	3,130	2,879	2,590	2,855	3,037	2,849	3,097
Std. Sapma	,974	,924	1,097	,903	,934	1,052	,998	,942	1,002
Çarpıklık	,393	,288	,241	,154	,530	-,100	,176	,357	,647
Basıklık	-,651	-,448	-,758	-,248	-,305	-,790	-,656	-,074	-,049
AVE	,683	,749	,683	,625	,545	,553	,683	,496	,872
CR	,859	,912	,858	,833	,728	,712	,812	,730	,932
Cronbach's Alpha	,898	,910	,841	,828	,717	,707	,810	,625	,854

**0.01 anlamlılık seviyesinde korelasyon (çift yönlü).

*0.05 anlamlılık seviyesinde korelasyon (çift yönlü).

Cronbach's alfa değeri, $0,60 \leq \alpha \leq 0,70$ arasında olması kabul edilebilir güven düzeyidir (George & Mallery, 2003). Dolayısı ile değişkenlerle ilgili ölçeklerin güvenilir olduğu söylenebilir. Birleşik Güvenilirlik (CR) ve Yakınsak Geçerlilik (AVE) ölçekle elde edilen bilgilerin tekrarlanan ölçümlerde aynı sonuçların elde edilebileceğine ve hatadan arındırılmış olduğuna güveni açıklar. Birleşik güvenilirlik; sayısal olarak birden fazla, heterojen, fakat birbirine yakın ifadelerin genel güvenilirliğini saptamak için kullanılır (Raykov, 1998). Cronbach's Alpha katsayısı madde sayısı fazla olduğu durumda yüksek değer verdiğinden, CR değeri Cronbach's Alpha katsayısına alternatif ya da onaylama aracı olarak kullanılabilir. Yakınsaklık geçerliliği için Fornell ve Larcker'a (1981) ait hesaplama yöntemi uygulanmıştır. Yakınsak geçerlilik (AVE), faktöre ilişkin maddelerin faktör yüklerinin karelerinin toplamının madde sayısına bölünmesiyle bulunmaktadır. Bu analize göre, bir ölçeğin yakınsaklık geçerliliğinin elde edilebilmesi için maddelerin ortalama açıklanan varyans (AVE) yani yakınsak geçerlik değerlerinin 0,50'nin ve bileşik güvenilirlik değerlerinin (CR) ise 0,70'in üzerinde olması gerekmektedir (Fornell & Larcker, 1981). SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutları ve reklamlara yönelik tutum değişkenlerinin CR ve AVE değerleri ayrı ayrı hesaplanmıştır. AVE değerlerinin tümünde 0,50 değerinden, CR değerlerinde ise, 0,70 kritik değerinden yüksek değerler hesaplanmıştır. Bu verilere göre, geçerlilik ve güvenilirlik koşulları sağlanmıştır.

Ortalamalar incelendiğinde SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutları için ortalama, üçe yakındır. Dolayısıyla, söz konusu boyutlara yönelik katılımcıların kararsız oldukları söylenebilir.

Değişkenler arası ilişkileri analiz edebilmek için, korelasyon kat sayısının incelenmesi gerekir. Korelasyon analizi, değişkenlerin aralarındaki ilişkinin doğrusal olup olmadığını ölçer (Büyüköztürk, 2002, s. 31). İki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin ölçülmesinde korelasyon kat sayısına bakılır ve (r) ile gösterilir. Korelasyon kat sayısı -1 ile +1 arasında değerler almaktadır. Kat sayının +1 değere sahip olması, iki değişken arasındaki ilişkinin çok iyi olduğunu göstermektedir. Yani x değişkeni 1 birim artarken, y değişkeninin de 1 birim artmaktadır. Korelasyon katsayısının -1 değere sahip olması iki değişken arasında çok iyi bir ilişki olduğunu fakat ters bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Yani x değişkeni 1 birim artarken y değişkeni 1 birim azalmaktadır. Korelasyon kat sayısının 0'a eşit olması iki değişken arasında herhangi bir pozitif veya negatif bir ilişki olmadığını göstermektedir (Altunışık vd., 2015, s. 228). Tablo 4' de görüldüğü gibi sekiz bağımsız ve bir bağımlı değişken arası ilişkiler, kabul edilebilir düzeydedir. Bundan dolayı, bu değişkenlere regresyon analizi uygulanabilir.

3. SoLoMo Reklamlarında Algılanan Sosyal Sermaye Boyutlarının Tutuma Etkisi

SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutlarının SoLoMo reklamlarına yönelik tutuma etkisini saptamak üzere regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon modelinde sekiz sosyal sermaye boyutları varken analiz yapılmış ve sonuçlar aşağıda yer alan Tablo 5' de gösterilmiştir.

Tablo 5. SoLoMo Reklamlarında Algılanan Sosyal Sermaye Boyutlarının Tutuma Etkisi

Bağımsız Değişkenler	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	β	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF
Sabit	-,479	,268		-1,786	,075		
Mahremiyet Kaygısı	,021	,062	,016	,337	,736	,713	1,402
Rahatsız Edicilik	,031	,062	,025	,504	,615	,654	1,530
Kişisel İmaj	,199	,077	,145	2,590	,010	,511	1,957
İşletme/Marka ile Bağ Kurma	,277	,075	,189	3,690	,000	,613	1,631
Yapılandırılmış İçerik	,073	,065	,052	1,123	,262	,755	1,325
Kendini Anlatma	,093	,073	,061	1,286	,199	,701	1,426
Hissedilen Güven	,475	,078	,326	6,081	,000	,557	1,796
Ağ Bağlantısı	,033	,072	,022	,458	,647	,691	1,448
Bağımlı Değişken: Tutum; R ² : ,392; Standart Hata: 1,080; p<,05; F: 30,597; Durbin Watson: 2,037							

Açıklama miktarı (R²), bağımlı değişkendeki değişimin ne kadarının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir. Tablo 5 incelendiğinde, regresyon modelinde sekiz sosyal

sermaye boyutu, toplam varyansın %39,2'sini açıkladığı söylenebilir. Regresyon analizinde varsayımlardan biri, hata terimlerinin birbirleriyle ilişkili (otokorelasyon) olmaması durumudur. Genellikle 1,5-2,5 civarında Durbin Watson test değeri oto korelasyon olmadığını gösterir (Kalaycı, 2010, s. 267). Durbin Watson değeri 2,037 olup, analizde oto korelasyon olmadığı söylenebilir.

Tablo 6. Aşamalı Regresyon Analizi Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahmini Standart Hata	F	p	Durbin Watson
Hissedilen Güven	,549	,302	,300	1,147	166,92	,000	2,060
Hissedilen Güven ve İşletme ile Bağ Kurma	,605	,366	,362	1,095	110,99	,000	
Hissedilen Güven, İşletme/Marka ile Bağ Kurma ve Kişisel İmaj	,620	,384	,379	1,080	79,79	,001	
Bağımlı Değişken: Tutum							

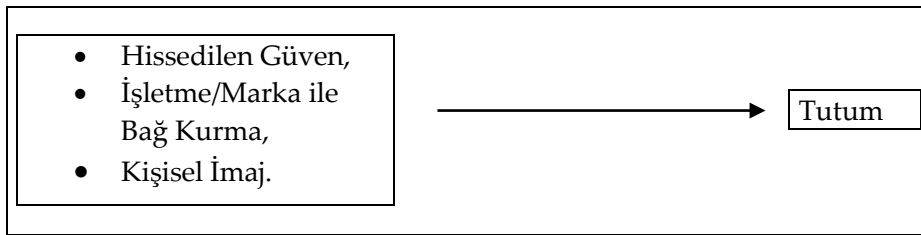
Tablo 7. Aşamalı Regresyon Analizi Sonuçları

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
		β	Std. Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF
1	SABİT	,661	,197		3,360	,001		
	Hissedilen Güven	,800	,062	,549	12,92	,000	1,000	1,000
2	SABİT	,015	,215		,072	,942		
	Hissedilen Güven	,622	,066	,427	9,468	,000	,810	1,235
	İşletme /Marka ile Bağ Kurma	,412	,066	,281	6,224	,000	,810	1,235
3	SABİT	-,154	,218		-,710	,478		
	Hissedilen Güven	,504	,074	,346	6,852	,000	,628	1,592
	İşletme /Marka ile Bağ Kurma	,327	,070	,223	4,671	,000	,705	1,418
	Kişisel İmaj	,247	,073	,180	3,376	,001	,567	1,764

Regresyon analizi varsayımlarından biri çoklu bağıntı sorunun olmamasıdır. Çoklu bağıntı sorunun olup olmadığını belirlemenin bir yolu varyans şişme faktörü (VIF) değerlerine bakmaktır. VIF değerinin 10'dan düşük değeri olması istenir. VIF değerine bakıldığında çoklu bağıntı sorunu olmadığı görülmüştür. İkinci yolu ise bağımsız değişkenlere ait β (regresyon) katsayılarına karşılık gelen önem düzeyi değerlerinin anlamlılıklarının kontrol edilmesidir. Regresyon modelinde F: 30,597 ve anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olduğu için model anlamlı bulunduğu halde β katsayılarına karşılık gelen p önem düzeyi değerlerine bakıldığında mahremiyet kaygısı, rahatsız edicilik, yapılandırılmış içerik, kendini anlatma ve ağ bağlantısı değişkenlerine ait katsayının anlamlı olmadığı görülmüştür. Bu durum, modelde çoklu bağıntı sorunu olduğunun bir göstergesidir. Dolayısıyla, regresyon modeli geçerli olmamaktadır. Bu nedenle aşamalı regresyon analizi uygulanarak, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasında yeni bir regresyon modeli kurulmaya çalışılacaktır. Aşamalı regresyon analizi, çoklu bağıntı sorununa neden olan değişken veya değişkenlerin modelden çıkarılarak regresyon modelinin yeniden oluşturmasını sağlayan bir yöntemdir. Modelde tüm bağımsız değişkenler ile tutum bağımlı değişkeni varken aşamalı regresyon (stepwise) yöntemi uygulanmış ve analiz sonuçları Tablo 6 ve Tablo 7'de gösterilmiştir.

Aşamalı regresyon analizi sonucunda, üç regresyon modeli oluşmuştur. Birinci adımda SoLoMo reklamlara yönelik tutum ile en yüksek ilişkili değişken olan hissedilen güven değişkeninin yer aldığı Model 1 kurulmuştur. İkinci aşamada ise, Model 2 kurulmuştur ve bu modelde hissedilen güven ve işletme/marka ile bağ kurmanın yer aldığı görülmektedir. Üçüncü modelde hissedilen güven, işletme ile bağ kurma ve kişisel imaj yer almakta ve bu nihai model olmaktadır. Dolayısıyla Model 3 sonuçları yorumlanacaktır. Tablo 6'da yer alan model 3 sonuçlarında bağımsız değişkenler modelde toplam varyansın %38,4'ünü açıkladığı gösterilmektedir. Durbin Watson değeri 2,060 olup bu değer, aşamalı regresyon analizinde oto korelasyon olmadığını göstermektedir.

Tablo 7'de yer alan Model 3 sonuçlarına göre, üç değişkeninde de önem düzeyi $p < 0,05$ olduğu için kurulan regresyon modelinin geçerli olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, modelde yer alan değişkenlerin kısmi t değerlerine bakıldığında bağımsız değişkenlerin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Regresyon katsayılarına (β) göre, modelde yer alan bağımsız değişkenlerin SoLoMo reklamlara yönelik tutum üzerindeki görece önemleri sırasıyla, hissedilen güven ($\beta = 0,504$), işletme/marka ile bağ kurma ($\beta = 0,327$) ve kişisel imaj ($\beta = 0,247$) faktörleridir. Bu sonuçlara göre nihai model Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 2. Nihai Model

Sonuç ve Öneriler

Günümüz rekabet koşulları ve istek/beklentisi değişen ve çeşitlenen müşteri kitlesi karşısında işletmeler, amaçlarına ulaşabilmek için teknolojik gelişmeleri pazarlama amaçlı olarak kullanmak durumundadırlar. Büyük bir teknolojik yenilik olan mobil iletişim teknolojileri, işletmelerin hem mevcut hem de potansiyel müşterileri ile güçlü, sürekli ve etkin bir iletişim kurmasında değer yaratmaktadır (Çakır vd., 2010, s. 35). Mobil iletişimin pazarlama amaçlı kullanımında önemli bir yaklaşım SoLoMo reklamlarıdır. SoLoMo reklamları, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamak üzere sosyal ağ siteleri ve konum tabanlı hizmetlerin mobil cihazlar ile entegrasyonu olarak ifade edilebilir. Kullanıcılar, SoLoMo sayesinde arkadaşları ile buldukları yerler ve yerel teklifler hakkında gerçek zamanlı bilgi paylaşabilmekte (Heineman vd., 2015) ve reklam mesajı veya bilgileri sosyal ağlar üzerinden çok sayıda kişiye ulaşmaktadır. Dolayısıyla işletme mesajları, bireylerin sosyal sermayelerinden yararlanarak çok da geniş kitlelere ulaşması mümkündür.

Bu çalışmanın amacı, SoLoMo reklamlarda algılanan sosyal sermaye boyutlarını tespit etmek ve bu boyutların SoLoMo reklamlarına yönelik tutuma etkisini belirlemektir. Bu amaçlar doğrultusunda Nevşehir ilinde uygulanan anketten elde edilen başlıca bulgular, aşağıda yer almaktadır:

- Doğrulayıcı faktör analizi sonucu, SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye boyutları uyum iyiliği değerleri, iyi uyum göstermektedir. SoLoMo reklamlarda algılanan sosyal sermaye boyutları literatüre benzer şekilde oluşmakta ve bu boyutlar mahremiyet kaygısı, kişisel imaj, rahatsız edicilik, ağ bağlantısı, kendini anlatma, hissedilen güven, yapılandırılmış içerik ve marka/işletme ile bağ kurmadır. Faktör analizi ile ilgili elde edilen bulgular, Lee'nin (2016) sosyal sermaye perspektifinden SoLoMo reklamcılık üzerine yaptığı çalışmayı desteklemektedir.
- SoLoMo reklamlarında algılanan sosyal sermaye bileşenleri, SoLoMo reklama yönelik tutumu anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. SoLoMo reklamlara yönelik tutumu olumlu yönde etkileyen faktörler hissedilen güven, marka/işletme ile bağ kurma ve kişisel imajdır. Bu sonuçlarda dikkat çeken husus, sosyal sermayenin ilişkisel boyutunun reklama yönelik tutumda belirgin etkisinin olmasıdır. İkinci bir husus, bu etkide bilişsel boyut, yani kişisel imajın etkili olmasıdır. Regresyon analizi ile elde edilen bulgular, literatürde yer alan benzer çalışmalar ile uyumludur (Lee, 2016; Yang & Lin, 2018).

Etkili SoLoMo reklamları ile tüketiciler, markalarla etkileşime girme konusunda daha fazla zaman, para, çaba harcamaya istekli hale geldikleri için işletmeler, doğru strateji ile markalarını daha fazla tercih edilir duruma getirebilirler. Bu açıdan mesaj içeriği ve kaynağı açısından güvenilirlik ve dürüstlük oldukça önemli olmaktadır. Tüketicilerin güven algısı artarsa, reklama ve markaya yönelik tutumları da bundan pozitif yönde etkilenecektir. Güven, ayrıca tüketici-işletme arasında karşılıklı normları geliştirerek iletişimi kolaylaştırır ve bilgi akışını artırır. Reklam mesajının içeriği hedef kitlede güven verebilmeli, gerçekçi ve dürüst olması gerekir. Bu bağlamda kaynağın verdiği sözü yerine getirmesi, interaktif iletişimle sorunları gidermesi ve özellikle bu reklamların marka ile bağlantısı olabilecek hedef kitlelere gönderilmesi önem kazanacaktır. İkinci önemli husus, tüketicinin marka/işletme ile bağ

kurduğu zaman marka ile ilgili faaliyetlere daha fazla katılmasıdır. Dolayısıyla reklam mesajı bu bağda kuracak, bilgi, his ve duyguları harekete geçirecek, mekânsal ve konum özelliklerini kapsayan ve geri bildirim için açık bir nitelik taşımalıdır. Üçüncü husus ise, kişisel imaj faktörüdür. Bu faktör kullanıcıların başkaları üzerinde iyi bir izlenim (bilgi birikim/deneyimi ile) bırakmalarını ifade eder. Araştırma sonuçlarına göre kişilerin kendilerini olumlu ifade etme gereksinimleri, sosyal paylaşım sitelerini kullanmaya motive etmektedir. Kullanıcılar, reklamlara sosyal medya üzerinde olumlu geri bildirim vererek, beğen butonuna basarak, reklama yönelik yorum yaparak ve reklamı arkadaş çevreleri ile paylaşarak kişisel zevklerini yansıtmaları teşvik edilmelidir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Birincisi zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle bu çalışma, Nevşehir ilinde yaşayan kişilere uygulanmıştır. Dolayısıyla farklı zaman dilimlerinde, farklı iller veya ülkelerde yapılacak çalışmalarla desteklenmelidir. Bu amaçla online anket kullanılarak daha geniş kitleler hedeflenebilir. İkincisi, katılımcılar tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden birisi olan kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup, bu nedenle çalışmanın evrenini temsil gücü sınırlıdır. Araştırmada kapsam sınırlaması yapılmış olup SoLoMo pazarlama, sosyal sermaye kapsamında incelenmiştir. Bu konu ile ilgili yapılmış teorik ve uygulamalı çalışmalar oldukça sınırlıdır ve özellikle sosyal sermayenin pazarlama odaklı incelenmesinde önemli kaynak sorunları vardır.



KAYNAKÇA

- Akhavan, P., Hosseini, S.M., Abbasi, M., & Manteghi, M. (2015). Knowledge-sharing determinants, behaviors, and innovative work behaviors: an integrated theoretical view and empirical examination. *Aslib Journal of Information Management*, 67(5), 562-591. <https://doi.org/10.1108/AJIM-02-2015-0018>.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı* (8. Baskı). Sakarya Yayınevi.
- Altunoğlu, A.E., Işık, D.A., & Erbilgin, R. (2017). Sosyal sermaye ve ilişkisel pazarlamanın satış performansına etkisi: Yat işletmeciliğine yönelik nitel bir araştırma. *Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 9(2), 186-211. <https://doi.org/10.18613/deudfd.354392>.
- Bakır, M.A., & Aydın, C. (2006). *İstatistik*. Nobel Yayınevi.
- Bruner, G.C., & Kumar, A. (2007). Attitude toward location-based advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 7(2), 3-15. <https://doi.org/10.1080/15252019.2007.10722127>.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Büyüköztürk, S. (2002). *Sosyal bilimleri için veri analizi el kitabı: İstatistik araştırma deseni-SPSS uygulamaları ve yorum*. Pegem Yayınevi.
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Deneyisel desenler: Öntest-sontest kontrol gruplu desen ve SPSS uygulamalı veri analizi* (4. Baskı). Pegem Yayınevi.

- Cho, I., & Hung, H. (2011). The effectiveness of short message service for communication with concerns of privacy protection and conflict avoidance. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(2), 250-27. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01538.x>.
- Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Çakır, F., Çakır, M., & Çiftçi, E. (2010). Tüketicilerin SMS reklam mesajlarına yönelik tutum ve davranışları. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 27-35.
- Ducoffe, R. H. (1996). Advertising value and advertising on the web. *Journal of Advertising Research*, 36, 21- 35.
- Fein, S., & Spencer, S. J. (1997). Prejudice as self-image maintenance: affirming the self through derogating others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 31-44. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.1.31>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for windows step by step: a simple guide and reference*. Allyn & Bacon.
- Gibbs, J.L., Ellison, N.B., & Heino, R.D. (2006). Self-presentation in online personals the role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152-177. <https://doi.org/10.1177/0093650205285368>.
- Goronwy, D., & Simon L. (1996). A contextual approach to management learning: The Hungarian case. *Organization Studies*, 17(2), 269-289. <https://doi.org/10.1177/017084069601700207>.
- Göker, G. (2015). İletişimin mcdonaldlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Electronic Turkish Studies*, 10(2), 389-410. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23268.42883>.
- Göksel, A., Aydınlatan, B., & Bingöl, D. (2013). Örgütlerde bilgi paylaşım davranışı: sosyal sermaye boyutundan bir bakış. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(4), 87-109. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002185.
- Güney, Ö. (2020). *Mobil pazarlama aracı olarak solomo reklamcılığa yönelik tutumun tüketici davranışına etkisi: Nevşehir ili örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Habermas, J. (2012). *Kamusal yaşamın yapısal dönüşümü*. İletişim Yayınevi.
- Heinemann, G., & Gaiser, C. (2015). *Social-local-mobile: The future of location-based services*. Springer Pub.
- Hsieh, M.Y. (2016). Solomo technology: Exploring the most critical determinants of solomo technology in the contemporary mobile communication technology era. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 1(12), 307-318. <https://doi.org/10.1007/s12652-016-0375-2>.
- Jiang, C. L., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2011). The disclosure-intimacy link in computer-mediated communication: an attributional extension of the hyperpersonal model. *Human Communication Research*, 37, 58-77. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2010.01393.x>.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (5. Baskı). Asil Yayın- Dağıtım.

- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Nobel Yayınevi.
- Knoll, M., & Bronstein, J. (2014). An examination of the information disclosure behavior of infertility bloggers: Patterns of self-disclosure and anonymity. *Aslib Journal of Information Management*, 66(2), 175-201. <https://doi.org/10.1108/AJIM-06-2013-0055>.
- Kurt, K., & Turan, A.H. (2017). Mobil bankacılık uygulamalarının benimsenmesine yönelik davranışsal niyetleri etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(3), 25-59. <https://doi.org/22139/jobs.306735>.
- Lee, J.Y., & Bell, D. (2014). Neighborhood social capital and social learning for experience attributes of products. *Marketing Science*, 32(6), 960-976. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0796>.
- Lee, S, Kim, K.J., & Sundar, S.S. (2015). Customization in location-based advertising: effects of tailoring source, locational congruity and product involvement on ad attitudes. *Computers in Human Behavior*, 51, 336-343.
- Lee, Y. (2018). Comparing factors affecting attitudes toward lba and solomo advertising. *E-Business Management*. 16, 357-381. <https://doi.org/10.1007/s10257-017-0364-9>.
- Lee, Y.C. (2011). M-brand loyalty and post-adoption variations for the mobile data services: gender differences. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2364-2371. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.015>.
- Lee, Y.C. (2016). Determinants of effective solomo advertising from the perspective of social capital. *Aslib Journal of Information*, 68(3), 326-346. <https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2015-0155>.
- Li, H., Edwards, S.M., & Lee, J.H. (2013). Measuring the intrusiveness of advertisements. *Journal of Advertising*, 31(2), 37-47. <https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673665>.
- Mahmoud, Q.H., & Yu, L. (2006). Making software agents user-friendly. *IEEE Computer*, 39(7), 94-96.
- Malhotra, N. (1996). *Marketing research: an applied orientation*. Prentice Hall Inc.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <https://doi.org/10.2307/259373>.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlamada araştırma teknikleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Nguyen, T.T., Quan, T.T., & Phan, T.T. (2014). Sentiment search: an emerging trend on social media monitoring systems. *Aslib Journal of Information Management*, 66(5), 553-580. <https://doi.org/10.1108/AJIM-12-2013-0141>.
- Özdemir, A. (2008). Sosyal ağ özellikleri bakış açısıyla sosyal sermaye ve bilgi yaratma ilişkisi: Akademisyenler üzerinde yapılan bir alan araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 81-102.
- Parker, W.C., MacInnis, D.J, Priester, J., Eisingerich, A.B., & Iacobucci, D. (2010). Brand attachment and brand attitude strength: Conceptual and empirical differentiation of two critical brand equity drivers. *Journal of Marketing*, 74(6), 1-17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.6.1>.

- Pavlou, P.A. (2011). State of the information privacy literature: Where are we now and where should we go?. *MIS Quarterly*, 35(4), 977-988.
- Putnam, R. D. (1993). The prosperous community: social capital and public life. *American Prospect*, 13, 35-42.
- Putnam, R.D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Ravkov, T. (1998). Coefficient alpha and composite reliability with interrelated nonhomogeneous items. *Applied Psychological Measurement*, 22 (4), 375-385.
- Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1-18. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x>.
- Ruiz, J. (2020, Eylül 7). What is so(social) lo(local) mo(mobile) and why is it important to marketers?. <https://nealschaffer.com/solomo/>.
- Sabuncuoğlu, A., & Gülay, G. (2014). Sosyal medyadaki yeni kanaat önderlerinin birer reklam aracı olarak kullanımı: Twitter fenomenleri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 38, 1-24.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: how personality influences social media use and motivations. *Personality & Individual Differences*, 54(3), 402-407. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009>.
- Tabachnick, B.G., Fidell, L.S., & Osterlind, S. J. (2001). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Pearsons.
- Tam, K. Y., & Ho, S. Y. (2006). Understanding the impact of web personalization on user information processing and decision outcomes. *Mis Quarterly*, 30(4), 865-890. <https://doi.org/10.2307/25148757>.
- Temple, J., (2000). *Growth effect of education on social capital in the OECD countries*. OECD Working Paper. No: 00/36.
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
- Wang, A. (2010). The practices of mobile advertising disclosure on consumer trust and attitude. *International Journal of Mobile Marketing*, 5(2), 1-29.
- Yang, H.L., & Lin, R.X. (2018). The impacts of solomo services techno stress on anxiety. *Journal of Electronic Commerce Research*, 19(2), 186-200.
- Yıldız, M. (2017). İletişim sürecinde sosyal medya ve sosyal sermaye. *The Journal of Social Science*, 1(2), 71-82. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.360257>.
- Yücel, M., Güngör, O., & Doğan, S. (2017). Kuşadası'ndaki yiyecek ve içecek işletmelerinin solomo pazarlama açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(3), 683-704. <https://doi.org/10.17130/ijmeb.2017331322>.



THE REFLECTIVE LEG OF AN EFL TEACHER'S JOURNEY*

 Huriye MANNASOĞLU^a

 Nazlı BAYKAL^b

Abstract

Reflection has a crucial role in learning to teach as a long developmental process. This case study focuses on the engagement of a teacher of English as a foreign language (EFL) in reflection. The teacher was engaged in a 12-week reflection process which included two-phase procedures repeated five times. The first phase of each procedure involved reflection on lexical problems through journals and peer discussions. The second was for reflection on classroom practice through journals and interviews. With a sequential exploratory mixed methods design, the study involved analysis of the teacher's reflections first qualitatively and then quantitatively. The qualitative analysis was based on the taxonomies for descriptive and critical reflection presented in Ho and Richards (1993) and Farrell (1999). The quantitative side involved one-way goodness-of-fit chi-square test results. The results revealed that she referred to most of the topics in the taxonomy, and the top three were students' problems, an approach/procedure, and positive evaluations of lessons. Overall, her critical reflection outnumbered her descriptive reflection, and was mostly related to evaluating teaching. The teacher also displayed development in the sense of critical reflectivity. All the quantitative analyses had statistically significant results. Globally, her reflection in journals, discussions, and interviews enabled her to respond to the context, engage in conscious deliberation, and integrate knowledge into the teaching act. In this way, the study is expected to contribute to the participant's professional development.

Key Words: Reflection, Critical Reflection, Descriptive Reflection, Development in the Sense of Critical Reflectivity, Reflective Teaching



YABANCI DİL OLARAK İNGİLİZCE ÖĞRETME YOLCULUĞUNDA YANSITICI DÜŞÜNME: BİR DURUM ÇALIŞMASI

Öz

Öğretmeyi öğrenmek uzun bir gelişimsel süreç olarak ele alındığında, yansıtıcı düşünmenin önemli bir yeri olduğu görülür. Bu durum çalışması, İngilizceyi yabancı dil olarak öğreten bir katılımcının yansıtıcı düşünmesine odaklanmaktadır. Katılımcı, yazılı üretimdeki söz sorunlarını inceleyerek 12 haftalık yansıtıcı düşünme sürecine dâhil olmuştur. Bu süreç, beş kez tekrarlanan iki aşamalı işlemde oluşmaktadır. İlk aşama yansıtıcı yazılar ve grup tartışmaları yoluyla söz sorunları üzerine düşünmeyi, ikincisi ise yansıtıcı yazılar ve görüşmeler yoluyla sınıf uygulaması üzerine düşünmeyi kapsamaktadır. Keşfedici sıralı desene sahip bu

* This study presents the preliminary findings of the doctoral thesis that is being prepared.

^a Lecturer, Erciyes University, School of Foreign Languages, hmannaoglu@hotmail.com

^b Associate Prof., Süleyman Demirel University, Faculty of Education, nazlibaykal@hotmail.com

çalışmada, öğretmenin yansıtıcı düşünmesine dayanan veri önce nitel, sonra nicel olarak analiz edilmiştir. Nitel analiz, Ho ve Richards (1993) ile Farrell (1999) tarafından sunulan betimleyici ve eleştirel yansıtıcı düşünme sınıflamasına dayanmaktadır. Nicel analiz ise tek yönlü uyum iyiliği ki kare testine dayalı olarak yapılmıştır. Sonuçlar, katılımcının sınıflamada geçen konuların çoğuna değindiğini ve en çok değindiği üç konunun öğrenci sorunları, yaklaşım betimlemesi ve derslerin olumlu değerlendirmesi olduğunu ortaya koymuştur. Genel bir değerlendirme, katılımcının eleştirel yansıtıcı düşünmesinin, betimleyici yansıtıcı düşünmesinden daha sık ortaya konduğunu ve bunun çoğunlukla öğretimi değerlendirmeye yönelik olduğunu göstermektedir. Ayrıca, katılımcıda eleştirel yansıtıcı düşünme alanında gelişim de gözlemlenmiştir. Nicel analizlerin hepsinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar çıkmıştır. Genel anlamda katılımcının yazı, tartışma ve görüşmelerindeki yansıtıcı düşünmesi, ona bağlamına yanıt verme, bilinçli düşünme ve bilgisiyle öğretme eylemini bütünleştirme fırsatı vermiştir. Böylelikle bu çalışmanın katılımcının mesleki gelişimine katkıda bulunmuş olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yansıtıcı Düşünme, Eleştirel Yansıtıcı Düşünme, Betimleyici Yansıtıcı Düşünme, Eleştirel Yansıtıcı Düşünme Alanında Gelişim, Yansıtıcı Öğretme



Introduction

Learning to teach is “a long-term, complex, developmental process” (Freeman & Johnson 1998, p. 402). During this process teachers might be unaware of some incidents; however, reflection-on-action can help them realize what is happening and why by investigating their own context, integrating theory and practice, and thus enhancing teacher learning. With a sequential exploratory mixed methods design, this case study aims to investigate descriptive and critical reflection of an EFL teacher based on data from journals, peer discussions, audio records of lessons, student feedback, and interviews. The study aims to answer these research questions:

1. What type of reflection (critical or descriptive) does the participant commonly use?
2. What kind of critical reflection does the participant employ? What kind of descriptive reflection does the participant employ?
3. Does this process develop the use of critical reflection over time?

A. Background

Teachers have a vital role in language education as practitioners of programs. Thus, teacher development has benefits not only for the teacher but also for the institution and the students. Firstly, it brings senior positions, better performance and enhanced retention for the teacher. In the institution, it improves learning outcomes and its success and popularity. Finally, the level of student learning is enhanced (Richards & Farrell, 2005).

Adopting either an outsider or insider approach, teacher development programs can help teachers to improve in specific areas. Outsider approaches value knowledge outside the institution, especially knowledge of experts based on general theories and principles (Richards & Farrell, 2005). These approaches have content-based pre-determined programs, ready-made solutions, and short-term results

(Yaman, 2004). On the other hand, insider approaches prioritize institutional knowledge in order to promote self-directed learning. They enable teachers to analyze their own contexts and construct their own knowledge and understanding of their classroom practices (Richards & Farrell, 2005).

Reflection has a significant role in teacher development as it enables teachers to “integrate the two processes, ‘practicalizing theoretical knowledge’ and ‘theorizing practical knowledge’” (Tsui, 2009, p. 432). They can do this through investigation of their own practice based on data from their classrooms and the changes they make based on this investigation (Gün, 2010). In this way, teachers “can gain new insight of their practice” (Farrell, 2016, p. 224). Farrell (2011) reported how a novice ESL teacher benefited from moving from a “descriptive reflective phase” to “a more critical stance on her practice” since “she could now make an informed decision about certain aspects of her teaching ... and as a result there is more of a convergence of her beliefs and classroom practices” (p. 272).

Reflection is classified in different ways. Van Manen (1977) lists levels of teacher reflectivity as empirical-analytic paradigm, hermeneutic-phenomenological paradigm, and critical-dialectical paradigm. Schön (1983) distinguishes reflection-in-action from reflection-on-action. For Pultorak (1996) the three levels of teacher reflectivity are technical rationality, practical action, and critical reflection. Besides, Ho and Richards (1993) and Farrell (1999) presented subcategories of critical and descriptive reflection and explored them in teachers’ journals and group discussions respectively. Traits of development in critical reflectivity are also listed in Ho and Richards (1993) as

- a greater variety of types of critical reflectivity,
- being more able to come up with new understanding of theories,
- being more able to reflect across time span and experiences,
- being more able to go beyond the classroom to broader contexts,
- being more able to evaluate both positively and negatively,
- being more able to solve problems by the teacher, and
- being more focused on "why" questions (p. 35).

Farrell (2016) categorized reflective research between 2009 and 2014 in terms of their scope as well as participants and reflective tools. Overall results revealed that reflection on philosophy, principles, theory, or a combination of these had a positive impact on pre-service and in-service teachers. Common reflective tools in the body of research were found to be discussion, journal writing, classroom observations, video analysis, action research, narrative, and lesson study.

There are very few studies that analyze teachers’ reflection in terms of the two subcategories – descriptive and critical. For instance, using blogs to promote reflection among pre-service teachers, Yang (2009) found their descriptive reflection outnumbered their critical reflection and emphasized the role of facilitator intervention in critical reflection. Another research is a case study by Farrell (2001) of an EFL teacher. His findings showed that the participant’s reflections were mostly descriptive. A partial

replication of Farrell's (1999), Liou (2001) revealed that pre-service teachers were able to do more critical than descriptive reflection but failed to show development in critical reflection. However, none focused on investigation of reflection based on lexical problems. In Turkish context there are only studies that revealed the benefits of reflective teaching (Kuru-Gönen, 2012; Şanal-Erginel, 2006; Şire, 2004) for teacher development. Yeşilbursa (2008) and Yeşilbursa (2011) analyzed types of reflection but using categories she developed herself.

This case study aims to contribute to literature by investigating an EFL teacher's descriptive and critical reflection, specifically on lexical problems in written production, besides her development in critical reflectivity as part of her professional development.

B. Method

1. Research Design

This article presents preliminary findings of a PhD thesis in progress, which is designed as a multiple instrumental case study with five participants, and focuses on only one participant's reflection process revealed through her journals, peer discussions and interviews. A sequential exploratory mixed methods design helped to analyze the data first qualitatively and then quantitatively.

The study took place at a state university which runs two EFL preparatory programs: one for students of departments whose main medium of instruction is English, and another for students of various departments which provide 30 % of their courses in English. When this research was conducted in spring semester in 2017, the participant was working in the latter and teaching C-level (with reference to CEFR) students writing, listening, coursebook, and reading for 22 hours a week.

The method of participant selection was convenience sampling. In order to protect her privacy, we used a pseudonym, Süheyla, suggested by the participant. Süheyla, born in 1967, is a native speaker of Turkish. She graduated from English Language and Literature, and is now a PhD candidate in the same field. She started teaching English at her institution in 1998. She has also worked as the coordinator, the head of writing commission, and a member of various offices and commissions in her institution. She has been abroad once – she went to Austria for four days on holiday.

2. The Reflection Topic

The five participants, who participated in the research for the PhD thesis, were required to reflect on a common topic in order to keep them on the same track. For this reason, before the process started a meeting was held with these participants to specify the topic. Their first decision was to analyze students' written production as it would be more practical for the participants to observe than spoken data and could be improved through activities both during and after class.

During writing classes in the institution, the students are regularly given a common task according to their level and asked to write without consulting any materials or dictionaries. The teachers check students' texts, give written feedback on use of English, content, and organization using correction symbols, and then they grade the texts and return them. As a result, the students are supposed to take

the tasks seriously and produce texts rich in content. This is why the participants decided to obtain written data from these texts. Moreover, this process was expected to be practical for the participants as they would not have to do extra work to collect data.

The final outcome of the meeting was the focus of analysis. As they believe the students in the institution are provided with sufficient practice on grammar but not vocabulary, the participants agreed to focus on lexical competence in written production. They also decided to define lexical problems as those related to meaning, collocations, and word formation. These categories were derived from the three types of lexical feedback included in the correction symbols they use – inappropriate word, missing word / redundant word and word form.

3. The Reflection Process

Preceded by training and piloting, the 12-week reflection process included two-phase procedures repeated five times and involved a variety of reflective tools. Table 1 lists the deadlines set in accordance with the academic calendar. Due to spring holiday, there was a break in the second procedure.

Table 1 The Schedule for the Reflection Process

Procedure	Date
1	9-17 March 2017
2	23-31 March 2017 & 10-14 April 2017
3	20-26 April 2017
4	27 April-10 May 2017
5	11-18 May 2017

In the first phase, the participant diagnosed her students' lexical problems by analyzing their texts. First of all, she made a digital list of errors for each type of lexical problem (meaning, collocations, and word formation) to see what kind of problems occurred frequently. Then, she examined the lists to see the patterns, draw conclusions, and shape her teaching accordingly. Considering her analysis, the participant was asked to reflect on the causes of the problems and possible solutions in a journal in English (see Appendix A for the guiding questions) and then in a peer discussion (see Appendix A for the guiding questions). She held the discussions with two of her officemates in their office, as she preferred, in English and audio recorded them.

In the second phase the aim was to reflect on classroom practice. Süheyla was asked to audio-record classes in which she did an activity to overcome the diagnosed problems. She used her mobile phone to record the lessons. She was also recommended to take notes or extra copies while/immediately after the classroom practice just in case. At the end of each practice, she asked the students to give feedback on small cards. After examining the audio-records and the student feedback, the participant wrote another journal entry in English (see Appendix A for the guiding questions) focusing on what she had done to overcome the problems and what outcomes she had expected. Then, she was interviewed one-on-one (see Appendix A for the guiding questions) by the researcher on the same topic. With a semi-

structured approach and relevant probes for clarification and elaboration, the interviews were conducted in English in the participant's office as a familiar comfortable setting and audio recorded by the researcher.

The data were stored both by the participant and the researcher. At the end of each procedure, Süheyla gave the researcher photos of the texts written by students, digital lists of mistakes, audio-records of classroom practice, photos of student feedback cards, digital or handwritten journals, and audio-records of peer discussions. In this way, the researcher was also able to monitor the process. The audio-records of the interviews were only stored by the researcher.

4. Data Analysis

The taxonomies for descriptive and critical reflection presented in Ho and Richards (1993) and Farrell (1999) coincide closely with the content of the questions provided for the journals, peer discussions, and interviews; thus, they were adapted and coded for this research (see appendix B). Descriptive reflection is procedural in nature answering 'What do I do as a teacher?' (Ho & Richards, 1993, p. 32). Description of the content of a grammar lesson is an example of descriptive reflection. On the other hand, critical reflection refers to "evaluation, self-analysis, theory building, and planning" (Ho & Richards 1993, p. 32). Expressing an opinion about the value of classroom observation is an example of critical reflection.

The data from the participant's reflections in the journals, peer discussions, and interviews were entered manually on an SPSS 23 data set. As the main focus was how the participant reflects, the basis for reflection (i.e. texts written by students, lists of mistakes, audio-records of classroom practice, and student feedback) was not included in the analysis. Next, frequency counts and percentages were obtained using Descriptive Statistics.

For the qualitative part of the study, the results were examined to find out the patterns and reasons for them. First of all, the overall results were presented contrasting descriptive and critical reflection. Next, the results were analyzed in depth according to the topics for descriptive and critical reflection. Finally, we searched for the seven traits of development in critical reflection presented in Farrell (1999) and compared the percentage of each trait in the first and last procedure as Ho and Richards (1993) did (see Appendix C for calculation of these percentages).

o be able to generalize the qualitative data, to a certain extent, a statistical test, one-way goodness-of-fit chi-square, was used. The test showed if the results were statistically significant for the alpha level at .05, and explained the patterns found.

Reliability of data coding was improved by having 10% of the data coded by an independent researcher. The result of the reliability formula, number of agreements / total number of agreements + disagreements (Miles & Huberman, 1994, p.64), revealed 92% concurrence between the two coders.

C. Results

A global look at Süheyla's reflection reveals that she referred to 24 different types of topics. The distribution of the topics is statistically significant according to one-way goodness-of-fit chi-square test results ($\chi^2= 734.609$, $df= 23$, $p=.000$). Constituting 69% of the total, her critical reflection outnumbered her descriptive reflection. According to chi-square results, nine out of these 24 topics were mentioned more frequently than the statistically expected level (19). The common topics, ranked in order of frequency, are listed in Table 2:

Table 2 Common Topics in Süheyla's Reflection

Topic	N	Type of reflection	Category
Students' problems	79	Critical	Evaluating teaching
An approach or procedure	75	Descriptive	Approaches and methods
Positive evaluations of lessons	65	Critical	Evaluating teaching
A belief/conviction	52	Descriptive	Theories of teaching
A personal opinion	28	Critical	Theories of teaching
Alternative ways of presenting lesson	27	Critical	Evaluating teaching
Teacher's problems	26	Critical	Evaluating teaching
The learners' background information	26	Critical	Approaches and methods
Deciding on a plan of action	21	Critical	Evaluating teaching

There are only two descriptive topics in this list, namely an approach/procedure and a belief/conviction; however, the former is the second most frequent of all. The others are all critical, and most of them are related to evaluating teaching: students' problems, positive evaluations of lessons, alternative ways of presenting lesson, teacher's problems, and deciding on a plan of action.

1. Süheyla's Descriptive Reflection

Overall, Süheyla did not engage in descriptive reflection very frequently (31%), but when she did, she used it mostly in interviews and journals on classroom practice. Out of nine types of descriptive topics in total, the teacher never mentioned

- an expert's view,
- solutions to problems by seeking solutions from experts, or
- asking for information.

However, Süheyla referred to six descriptive topics, which means that she used 67% of them. The distribution of these topics is statistically significant according to one-way goodness-of-fit chi-square test results ($\chi^2= 223.547$, $df= 5$, $p=.000$). Of the six topics, only an approach/procedure and a belief/conviction

occurred more frequently than statistically expected. The frequency and percentage of these topics are listed in Table 3:

Table 3 Descriptive Topics in Süheyla's Reflection

Topic	Journal on lexical problems	Journal on classroom practice	Peer discussion	Interview	Total	Total %
An approach/procedure	1	26	4	44	75	54
A belief/conviction	4	3	5	40	52	37.4
The content of the lesson	0	3	0	5	8	5.8
Questions about what should be done	0	0	1	1	2	1.4
Asking how to do things	0	0	0	1	1	0.7
How a theory was applied	0	0	0	1	1	0.7

Comprising 54% of Süheyla's descriptive reflection, an approach/procedure was the most common type of descriptive topic. Süheyla described an approach/procedure in her journals on lexical problems and classroom practice, peer discussions, and interviews. She used it to refer to the procedures in different phases of the class. For instance, in the second journal on classroom practice she referred to her preparation for the class stating "I planned this feedback session as whole class study. Before I entered into the class I had already finished keeping each student's vocabulary mistakes into the Excel file. I prepared a list of mistakes [that] appeared in the texts." An additional example is found in the first interview when she described how she started the class. She said "At the very beginning I always say 'Your writings are all very good, I thank you all', I always try to praise them." Then in the same interview, when she moved on to the description of the input phase, she told the researcher "I try to warn them that it's not always right to just translate directly." In another instance in the second interview, she mentioned the procedure in the practice phase saying "In this lesson I tried to make it more practical for them, I gave them the papers with symbols and I warned them that in a more detailed way vocabulary mistakes can be coped with using a dictionary." Finally, in the second interview, Süheyla also described how she ended the class saying "I asked them to use the dictionary in order to improve their writing in terms of vocabulary expansion in a way that adding adverbs, adjectives or I mean some extras into their writing."

Another recurrent type of descriptive reflection of Süheyla was a belief/conviction comprising 37.4% of the total. She expressed a belief/conviction in her journals on lexical problems and classroom practice, peer discussions, and interviews. The participant stated her beliefs about teaching and especially learning. For example, in the second interview when she referred to how an extra activity should be

handled, she said “If you start, you should go on doing it in order to make it effective.” Later, she referred to how vocabulary should be taught:

We should teach them in their context by production I think. If they don’t use it, if they don’t need it, and if they don’t use it, they just learn it till the end of the exam, but it is not their own vocabulary until they use it, it is the vocabulary.

In her second journal on classroom practice, she mentioned the importance of dictionary skills stating “They realized that dictionaries had more than they needed, so they had to choose (the correct word). This is a real dictionary skill that every language learner should have.” In the second interview, Süheyla’s focus was primarily on her beliefs about learning. First of all, she referred to language learning in general:

This is something not depending on only one thing. This is their language knowledge, and this is about their language practice, so our students need time in order to have better writing. This is not only related to vocabulary choice or correct use of vocabulary, but this is related to their perception, practice, and production.

Then, she highlighted the importance of students’ recognition of “their way of learning vocabulary”. Later, she continued saying “I realized that when they are on their own doing something in the class separately, they believe in themselves more.”

Süheyla also referred to the content of the lesson, which comprised only 5.8% of her descriptive reflection. She mentioned it in her journals on classroom practice and interviews. For instance, in the second interview she maintained that “it was a writing class” and later explained the focus of the lesson:

They write ‘*it’s a nice day*’ or ‘*she’s a teacher*’ for example, but what kind of a teacher she is or where [she works as] a teacher, so I ask them to improve their writing by adding some more vocabulary or lexical items from the collocation dictionary.

The rare types of descriptive themes found in Süheyla’s expressions were questions about what should be done, asking how to do things, and how a theory was applied. In her third peer discussion, after talking about how she attempted to solve lexical problems, Süheyla asked her peers what else she could do. During the fourth interview, she mentioned a problem related to the students, asked herself about improvement, and answered “But shall I try again? Yes I can try again but with more clear instructions.” During the second interview, while discussing ways to improve vocabulary teaching, Süheyla asked how we can teach vocabulary in context. In the fifth interview, she referred to “awareness raising” saying “In this sense we can realize that how the teacher guides the students also increases their attention on the topic the teacher has been concentrating on. It is a kind of awareness raising.”

2. Süheyla's Critical Reflection

Süheyla's critical reflection constituted 69% of the whole, and it could be observed in all types of tasks. In her critical reflection she mentioned 18 different topics. The distribution of these topics is statistically significant according to one-way goodness-of-fit chi-square test results ($\chi^2=490.241$, $df= 17$, $p=.000$). They are listed below according to their frequency:

Table 4 Critical Topics in Süheyla's Reflection

Topic	Journal on lexical problems	Journal on classroom practice	Peer discussion	Interview	Total N	Total %
Students' problems	18	4	23	34	79	25
Positive evaluations of lessons	5	17	4	39	65	20,6
A personal opinion	0	2	7	19	28	8,9
Alternative ways of presenting lesson	3	1	8	15	27	8,5
Teacher's problems	0	2	0	24	26	8,2
The learners' background information	5	2	4	15	26	8,2
Deciding on a plan of action	9	3	4	5	21	6,6
Recognition of personal growth	0	0	1	16	17	5,4
A justification	0	2	0	4	6	1,9
The teacher's knowledge and experience	0	0	0	4	4	1,3
Pedagogical knowledge	0	0	0	3	3	0,9
The relation between teaching and the school context	0	0	0	3	3	0,9
Their teaching style	0	0	0	3	3	0,9
Contradictions between theory and practice	0	0	0	2	2	0,6
Classroom interaction	0	0	0	2	2	0,6
Setting personal goals	0	0	0	2	2	0,6

Negative evaluations of lessons	0	0	0	1	1	0,3
Asking for reasons	0	0	1	0	1	0,3

Statistically, Süheyla mentioned seven of these topics more frequently than expected, and the top two were much more prevalent than the others. These are

- students' problems,
- positive evaluations of lessons,
- a personal opinion,
- alternative ways of presenting lesson,
- teacher's problems,
- the learners' background information, and
- deciding on a plan of action.

This result indicates that most of her critical reflection (69.8%) is related to evaluating teaching. Nevertheless, the topics she never reflected on were how theories changed and perceptions of her language proficiency.

2.1. Students' Problems

The most recurrent critical topic was students' problems, which comprised 25% of the total and appeared in journals on classroom practice and lexical problems, peer discussions, and interviews. Süheyla reflected on a variety of problems. Some of her reflections involved a general description of the problems with reference to their frequency or similarity to the ones in previous tasks. However, other problems addressed were related to more specific issues. For instance, in the third interview she shared one of her observations during an error correction session in class stating "While we were just correcting them on the board, not every student was active. They were following us but sometimes they couldn't create what it would be, so I thought that they need more help with rewriting the sentence."

Besides, Süheyla explored the three types of lexical problems identified for this research – meaning, collocations, and word formation. The problems related to meaning were, according to her, usually confronted as "inappropriate word use". The teacher also mentioned her students' incorrect collocations such as 'good information' and "extra wordings such as 'they effect to the students' ". An example of lexical problems related to word formation was found in her criticism of lack of "enough adjectives to make their paragraphs more descriptive".

The teacher reflected on problems related to lack of some learning strategies, too. For her, the students needed to discover their own learning style, balance their focus on grammar and vocabulary, and search for different ways of learning vocabulary rather than employing "only one direct method – learning Turkish and English version of the word". Having observed that her students used "some very simple dictionaries", the teacher even maintained that "it's not enough for them just to say they use it" because "the main problem is how to use the dictionary". To be more precise, "they don't search the correct form of the word" and thus spend too much time. Süheyla also noticed that her students had difficulty putting what they knew into practice. For example, she realized that although they had learnt

the word *'significant'*, they mostly used *'important'* in their writing. She also observed that they could correct errors under teacher guidance but not alone. In the last peer discussion she gave some details:

When you give feedback to them, they realize that there is a mistake with word formation, and they correct it, but of course during the timed writings we [give] them time to revise their writings, but they don't do anything throughout this period, they just read and finish, but they don't know how to search for a mistake.

One further issue that attracted Süheyla's attention was some students' negative reactions towards peer editing. They liked neither revising somebody else's text nor being revised. The students also criticized the language their partners used and their "discouraging" feedback.

When Süheyla stated a problem, she did not only describe it but also reflected on the root of that problem. For instance, during the second peer discussion, upon diagnosing the collocation mistake, the teacher considered why this happened saying "They don't know any other adjectives that might be used with the word *'information'*". Süheyla referred to mental aspects of her students' problems, too. For example, in the second peer discussion she reflected "These problems might have appeared because of that situation I think, because of their psychology, because these problems are not the problems that they normally have during the writing." Moreover, she mentioned "the gap in their conceptual performance", writing in English "directly after thinking and planning in L1", "resistance" to take risks, and the need to "break their chains". In the fourth interview she examined why the students avoided using vocabulary they already knew saying "They are afraid of making mistakes, and as you say they feel themselves safe perhaps just using the words they know, they are sure about it." The teacher also discussed other reasons such as "difficulty of the topic", low levels of students' motivation at the end of the term, or their readiness.

2.2. Positive Evaluations of Lessons

Süheyla's positive evaluations of lessons comprised 20.6% of her critical reflection. They were found in journals on classroom practice and lexical problems, peer discussions, and interviews. The teacher realized that some of her classroom practices proved to be effective, contrary to her predictions. For instance, one was "active" rather than "boring", and another one "worked" although it was "very traditional". At the same time, the teacher managed to remain positive despite some difficulties she faced. For instance, in the second interview she stated:

Of course this is not my ideal performance because it was also my first attempt to use a collocation dictionary in the class so that I can't also just predict some of the outcomes during the lesson, so it was not an ideal class, but in any way it's a beginning for me too.

Süheyla's positive evaluations of her practice involved such phrases as:

- "a good collocation study",
- "a good beginning",
- "keep their attention",

- “useful”,
- “interesting”,
- “motivating”,
- “very active”,
- “very effective”,
- “like an ideal”,
- “I have managed it”, and
- “it worked”.

Süheyla evaluated her practice positively based on criteria such as the students’ gain, their attitudes, or her own reaction. She mentioned them all in the fourth interview:

It was good for me. It was like an ideal because I can motivate my students, they accepted what I offered because this was something new, and they were happy, and they tried their best, and it was good, it was an ideal atmosphere.

Süheyla’s account of students’ gains included

- success in overcoming lexical problems,
- ongoing practice,
- permanent learning,
- collaboration,
- eagerness,
- self-belief,
- motivation to improve their vocabulary and writing,
- “fun”, and
- “increased intimacy”.

The teacher also referred to increased awareness of dictionary skills and “word choice” as indicated by their use of “some extraordinary words at their level such as ‘*schedule*’, ‘*to tackle the issues*’, etc.” The teacher’s reflection on positive attitudes of the students to what had been done was found in various cases. For instance, in her second journal on classroom practice she mentioned how she reacted to favorable remarks from students in another class:

By the way, my other class that I am mainly teaching listening and speaking besides a few main course hours criticized me in a manner that made me so happy. They said that they had heard about the collocation dictionary study in my writing class and they had felt a bit disappointed with my disregard. They wanted to learn how to use it too.

The students’ positive attitudes were observed when they:

- commented positively,
- found what had been done good, useful, enjoyable, “interesting”, “easy”, or important,
- “wrote quite creatively”, productively, or carefully,

- seemed glad, “enthusiastic”, “relaxed”, “satisfied”, attentive, interested, or cooperative, or
- did some further work related to classroom practice.

Süheyla’s positive evaluation of classroom practice based on her own reaction was signaled when she stated she “liked the lesson” or felt “surprised” or “happy”.

2.3. Others

8.9% of Süheyla’s critical reflection was expression of a personal opinion in journals on classroom practice, peer discussions, and interviews. The teacher presented her views on:

- the resources,
- the effectiveness of her practice,
- whether she thought an activity would work,
- the importance of such issues as self-editing, and motivation,
- students’ gains,
- the value of students’ production,
- the differences in students’ involvement,
- students’ mistakes, and
- how students felt.

In addition to these, Süheyla reflected on this research, too. In the last interview, she maintained her views on the difference between this study and seminars:

You know that in seminars mostly you are not active, you are the receiver, somebody is there telling you or suggesting you doing something or just conveying a piece of information, maybe an application, okay, but you are not involved if it is not a workshop. Still in the workshops you know you may just work in groups, but still some group members are active, but you are not an active one, so you have things to say, things to do, but you are a bit, I mean you are not involved much, so there might be such things. But here in this practice, it is only me and my application and my ideas and my imagination and me myself as a teacher, so it is the real professional development because I did it myself. So I mean I realize that I’m still a learner and I can learn, I can imagine, I can create, and I can apply, so this is the development I think.

Süheyla mentioned alternative ways of presenting lesson in 8.5% of her critical reflection in journals on lexical problems, peer discussions, and interviews. The alternatives included introducing an online collocation dictionary, improving time management, increasing the number of examples and organizing them. For instance, in the third journal on lexical problems, she stated:

So, this gave me the idea that it might be a useful way to write the problem sentence on the board and ask them to find and correct the mistake in it.

Found in journals on classroom practice and mostly in interviews, Süheyla’s reflection on teacher’s problems comprised 8.2% of her critical reflection. The teacher referred to such problems as

- “lack of time”,
- “time management”,
- keeping up with the “pacing” required by school management,
- “the need of preparation”,
- lack of experience in specific areas,
- being unable to guide students well,
- “the students’ attitude”,
- the teacher’s mood,
- lack of autonomy, and
- being unable to realize some students’ problems.

The teacher also mentioned the problems she had during this study. For example, she found the schedule intense and had difficulty writing the journals. In the last interview she added:

I would like to comment more clearly on my journals and I would like to just do some more extra applications in terms of vocabulary in my classes butwe have lots of things to do. Maybe I can say that I could not apply all the things that came to my mind.

Reference to learners’ background information comprised 8.2% of Süheyla’s critical reflection, and it could be observed in journals on classroom practice and lexical problems, peer discussions, and interviews. The teacher presented background information about her students in two ways. The first type of information she provided was related to her students’ academic background, which mostly involved what they knew, how they had been learning, and what they could do. For instance, in the third interview the teacher explained “They can deal with the sentences, they can deal with the word, I mean let’s say word formation, it’s ‘organize’ but it should be ‘organization’, they can find it easily.” Other examples included Süheyla’s reference to the students’ level of awareness and the content of the writing task. The second one involved the students’ mood. Such reflection was generally based on her observations at the beginning of classroom practice. In various cases the teacher found them “active”, “energetic”, “excited”, and “eager”.

Deciding on a plan of action comprised 6.6% of Süheyla’s critical reflection, and it could be observed in journals on classroom practice and lexical problems, peer discussions, and interviews. Her plans included:

- introducing collocation dictionary and assigning the students to use it,
- encouraging peer-editing and self-editing,
- involving smart boards during classroom practice,
- creating some situations for the students to practice vocabulary,
- creating a blog,
- using activities effective in one class in others as well,
- increasing the amount of “corrective feedback”,
- focusing on some grammar points,
- conferencing with “weak students”,

- being “more careful”,
- giving “more clear instructions”,
- giving feedback to “praise some good vocabulary use”, or
- providing “correcting mistake exercises”.

Nevertheless, the teacher sometimes needed to change her plans as she stated in the third journal on lexical problems “I have changed the idea of creating a class blog to share students’ texts since one of the other teachers of this class had already informed them about a blog and asked them to write for this blog.”

3. Development in Süheyla’s Sense of Critical Reflectivity

Table 5 contrasts the percentages of traits of development in Süheyla’s critical reflection in the first and fifth procedures. An increase is observed in:

- variety of traits of critical reflection,
- discussing theories of expert and own,
- being more able to reflect through teaching experience,
- being able to go beyond the classroom to greater context, and
- being more able to evaluate both positively and negatively.

Nonetheless, there is a decrease in being a better problem solver and asking more questions.

Table 5 Development in Süheyla’s Sense of Critical Reflectivity

Traits of Development in Critical Reflection	1 st procedure	5 th procedure
A greater variety of traits of critical reflection	55%	60%
Discussing theories of expert and own	8.5%	19.3%
Being more able to reflect through teaching experience	4.3%	5.3%
Being able to go beyond the classroom to greater context	0	1.8%
Being more able to evaluate both positively and negatively	12.8%	15.8%
Being a better problem solver	17.1%	8.8%
Asking more questions	2.1%	0

D. Discussion

Although observation is an important way of data collection in research in reflective teaching and its absence might be regarded as a limitation of the study design, during the meeting most of the

participants in the PhD thesis seemed to feel rather uncomfortable with classroom observation and to prefer to reveal their classroom practice through audio-records, journals, and interviews. As the focus of the research is how the participants see their practice rather than what they actually do or what they should do, classroom observation was not included in the design.

Overall, Süheyla referred to most of the topics in Ho and Richards (1993) and Farrell (1999) with statistically significant results. Her reflection was mainly critical, but descriptive topics were found in the list of frequent topics as well. This close connection between descriptive and critical reflection implies that teachers should not be expected to reflect completely critically.

The findings about Süheyla's descriptive reflection revealed that she frequently mentioned an approach/procedure and a belief/conviction, which is similar to the results in Ho and Richards (1993). The teacher also described the content of her lessons and how she applied a theory in addition to asking what to do and how to do things. In contrast to findings in Ho and Richards (1993) and Farrell (1999), however, no reference to experts was detected. These results lead to the conclusion that she employed descriptive reflection to set the scene or to introduce the basics for the listener or the reader. This is what makes descriptive reflection essential.

Süheyla's critical reflection outnumbered her descriptive reflection, which is parallel to Liou (2001) but in contrast with Yang (2009) and Farrell (2001). It was mainly about evaluating teaching with a focus on students and lessons. Although the teacher mentioned some problems, she also reflected, with a generally positive attitude, on the rationale behind her practice, the reasons for specific problems, and the range of possible solutions. Besides, personal opinions and teaching problems were among prevalent critical topics as in Farrell (1999) but there were few entries related to self-awareness as in Ho and Richards (1993) and Farrell (1999). Nonetheless, the teacher never mentioned how theories changed or perceptions of her language proficiency. As a final point, the increase in several traits of development in Süheyla's sense of critical reflectivity is similar to Farrell (2011) but in contrast with Liou (2001). In conclusion, Süheyla seems to be more concerned with practice than theory and, as a consequence, to bring knowledge and experience into the classroom.

Süheyla's experience in teaching, interest in academic studies, attitude towards learning and teaching, and motivation for professional development might have had an impact on the results. These could be used as a variable in further studies.

APPENDIX A

QUESTIONS FOR JOURNALS ON LEXICAL PROBLEMS

- Why do the students make such mistakes?
- What should be emphasized during vocabulary presentation to prevent these mistakes?
- What kind of practice do the students need? How can you provide opportunities for such practice?
- Do you need to prepare extra materials?

QUESTIONS FOR JOURNALS ON CLASSROOM PRACTICE (Adapted from Pultorak 1993; 1996; Şanal-Erginel, 2006)

- What were the essential strengths of the lesson?
- What, if anything, would you change about the lesson?
- Do you think the lesson was successful in terms of solving lexical problems? Why?
- How is your vocabulary teaching in this lesson different from what you did previously?
- Think about the product of the lesson, if any. What are the conditions that have an effect on this outcome? You can consider teaching techniques, feedback, error correction, and questioning techniques.
- Do you think that there were unplanned outcomes in this lesson? If so, what are they? Why do you think so?
- What did you think about student behaviors?
- Can you think of another way you might have taught this lesson?
- Do you think that if you teach this lesson with a different approach, the students' learning would be better? If yes, what approach?
- Do you think that the content of this lesson was of interest for students? If you were to explain the relevance and importance of the content, what would you tell to an administrator and/or student to prove that the content was right?
- Also compare and discuss how you view yourself ideally and your actual performance.
- Ask yourself 'What have I learned about myself as a teacher through this practice?' and 'How will I apply to what I have learned to my future teaching experiences?'
- What do you think about this research as a whole? Do you think that it contributed to your learning and development? How?

QUESTIONS FOR PEER DISCUSSIONS

- Why do the students make such mistakes?
- What should be emphasized during vocabulary presentation to prevent these mistakes?
- What kind of practice do the students need? How can you provide opportunities for such practice?
- Do you need to prepare extra materials?

QUESTIONS FOR INTERVIEWS

(Adapted from Pultorak, 1993, 1996; Şanal-Erginel, 2006)

- What were the essential strengths of the lesson?
- What, if anything, would you change about the lesson?
- Do you think the lesson was successful in terms of solving lexical problems? Why?
- How is your vocabulary teaching in this lesson different from what you did previously?
- Think about the product of the lesson, if any. What are the conditions that have an effect on this outcome? You can consider teaching techniques, feedback, error correction, and questioning techniques.
- Do you think that there were unplanned outcomes in this lesson? If so, what are they? Why do you think so?
- What did you think about student behaviors?
- Can you think of another way you might have taught this lesson?
- Do you think that if you teach this lesson with a different approach, the students' learning would be better? If yes, what approach?
- Do you think that the content of this lesson was of interest for students? If you were to explain the relevance and importance of the content, what would you tell to an administrator and/or student to prove that the content was right?
- Also compare and discuss how you view yourself ideally and your actual performance.
- Ask yourself 'What have I learned about myself as a teacher through this practice?' and 'How will I apply to what I have learned to my future teaching experiences?'
- What do you think about this research as a whole? Do you think that it contributed to your learning and development? How?

APPENDIX B

TOPICS FOR DESCRIPTIVE REFLECTION

1. Theories of teaching

- A. A belief/conviction - e.g., what constitutes good language teaching
- B. An expert's view - e.g. referring to Krashen's views about language
- C. How a theory was applied - e.g. trying out a questioning strategy described in a lecture

2. Approaches and methods

- A. An approach/procedure - e.g. the teacher's approach to the teaching of reading skills or the procedures used during a listening lesson
- B. The content of the lesson - e.g. a description of the content of a grammar lesson

3. Evaluating teaching

Solutions to problems by seeking solutions from experts - e.g. asking for ways for overcoming particular difficulties

4. Questions about teaching

A. Questions about what should be done - e.g. asking whether the teacher should spend more time on grammar

B. Asking for information - e.g. asking what is meant by good questioning skills

C. Asking how to do things - e.g. asking how to motivate the students

TOPICS FOR CRITICAL REFLECTION

1. Theories of teaching

A. A justification - e.g. describing a theory to justify something the teacher did

B. A personal opinion - e.g. expressing an opinion about the value of classroom observation

C. Contradictions between theory and practice - e.g. describing why a classroom incident does not support a theory

D. How theories changed - e.g. how classroom experience changes the teacher's theories

2. Approaches and methods

A. The teacher's pedagogical knowledge - e.g. knowledge about the demands of class task

B. The teacher's knowledge and experience - e.g. pointing out how his or her teaching has become more student-focused

C. The learners' background information - e.g. pointing out that students have little opportunity to practice English outside classroom

D. The relation between teaching and the school context - e.g. how administrative constraints or school policies affect teaching

3. Evaluating teaching

3.1. Evaluating lessons

A. Positive evaluations of lessons - e.g. commenting that the lesson went well because all students were active in it

B. Negative evaluations of lessons - e.g. pointing out that the lesson failed to achieve its goals

3.2. Diagnosing problems

A. Students' problems - e.g. difficulties student had with particular grammar items

B. Classroom interaction - e.g. a planned grouping arrangement did not work because of problems students had interacting with each other

C. Teacher's problems - e.g. the teacher did not have time and energy to mark the students' homework

3.3. Solutions to problems

- A. Alternative ways of presenting lesson - e.g. beginning a lesson in a different way
- B. Deciding on a plan of action - e.g. deciding to use role play activities more often

4. Questions about teaching

Asking for reasons - e.g. asking why planned lessons may be no more successful than unplanned ones

5. Self-awareness

- A. Recognition of personal growth
- B. Setting personal goals
- C. Perceptions of their teaching style - e.g. describing the style of teaching s/he feels more comfortable with, such as a teacher-centered style
- D. Perceptions of their language proficiency - e.g. saying that they do not speak English fluently

APPENDIX C

Table 6 *Analysis of Development in the Sense of Critical Reflectivity*

Traits of Development in Critical Reflection	Calculation Used for the Analysis
A greater variety of traits of critical reflection	number of types of critical topics used / total number of critical topics
Discussing theories of expert and own	total frequency of C1A, C1B and C1C / total frequency of critical reflection
Being more able to reflect through teaching experience	total frequency of C2A and C2B / total frequency of critical reflection
Being able to go beyond the classroom to greater context	frequency of C2D / total frequency of critical reflection
Being more able to evaluate both positively and negatively	total frequency of C3A and C3B / total frequency of critical reflection
Being a better problem solver	total frequency of C3F and C3G / total frequency of critical reflection
Asking more questions	frequency of C4 / total frequency of critical reflection



KAYNAKÇA

- Farrell, T.S.C. (1999). Reflective practice in an EFL teacher development group. *System*, 27(2), 157-172.
- Farrell, T.S.C. (2001). Tailoring reflection to individual needs. *Journal of Education for Teaching*, 27, 23–38.
- Farrell, T.S.C. (2011). 'Keeping SCORE': Reflective practice through classroom observations. *RELC Journal*, 42, 265–272.
- Farrell, T. S. (2016). Anniversary article: The practices of encouraging TESOL teachers to engage in reflective practice: An appraisal of recent research contributions. *Language Teaching Research*, 20(2), 223-247.
- Freeman, D., & Johnson, K. E. (1998). Reconceptualizing the knowledge-base of language teacher education. *TESOL Quarterly*, 32(3), 397-417. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/ecdd0/c39bef70c1dcc732b99edb3af5202846eb0f.pdf>
- Gün, B. (2010). Quality self-reflection through reflection training. *ELT journal*, 65(2), 126-135.
- Ho, B., & Richards, J. C. (1993). Reflective thinking through teacher journal writing: Myths and realities. *Prospect*, 8(3), 7-24.
- Kuru-Gönen, S. İ. (2012). *A study on reflective reciprocal peer coaching: An application in pre-service English language teaching context* (Unpublished doctoral dissertation). Anadolu University, Eskişehir.
- Liou, H. C. (2001). Reflective practice in a pre-service teacher education program for high school English teachers in Taiwan, ROC. *System*, 29(2), 197-208.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Pultorak, E. G. (1993). Facilitating reflective thought in novice teachers. *Journal of Teacher Education*, 44(4), 289-295.
- Pultorak, E.G. (1996). Following the developmental process of reflection in novice teachers: Three years of investigation. *Journal of Teacher Education*, 47(4), 283-291.
- Richards, J. C., & Farrell, T. S. C. (2005). *Professional development for language teachers: Strategies for teacher learning*. New York: Cambridge University Press.
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. New York: Basic Books.
- Şanal-Erginel, S. (2006). *Developing reflective teachers: A study on perception and improvement of reflection in pre-service teacher education* (Unpublished doctoral dissertation). Middle East Technical University, Ankara.
- Şire, E. (2004). *Reflecting on teaching: Interactive thoughts and decisions of experienced and novice EFL teachers* (Unpublished doctoral dissertation). Çukurova University, Adana.
- Tsui, A. B. M. (2009). Distinctive qualities of expert teachers. *Teachers and Teaching*, 15(4), 421-439. <https://doi.org/10.1080/13540600903057179>
- Van Manen, M. (1977). Linking ways of knowing with ways of being practical. *Curriculum Inquiry*, 6(3), 205-228. Retrieved from <http://amitay.haifa.ac.il/images/1/1f/Mannen.pdf>

- Yang, S. (2009). Using blogs to enhance critical reflection and community of practice. *Educational Technology & Society*, 12, 11–21.
- Yaman, Ş. (2004). *An action research study on teacher development: A constructivist approach* (Unpublished doctoral dissertation). Çukurova University, Adana.
- Yeşilbursa, A. A. (2008). *Reflective Foreign Language Teacher Development: A Case Study* (Unpublished doctoral dissertation). Gazi University, Ankara.
- Yesilbursa, A. (2011). Reflection at the interface of theory and practice: An analysis of pre-service English language teachers' written reflections. *Australian Journal of Teacher Education*, 36, 104–116.



TURİZM SEKTÖRÜNÜN BÖLGESEL KALKINMA ÜZERİNDEKİ ROLÜ: KAYSERİ İLİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA*

 Ömer ŞANLIOĞLU^a

 Bilgehan DEMİREZEN^b

Öz

Bu çalışmada Kayseri ilinin kalkınma sürecinde son yıllarda daha fazla gündeme gelen turizm sektörünün rolü ve potansiyeli incelenmektedir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve ildeki 20 turizm sektörü paydaşı ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Sonuç olarak ulusal ve uluslararası literatürle de uyumlu olacak şekilde turizm sektörünün Kayseri iline sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan çeşitli faydalar sağladığı (istihdam ve gelir artışı, kültür alışverişi, çevrenin korunması vb.), ancak destinasyonun farklı özelliklerinden kaynaklanan bazı nedenlerden dolayı (turizmin bölgede henüz gelişmeye başlaması, mevsimsellik sorunu, yatırım, tanıtım ve pazarlama eksikliği vb.) bu katkıların sınırlı düzeyde kaldığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan Kayseri ili turizm potansiyelinin kalkınma açısından önemli bir itici faktör olabileceği bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm ve Kalkınma, Bölgesel Kalkınma, Turizm Sektörü, Nitel Araştırma



THE ROLE OF TOURISM SECTOR ON REGIONAL DEVELOPMENT: A QUALITATIVE RESEARCH FOR KAYSERİ PROVINCE

Abstract

In this study, the role and potential of the tourism sector, which has been on the agenda more recently in the development process of Kayseri, is examined. Qualitative research method was used in the study and semi-structured interviews were conducted with 20 tourism sector stakeholders in the province. The data obtained within this framework were evaluated by descriptive analysis method. As a result, it has been determined that in line with the national and international literature, the tourism sector provides various benefits in terms of socio-economic, socio-cultural and environmental aspects to Kayseri (employment and income increase, cultural exchange, protection of environment etc.), but these contributions remain limited due to some reasons originate from different characteristics of the destination (new development of tourism in the region, seasonal

* Bu makale, "Demirezen, B. (2020). Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma: Kayseri İli Örneği. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi" künyeli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

^a Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, omersanlioglu@gmail.com, omersanlioglu@erciyes.edu.tr

^b Yüksek lisans ögr., Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, bilgehan38900@gmail.com

problem, lack of investment, promotion and marketing etc.). On the other hand, it has been found that the tourism potential of Kayseri can be an important driving factor for development.

Key Words: Tourism and Development, Regional Development, Tourism Sector, Qualitative Research



Giriş

Son yıllarda hem kalkınmış hem de kalkınmakta olan ülkeler açısından öne çıkan turizm sektörünün bölgesel kalkınmaya yardımcı olma hususunda önemli bir rol oynamaya başladığı gözlenmektedir. Bu çerçevede turizm sektörünün geliştiği bölgelerde, ek gelir fırsatı sunma, döviz geliri sağlama, yeni istihdam imkanları oluşturma, yatırımları artırma, diğer sektörlere ekonomik katkı sağlama, alt ve üstyapıyı geliştirme, doğanın korunmasını sağlama, kültür alışverişini teşvik etme ve karşılıklı hoşgörüü artırma gibi sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan çok sayıda faydasının olduğu görülmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turizm faaliyetleri ile dünya genelinde ekonomik büyüme, toplumsal kalkınma, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğe yönelmeyi amaçlayarak, 2017 yılını “Uluslararası Kalkınma İçin Sürdürülebilir Turizm Yılı” olarak ilan etmiştir (UNWTO, 2016). Bu kapsamda, UNWTO’nun turizm odaklı bölgesel kalkınma yaklaşımının önemine vurgu yaptığı ifade edilmelidir.

Bölgesel kalkınmanın sağlanabilmesi açısından bölgedeki turizm potansiyelinin etkili ve verimli bir şekilde kullanılması oldukça önem arz etmektedir. Turizm faaliyetlerinin yaygınlaştığı bölgelerde, paydaşlar sektörden çeşitli kazanımlar elde etmekte ve bölgeler arasındaki eşitsizliklerin de azaldığı gözlenmekte ve böylece bölgesel kalkınmaya aracılık edilmektedir. Aynı zamanda alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ile destinasyonların sahip olduğu mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilmesi mümkün olabilmekte ve turizm faaliyetlerinin neredeyse tüm bölgelerde uygulanabilir hale gelmesi de sağlanmış olmaktadır.

Turizm odaklı bölgesel kalkınma ile ilgili olarak ulusal literatürde Nevşehir, Isparta, Amasya, Balıkesir, Adana ve Konya vb. örneğinde yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır (Akdemir, 2018; Dinçer; 2018; Gözüela, 2018; Susan, 2016; Şamata, 2016; Şeker, 2011; Tunçbilekli, 2006). Ancak bu kapsamda Kayseri iline yönelik yapılmış bir çalışma tespit edilememiştir. Bu nedenle, bu çalışmanın Kayseri bölgesi açısından önemli olduğu ifade edilmelidir. Bu çerçevede bu çalışmanın amacı Kayseri ilinin kalkınma sürecinde turizm sektörünün rolünü ortaya koymak ve mevcut potansiyelini değerlendirmektir. Çalışmada öncelikle turizm sektörü ve bölgesel kalkınma ilişkisine yönelik ulusal ve uluslararası literatür değerlendirilmesi yapılmakta ve daha sonra Kayseri ili turizm potansiyeli ortaya konulmaktadır. Bir sonraki bölümde ise Kayseri ilinde turizm sektörü paydaşlarına yönelik mülakat tekniği kullanılarak nitel bir araştırma yapılmakta ve böylece ilin kalkınma sürecinde turizm sektörünün rolü ve potansiyelini belirlemeye yönelik bulgular analiz edilmektedir.

A. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

Bölgesel kalkınma, ekonomik faaliyetleri teşvik etmeye ve çeşitlendirmeye, yatırımları artırmaya, işsizliği azaltmaya yardımcı olan ve yaşam standardında iyileşmeyi hedefleyen bir süreç olarak

tanımlanmaktadır (Letitia, 2012, s. 304). Bu çerçevede bölgesel kalkınmada turizm sektörünün rolünü inceleyen çok sayıda ulusal ve uluslararası araştırmanın bulunduğu ifade edilmelidir. Çalışmanın bu bölümünde turizm sektörü ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi inceleyen önemli bazı araştırmalar aşağıda ana hatlarıyla değerlendirilmektedir.

Mescon ve Vozikis (1985) Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) Miami bölgesinde kruvaziyer turizminin ekonomik etkilerini araştırmak amacıyla yaptıkları çalışmada, kruvaziyer turizminin 1982 yılında toplam 546 milyon dolarlık bir ekonomik etki ortaya çıkardığını, yaklaşık 21 bin 700 doğrudan ve dolaylı istihdam fırsatı oluşturduğunu ve kruvaziyer turizminin destinasyonun Gayri Safi Bölgesel Üretimine (*Gross Regional Product/GRP*) 264,6 milyon dolar katkıda bulunduğunu belirlemişlerdir.

Milman ve Pizam (1988), ABD'nin Florida bölgesinde yaptıkları çalışmada, turizm endüstrisinin hem olumlu hem de olumsuz etkilerini ortaya koymuşlardır. Olumsuz etkiler; trafik koşulları, bireysel ve organize suçlar, uyuşturucu bağımlılığı ve alkolizm olarak belirlenirken, çoğunlukla ekonomik olan olumlu etkiler ise istihdam fırsatları, gelir (vergi geliri dahil), yaşam standardı ve yaşam kalitesindeki artış olarak tespit edilmiştir. Benzer şekilde Ribeiro vd. (2017), Brezilya'da yaptıkları bir araştırma sonucunda, turizmin ülkenin Kuzeydoğu bölgesinde olumlu etkiler gösterdiği, turist harcamalarının bölgenin GSYİH'sı içinde %3,9 artış sağladığı, aynı zamanda turizm gelirlerinin bölgesel eşitsizliklerin azaltılmasına katkıda bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yine bu çerçevede Belisle ve Hoy (1980), Kolombiya, Santa Marta örneğinde yaptıkları bir çalışmada, turizm faaliyetlerinin çoğunlukla ulaşım altyapısını geliştirdiği ve istihdam sağladığı, farklı kültürleri tanıma fırsatları sunmuş olsa da, mevsimsel olarak gıda fiyatlarını artırdığı, hırsızlık, kaçakçılık, uyuşturucu ticareti ve fuhuş gibi suçları da artırmasından sorumlu olduğu tespit edilmiştir.

Garcia-Lopez vd. (2018), İspanya'nın Endülüs bölgesinde yaptıkları çalışmada, turizm sektörünün bölgedeki krizle mücadele açısından önemli bir rol oynadığı ve bölgesel kalkınmayı teşvik etme açısından önemli bir kapasiteye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Li (2005) ise Çin'in Yunnan bölgesinde yaptığı çalışmada, turizm sektörünün bölgesel ekonomik büyümeye ve kamu gelirlerine katkı sağladığını, daha da önemlisi gelir düzeyi düşük bölgelerde gelişmekte olan ekonomik yapının değişmesinde kilit rol oynadığını, yabancı yatırımların artmasını ve altyapının modernleşmesini de teşvik ettiğini, bölgesel ekonomiyi yeniden yapılandığı ve canlandırdığını, gelirleri yükselttiğini ve bu sayede insanların yaşam standartlarını iyileştirdiğini, az gelişmiş alanlarda uyarıcı ve güçlendirici bir rol oynadığını ve bölgesel kalkınma stratejisi olarak turizm sektörünün başarılı olduğunu tespit etmiştir.

Aynı zamanda uluslararası literatürün genel bir değerlendirmesi sonucunda, Rogerson (2015) Güney Afrika; Irvin (2006) Güney Afrika; Geetha (2015) Hindistan; Tisdell ve Bandara (2004) Sri Lanka; Tetsu (2006); Lukic vd. (2018) Sırbistan; Guisan ve Aguayo (2001) Fransa; Gutierrez (2015) İspanya; Mayer vd. (2010) Almanya; Ivanov ve Webster (2007) İspanya, Yunanistan ve Kıbrıs; Heng ve Low (1990) Singapur; Makawa (2010) Güney Afrika; Aguirre vd. (2019) Peru; Williams (2016) Avustralya; Tveter (2017) Norveç; Fayed (2002) Mısır örneklerinde yaptıkları çalışmalarda ulaşılan sonuçların yukarıda değerlendirilen çalışmaların sonuçları ile benzerlik gösterdiği ifade edilebilir.

Ulusal literatür değerlendirildiğinde ise Durgun (2006), Isparta iline yönelik yaptığı çalışmada, turizmin Isparta ilinin ekonomik olarak kalkınmasında tek etkili sektör olmasa da bölge ekonomisine olumlu katkılar sağladığını ve bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde önemli bir rol üstlendiğini tespit etmiştir.

İzgi (2007) ise Osmaniye ilinde yaptığı çalışmasında, turizmin ekonomik, kültürel, toplumsal ve çevresel faydaları olduğu, toplum için gelir ve istihdam oluşturduğu, KOBİ'lerin gelişmesini desteklediği, yatırımları artırdığı, bölgenin çekiciliklerinin değerlendirilmesini sağladığı, doğal, tarihi ve kültürel açıdan kaynakların korunmasına yardımcı olduğu ve bölge halkının kendi bölgesine olan bağlılığını artırdığı sonucuna varmıştır. Aynı zamanda Tunçbilekli (2006) Nevşehir örneği; Şeker (2011) Amasya örneği; Susan (2016) Balıkesir örneği; Akdemir (2018) Sakarya örneği; Dinçer (2018) Eskişehir örneği; Şamata (2016) Karabük örneği; Gözüela (2018) Konya örneğinde yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Ulusal ve uluslararası literatür değerlendirmesi ile tespit edildiği üzere, turizm sektörünün geliştiği bölgede ortaya çıkardığı bazı olumsuz sonuçlarına rağmen, birçok olumlu sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin bulunduğu ve böylece bölgesel kalkınmanın sağlanmasına yardımcı olduğu ifade edilebilir.

B. KAYSERİ İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ

İpek Yolu'nun Kayseri ilinin üzerinden geçmesi ve dünyanın ilk organize ticaret merkezi olan Kültepe'nin (Kaniş-Karum) şehir merkezine yakın bir mesafede olması, kentin tarihi ve stratejik açıdan önemini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan Yabanlu Pazarı (Pınarbaşı-Pazarören) Selçuklular döneminden başlayıp İpek Yolu ticaretinin önemini yitirdiği dönemlere kadar muazzam bir uluslararası pazar (fuar) olma özelliğini korumuştur. Bu pazarda özellikle at ve diğer büyükbaş hayvan ticareti ile baharat vb. malların alışverişi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca pazarda yapılan ticaretten daha düşük oranlı vergilerin alınması ve yabancı tüccarlar için güvenli olması pazarın cazibesini artırmıştır. Özellikle Bünyan ilçesi sınırları içerisinde yer alan ve bu bölgeye çok yakın bulunan Sultan Hanı ve Karatay Han dönemin ihtişamını gösteren iki önemli tarihi eserdir. Ayrıca kentin geçmişte çok kültürlü bir sosyal yapıya sahip olması ve birçok medeniyete (Hititler, Romalılar, Selçuklu, Osmanlı vb.) ev sahipliği yapması gibi avantajları ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan kentin gelişmesine yardımcı olmuş ve sahip olduğu çekicilikleri zenginleştirmiştir. Kayseri'deki taş ustalığı ve ahşap işlemeciliği, zengin mutfak kültürü gibi sahip olunan çekicilik unsurları bu değerlere örnek olarak gösterilebilir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

1649 yılında Kayseri'yi ziyaret eden Evliya Çelebi, kentin Kayseri Kalesi gibi tarihi mekanlarından, çarşı ve pazarından, esnafından, insanların hayırseverliğinden, üretilen tahıl, sebze ve meyvelerden, kentin bazı yöresel ürünlerinden (özellikle beyaz un, ekmekek, börek, katmer, çörek, pastırma ve sucuk gibi), halkın ticaret, eğitim ve öğrenmeye istekli olmasından, Kayserili önemli şahsiyetlerden, kentin çekici mekanlarından, Erciyes Dağı ve kentin diğer önemli özelliklerinden övgü ile söz etmektedir. Yine bu çerçevede, Evliya Çelebi'nin "*Seher vakti kalkan bir kimse Kayseri'nin havasını koklayınca, cennet rüzgarı*

koklamış gibi olur” sözü Kayseri’nin çekiciliklerinin tanıtılmasında öne çıkan en önemli sözlerinden birisini teşkil etmektedir (Cabuk, 2012, s. 820-845).

Bunlara ek olarak Kayseri il merkezine 20-25 kilometre uzaklıkta bulunan Erciyes Dağı, İç Anadolu Bölgesi’nin birinci, Türkiye’nin ise beşinci büyük dağı özelliğine sahiptir. Aynı zamanda kış sporları için en uygun kar tipi olan “kaliteli toz karı” Erciyes Dağı’nın sahip olduğu önemli özellikleri arasında sayılmaktadır. Erciyes Dağı, sadece kış turizmi için değil, aynı zamanda yürüyüş, dağcılık, yayla turizmi vb. faaliyetler açısından da yılın farklı dönemlerinde turistleri çekebilmektedir. Ayrıca yaz aktivitesini artıran trekking turları düzenlenmektedir. Kayseri ile Niğde arasında olan Göller Bölgesi’nden Kapuzbaşı Şelaleleri’ne kadar trekking parkuru yürüyüş severlerinin en güzel rotalarından birisi olarak bilinmektedir. Ayrıca Erciyes Dağı’nda *on-pist* ve *off-pist* olmak üzere toplam 102 kilometre uzunluğunda Alp’ler standardında birbiriyle bağlantılı 34 farklı zorluk derecesine sahip kayak pisti mevcuttur. Diğer yandan Kapadokya destinasyonu ile yakınlığı Erciyes Dağı’nın ve diğer destinasyonların çekicilik özelliğini artırmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Yukarıda ifade edildiği üzere, Kayseri ilinin geçmişte çok kültürlü bir sosyal yapısı ve kadim bir tarihi geleneğe sahip olmasının yanında, bu özelliklerini günümüze kadar geliştirerek yeni değerler ortaya koyabilmesi kente turizm açısından önemli bir nitelik ve imaj avantajı kazandırmaktadır. Özellikle Kayseri nüfusunun girişimcilik kabiliyeti, ticarete olan ilgisi ve ticari zekası, Kayserili birçok sanayici, politikacı ve üst düzey bürokratlar ile yatırımcıların olması, kentin önemli bir coğrafi ve stratejik konumda yer alması, bölgede Erciyes Dağı’nın bulunması, kentin Kapadokya destinasyonuna yakın olması, toplumun misafirperverliği, kentin zengin mutfak kültürü, halıcılık, kilimcilik, bakırcılık, el işleri ile taş ve ahşap işlemeciği gibi çok sayıda tarihi, kültürel ve sanat açısından sahip olduğu çekicilikler ve üstünlükler şehrin turizm potansiyelini değerlendirebilmesi açısından olumlu avantajları olarak ifade edilebilir. Sahip olunan tüm bu avantajlar Kayseri’nin imajını ve marka değerini olumlu yönde etkilemekte ve turizm açısından kente önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

Kayseri bölgesinde alt ve üstyapı ile ulaşılabilirlik açısından sahip olunan avantajların olumlu bir destinasyon imajı geliştirmek için kullanılmaya çalışıldığı gözlenmektedir. Aynı zamanda yerel, ulusal ve uluslararası birçok etkinliğin veya aktivitenin organize edildiği, turistlerin ihtiyaçlarını (konaklama, yeme-içme, eğlenme, dinlenme, boş zaman değerlendirme, gezi veya tur, alışveriş, ulaşım, iletişim, sağlık, güvenlik vb.) karşılayabilecek turizm işletmelerinin ve diğer hizmetler sektörünün hızla geliştiği bir şehir özelliği göstermektedir. Bu çerçevede Kayseri ilinin mevcut çekicilikleri ile turizm faaliyetlerin daha da artırabileceği bir potansiyele sahip olduğu ifade edilebilir.

Ayrıca Kayseri ilinin sağlık, termal, kış, gastronomi, doğa, inanç, kültür, tarih, etkinlik, spor, kongre, fuar, kuş gözlemciliği, dağcılık, yamaç paraşütü, akarsu, rafting, eğlence, bisiklet, mağara, kamp, karavan, balon, macera, fotoğrafçılık, balıkçılık, eğitim ve av turizmi gibi turizm türleri ve aktiviteleri açısından da önemli bir potansiyele sahip olduğu ifade edilmelidir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

C. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Etik Kurul İzni/Raporu: Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından 28/07/2020 tarihli ve 108 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bu çalışmanın amacı, Kayseri ilinin kalkınması sürecinde turizm sektörünün rolünü ortaya koymak ve potansiyelini değerlendirmektir. Ayrıca kentin sahip olduğu turizm potansiyelinin bölgenin kalkınmasını destekleyen itici bir faktör olup olmadığı hususunun tespit edilmesi ileride uygulamaya konulacak turizm politikaları açısından önem arz etmektedir.

Turizm sektöründen faydalanarak kalkınmayı sağlamak için bölgedeki turizm potansiyelinin değerlendirilmesi oldukça önemli bir husustur. Bu nedenle, Kayseri ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolünü incelemek ve Kayseri ilinin turizm potansiyelinin turizme kazandırılması ve bölgenin kalkınması için oluşturulacak politikalara yönelik öneriler ortaya konulması açısından bu çalışma önem arz etmektedir.

Belirtilen amaçlar doğrultusunda konuya bütüncül bakmak, konuyu derinlemesine ve çeşitli boyutlarıyla incelemek için çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma, araştırmaya konu olan olgu veya olayları kendi doğal ortamları içerisinde yorumlayıcı ve çoklu metotlu olarak inceleyen, anlamlandıran ve araştırmacının karmaşıklığı keşfetmesini, daha iyi anlamasını sağlayan ve gözlem, mülakat, doküman analizi vb. tekniklerle veri toplayan sistematik bir yöntemdir (Denzin & Lincoln, 2005, s. 3-4; Creswell, 1997, s. 14-16; Corbin & Strauss, 2015, s. 4; Yin, 2011, s. 3-9). Aynı zamanda nitel araştırma yöntemi daha önce çalışılmamış bir olguyu keşfetmeyi ve konuyu katılımcıların bakış açıları ile incelemeyi sağlayan, ayrıca bu hususta araştırmacıya çeşitli avantajlar sunan ve oldukça kabul gören bir yöntemdir (Ospina, 2004, s. 1279-1284). Bu nedenle araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırmanın evrenini Kayseri ilinde bulunan turizm sektörü paydaşları oluşturmaktadır. Creswell (1997), en az 10 kişi ile mülakat yapılmasını önerirken, Bertaux (1981), bütün nitel araştırmalarda örneklem boyutunun en az 15 kişiden oluşması gerektiğini ifade etmektedir. Bu nedenle araştırmanın örnekleme yargısal örnekleme yöntemi ile seçilen 20 turizm sektörü paydaşından oluşmaktadır. Araştırmada veriler turizm sektörü paydaşlarına yönelik yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanmıştır. Araştırma ölçeğinin oluşturulmasında özellikle literatürdeki çalışmalardan (Boonpat, 2010; Cihangir, 2016; Durgun, 2006; Geetha, 2015; Gözüela, 2018; Motumi, 2013; Lemos, 2017; Li, 2005; Susan, 2016; Şeker, 2011) yararlanılmıştır. Mülakatlar 10 Mart-9 Nisan 2020 tarihleri arasında katılımcıların yer aldığı işletme, kurum ve lokasyonlarda yapılmış ve her bir mülakat yaklaşık olarak 55 dakika sürmüştür. Ayrıca, her bir mülakat ses kaydına alınmış, yapıldığı gün içerisinde eksiksiz olarak transkript edilmiş ve olası bir hata ile karşılaşmamak için sürekli olarak kontrol edilmiştir. Toplanan veriler ise betimsel olarak analiz edilmiştir.

Nitel araştırmalarda katılımcıların araştırmaya katılmak için gönüllü olmalarının sağlanması (Shenton, 2004; Şimşek & Yıldırım, 2006), mülakat sorularının literatürdeki çalışmalarda kullanılmış olması (Yin, 2009, s. 40-42), araştırma fenomenlerinin önceden incelenmesi ve araştırma alanında gözlem yapılması (Lincoln & Guba, 1986), araştırmada farklı yöntemlerin kullanılması (Denzin & Lincoln, 2005),

soruların farklı biçimde tekrar sorulması ve fenomenin betimlenmesi (Shenton, 2004), araştırmanın uzman kişi tarafından değerlendirilmesi (Lincoln & Guba, 1986), araştırmanın bulgularının daha önce yapılan araştırmaların bulguları ile karşılaştırılması (Silverman, 2000) ve araştırmacıların nitel araştırma ile ilgili deneyiminin olması (Patton, 2002), araştırma sürecinin açıklanması (Öztürk, 2014, s. 103-109), örneklem çeşitliliği, bulguların literatürle tutarlılık göstermesi (Brink, 1993, s. 35-36) gibi faktörler araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlanmasında kullanılan önemli kriterlerdir. Bu çalışmada da araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla bu kriterlere özenle dikkat edilmiştir.

D. BULGULAR

Bu bölümde Kayseri'deki 20 turizm sektörü paydaşı ile gerçekleştirilen mülakat verileri değerlendirilmiştir. Mülakat anında cevaplanan sorular çeşitli başlıklar altında analiz edilmiştir. Mülakat yapılan katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar değerlendirilirken katılımcılara numaralar verilmiştir. Toplam 20 katılımcı K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19 ve K20 olarak numaralandırılmıştır.

1. Betimleyici İstatistikler

Kayseri'deki 20 turizm sektörü paydaşı ile gerçekleştirilen çalışmada, mülakat öncesi katılımcılardan demografik özellikleri istenmiştir. Demografik özellikler ile katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleği/pozisyonu, turizm sektöründe veya buldukları sektörde çalışma süresi ve Kayseri ilinde çalışma süresi gibi bilgiler elde edilmiştir. Böylece katılımcıları betimleyecek verilere ulaşılmıştır. Katılımcılara ilişkin betimleyici istatistikler aşağıdaki verilmiştir.

Tablo 1. Mülakata Katılanlara İlişkin Betimleyici İstatistikler

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek/Pozisyon	Turizm Sektöründe veya Bulunduğu Sektörde Çalışma Süresi	Kayseri İlinde Çalışma Süresi
K1	45	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	26 Yıl	3 Yıl
K2	40	Erkek	Yüksek Lisans	ORAN Kalkınma Ajansı/Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Birimi Başkanı	7 Yıl	13 Yıl
K3	39	Erkek	Yüksek Lisans	ORAN Kalkınma Ajansı/Kayseri Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü	7,5 Yıl	7,5 Yıl
K4	57	Erkek	Lise	Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahibi	36 Yıl	19 Yıl

K5	45	Erkek	Lisans	Kayseri Turizm İşletmecileri Derneği Başkanı/Organizasyon Şirketi-Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Yönetim Kurulu Başkanı	10 Yıl Üzerinde	10 Yıl Üzerinde
K6	32	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Muhasebe Sorumlusu	8 Yıl	7 Yıl
K7	40	Erkek	Lise	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Genel Müdür	18 Yıl	18 Yıl
K8	37	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/İşletme Sahibi	12 Yıl	12 Yıl
K9	41	Erkek	Yüksek Lisans	Kayseri Büyükşehir Belediyesi/Kent Tarihi ve Tanıtımı Dairesi Başkanı	16 Yıl	10 Yıl
K10	35	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Yönetim Kurulu Başkanı/TÜRSAB Erciyes Bölge Temsil Kurulu Başkanı	15 Yıl	15 Yıl
K11	43	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	29 Yıl	4 Ay
K12	46	Kadın	Lisans	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü/Şube Müdürü	25 Yıl	7 Yıl
K13	49	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	25 Yıl	5 Yıl
K14	49	Erkek	Doktora	Erciyes A.Ş./Yönetim Kurulu Başkanı	10 Yıl	10 Yıl
K15	40	Kadın	Önlisans	Otel Genel Müdürü	20 Yıl	20 Yıl
K16	30	Erkek	Lise	Hediyelik Eşya İşletmesi Sahibi	15 Yıl	15 Yıl
K17	20	Erkek	Lise	Yöresel Ürün İşletmesi Sahibi	3 Yıl	3 Yıl
K18	48	Erkek	Lisans	Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahibi	30 Yıl	30 Yıl
K19	34	Erkek	Doktora	Akademisyen	10 Yıl	10 Yıl
K20	26	Erkek	Yüksek Lisans	Yerel Halk/Öğretmen	2 Yıl	2 Yıl

Tablo 1 üzerinden katılımcıların yaş dağılımı incelendiğinde, 20 katılımcıdan ikisi 20-30 yaş aralığında, altısı 30-40 yaş aralığında, on bir katılımcı 40-50 yaş aralığında ve bir katılımcı ise 50-60 yaş aralığında yer almaktadır. Cinsiyet açısından bakıldığında katılımcıların on sekizi erkek, ikisi de kadındır. Bu bağlamda erkek katılımcıların daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim durumu incelendiğinde ise dört katılımcının lise, bir katılımcının önlisans, dokuz katılımcının lisans, dört katılımcının yüksek lisans ve iki katılımcının ise doktora eğitimine sahip olduğu söylenebilir. Meslek/pozisyon açısından bakıldığında, turizm sektörü paydaşı olarak seçilen katılımcıların çoğunlukla üst düzey görevlerde yer aldıkları ifade edilebilir. Turizm sektöründe veya katılımcıların buldukları sektörde çalışma süreleri incelendiğinde, iki katılımcının 1-5 yıl, üç katılımcının 5-10 yıl, dört katılımcının 10-15 yıl, dört katılımcının 15-20 yıl ve yedi katılımcının ise 20 yıl ve üstü sektörde çalışma tecrübesine sahip olduğu görülmektedir. Kayseri ilinde çalışma süreleri incelendiğinde ise dört katılımcının 1-5 yıl arasında, dört katılımcının 5-10 yıl arasında, altı katılımcının 10-15 yıl arasında, dört katılımcının 15-20 yıl arasında ve iki katılımcının ise 20 yıl ve üstü Kayseri ilinde çalışma tecrübesine sahip oldukları görülmektedir. Bu verilere göre katılımcıların çeşitliliği, eğitim durumu, mesleği/pozisyonu, turizm ile ilgili yetki ve sorumlulukları, sektörde ve Kayseri ilinde çalışma tecrübesi gibi özellikler mülakat yöntemi ile toplanan araştırma verilerinin doğruluğu, güvenilirliği ve geçerliliğine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

2. Mülakatların Değerlendirilmesi

Bu bölümde mülakat yöntemi ile toplanan veriler çeşitli başlıklar altında analiz edilmiş ve katılımcıların görüşleri arasında ilişkiler kurulmuştur.

Turizm Faaliyetlerinin Kayseri İline Yönelik Sosyo-Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Faydaları

Katılımcılar Kayseri’de gelişmeye başlayan turizm faaliyetlerinin bazı olumlu sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalar ortaya çıkardığını belirtmektedir. (1) Sosyo-ekonomik faydalar; şehre dışarıdan para girdisi sağlanması, istihdam ve gelir fırsatları oluşturması, diğer sektörleri canlandırması, yatırımları artırması, döviz girdisi sağlanması, satışları artırması, alternatif bir sektör görevi görmesi ve şehrin uluslararası piyasalarda daha fazla yer almasını sağlaması olarak ifade edilmektedir. (2) Sosyo-kültürel faydalar; Kayseri’nin bilinirliği, markalaşma ve tanıtımını artırması, şehrin imajına ve şehrin değerlerinin (yöresel ürünler, tarihi ve kültürel değerler vb.) tanıtılmasına yönelik pozitif katkılar sağlaması, insanların ufkunu genişletmesi, toplumun dışa dönük (sosyal ilişkileri güçlü) bir yapıya dönüşmesini ve insanların networklerini (sosyal ağlarını) geliştirmesine katkıda bulunması, sosyalleşme, kültürel kaynaşma ve kültürel etkileşimi sağlaması, insanlara aidiyet duygusu ve yeni veya farklı bir bakış açısı kazandırması, tarihi ve kültürel değerlerin korunmasını sağlaması, insanların bilinçlenmesine katkıda bulunması, sosyal renklilik oluşturması, yabancı dil öğrenimini teşvik etmesi ve şehirde bulunan turizmle ilgili tüm unsurların veya süreçlerin (işletme, ürün veya hizmet vb.) kalitesinin artırılmasını teşvik etmesi olarak sıralanmaktadır. (3) Çevresel faydalar ise çevrenin temiz ve bakımlı tutulmasını teşvik etmesi, doğanın korunmasını sağlaması, çevre düzenlenmesini ve altyapı ve üstyapı gelişimini teşvik etmesi olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda katılımcılar bu faydaları şu şekilde ifade etmektedir:

K1. “Sonuçta şehirde olmayan bir paranın girdisi var. Bundan dolayı istihdam, ulaşım, şehirde olmayan bir paranın bir girdisi var bundan dolayı da ekonomik olarak çok büyük katkısı oluyor. Sosyal olarak insanların başka insanlarla çalışması, genişlemesi, kendi sosyal ağlarını geliştirmesi var. Kültürel anlamda başka kültürlerle çalışma, yani dünyaya açılıyorsunuz... Çevresel faydaları da gelen turistler sayesinde ortalık daha temiz, daha güzel, daha net, bakımlı.”

K2. “Gelir oluşturuyor, Kayseri’nin bilinirliğini artırıyor, istihdam oluşturuyor, kırsalda yaşayan bireylerin alternatif geçim kaynağı oluyor, insanlar için psikolojik aidiyet duygusu kazanmalarına sebep oluyor, mevcut kültürel değerlerin korunmasını ve yaşatılmasını sağlıyor, eserler korunurken veya doğal güzellikler korunurken çevresel olumsuz faktörlerin bertarafına zemin oluşturuyor, özellikle doğa turizminde ve sürdürülebilir büyümeyi sağlıyor.”

K3. “...yemek için şehre iniyorlar, yemeğin dışında alışveriş merkezlerine iniyorlar. Bu şekilde giderse ekonomiye faydası %25, Kayseri ekonomisine faydası... Farklı kültürlerden insanları görmek, onları tanımak, halk içinde ufuk açıyor. Bir şeyin yapılışını farklı bir tarzda gördüğü zaman, taşıdığı bir çanta bile buradaki kızların, okuduğu kitap bile buradaki gençleri etkileyebiliyor. Hatta buraya gelip de turist alışverişte olsun şurada burada olsun farklı bir yaşam şekli sergilediği zaman insanlar diyor ki Avrupalılar bu olaya böyle bakıyor diye, bilinçlenmiş oluyor aslında, bu tarz avantajları oluyor. Erciyes’te özellikle mesela turistlerin geçeceği bölgelerdeki çöpler düzenli olarak Erciyes A.Ş. tarafından kontrol ediliyor, oraların temizliği. Esenyurt’tan Hisarcık’a kadar olan yol sürekli bakım halinde en ufak bir göçme durumu falan göremezsiniz, anında yapılıyor. Yani sürekli bakım yapıyorlar, Hacılar tarafı yine aynı şekilde titizlikle korunmaya çalışılıyor...”

K5. “...Erciyes dağ turizmi geçen yıl Ocak ayı verilerine göre toplam 6 bin turist gelmişti, bu yıl 12 bin Ocak ayında. Yıl bazında bakacak olursak geçen yıl 22 bin turist ziyaret etmişti Erciyes’i bu yıl 50 bin turist gelmesi bekleniyor. Bilhassa kayak turizmi ve yabancı misafir haliyle geldikleri şehirlerde alışveriş imkanları en yüksek olan turizm kitlesi, misafir kitlesi...”

K 8. “Buradaki restaurantlar, AVM’ler olsun, kapalı çarşıdaki esnaf olsun, sucukçu, pastırmacı, küçük esnaf, büyük esnaf hepsine ekonomik anlamda faydası oluyor turizmin. Erciyes Dağımızın kış aylarında, ölü sezonlarda, kış aylarında mesela ekonomiye büyük katkısı var. Oteller, ulaşım araçlarına büyük katkıları var ekonomik anlamda. Kayseri biraz muhafazakar bir kesim, turistlerin gelmesi ile yerli, yabancı turistlerin gelmesi ile biraz daha sosyalleşme anlamında farklılıklar gözle görülür derecede artmakta. Tabi insanların dışarıdan gelen turiste davranışlarındaki değişimler yavaş yavaş olmakta, olumlu katkıları büyük... Gelen turistlere yönelik peyzaj olsun, ağaçlandırma olsun, güzelleştirme olsun, çevre anlamında turizmin olumlu katkısı var.”

K 13. “...yabancıların bu şehri tanımaları, bu şehirde üretilenleri tanımaları, bu şehrin sanayisini de tanımaları sebebiyle buradan başka ekonomik faydaların da oluşmasına aracı olabilirler...”

K14. “Yurtdışından gelen turistlerin konaklama, kiralama, bilet, hatıralık eşya satın alması gelir sağlıyor, sosyo-ekonomik canlılığı artırıyor. Milli ve uluslararası markalaşmayı, bilinirliği artırıyor. Turistlerin turizm merkezlerini kullanma ihtimali artar. Turistler alışılmış sosyal hayatı canlandırma,

sosyal renklilik, kültürler arası etkileşimle nüfusun heterojenleşmesini sağlar. Şehirdeki hizmet üreten otellerin, işletmelerin kalitelerinin artmasını sağlar.”

K16. “Değişik insanları tanımak... Sürekli değişik müşterilerle tanışmak. İnsan ne kadar turist gelirse o kadar da bir yabancı dil öğrenmeyi istiyor... Öğrendiğin yabancı dili biraz daha ilerletmene yardımcı oluyor.”

K17. “Erciyes Dağı’na kışın Rus, Polonyalı turist çok geliyor. Bu yönden kışın biraz olumlu faydaları oluyor, yazın da gelen gurbetçiler sayesinde daha çok iş yapmış oluyoruz. ...Gelen turist sıralı dükkanları geziyor, alışveriş yapıyor. Biz biraz daha yabancı dil öğrenmeye gayret ediyoruz turistler geldikçe...”

K19. “...insanların bakış açısı değişiyor, turistlerle daha fazla kaynaşiyor, daha öncelerinde içine kapanık bir toplum yapısı varken, şimdi dışa dönük bir toplum yapısı var...”

K20. “Önce Kayseri’nin yerel esnafının kalkınması açısından önemli, Kayseri’nin dünyaya açılıp küresel piyasada yer alması açısından önemli, ürün tanıtımlarının artmasıyla ekonomik gelirlerin artışı sağlanıyor. Türk kültürünün dünyaya tanıtılması açısından, bir de kültürel kaynaşma açısından faydalı... İnsanlar doğal değerlere pragmatik baktığı için turist çeken, gelir getiren doğal alanlar bundan dolayı daha çok korunup özen gösterilmektedir. Mesela Kapuzbaşı Şelaleleri yerli ve yabancı turistler gelmeye başlayınca, çevre düzenlemesi yapıldı, yolu yapıldı.”

Turizm Endüstrisinin Kayseri İlinin Gelişmesine Yönelik Katkısı

Katılımcılar genellikle turizm sektörünün Kayseri iline sağladığı sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalara vurgu yaparak turizm faaliyetlerinin Kayseri’nin gelişmesine katkı sağladığını belirtmektedir. Bazı katılımcılar ise bu konuda turizmin etkisinin az olduğunu ifade etmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2. “Erciyes Dağı yabancı turist getiriyor, sayı giderek artıyor, havaalanı doluluk oranları arttığı için Kayseri’ye daha sık seferler yapılıyor. Daha sık sefer yapılması ulaşılabilirlik parametresini iyileştiriyor. Gelirler oteller vasıtasıyla artıyor, bir de çalışanlara genele yayılmış bir şekilde gelir seviyesi sağlıyor.”

K8. “Tabii ki otellerimizin, esnafımızın, kapalı çarşısındaki sucukçudan tutun da işte her türlü esnafın gelir kapısı, artı bir gelir kapısı.”

K10. “Var tabii ki, bacasız sanayi sonuçta turizm, böyle olduğu için de her yıl turist sayımız artıyor ve gelişiyor bu sayede de.”

K12. “Tabii ki, sadece turizm geliri olarak düşünmeyeceksiniz, buraya gelen her turistin getirdiği döviz millî hasıla gideri içinde nasıl ekonomiye faydası var, sadece dağda konaklamıyor, şehre indiği zaman işte Kayseri’nin yöresel ürünlerinden alıyor, onları gönderiyor, bunların hepsi götürüyor, bunların hepsi ekonomiye de aynı zamanda gelen turistin faydası...”

K 13. “Tabii ki var, mesela bir arkadaşımız Ukraynalı, geldi bir akrabası oyuncak üreticisi, bütün dünyaya oyuncak satıyor, Amerika’ya da çok büyük ihracat bağlantısı varmış ama oyuncuğun parçalarından bazılarını üreten, önemli parçalarından bazılarını üreten bir metal üreticisi Çin’de, dolayısıyla parçayı ürettiremiyorlar, çünkü fabrika çalışmıyor. Bunu nerede ürettirebiliriz. Buradan Kayseri’den sanayiden araştırdık, şu anda prototiplerini yapma aşamasına kadar geldiler, Kayseri sanayisinden alacaklar. Bu nasıl oldu? Sürekli buraya kayak için gelip giden bir turistten hiç ilgisi olmayan bir metal üreticisine iş çıktı...”

K 14. “...Erciyes Turizm Master Planı’ndan sonra tüm dünyadan Kayseri’ye yerli ve yabancı turist gelmeye başladı, bunun yanı sıra restaurantlarda, otellerde hizmet almaları, Kayseri’yi gezmeleri şehre turizm hareketliliği getirdi. Turistler yurtdışında Kayseri’nin PR ve reklamını yaptılar. Avrupa Kupaları ve Dünya Kupaları gibi organizasyonların düzenlenmesi de ekonomiye ciddi katkı sağladı.”

Bazı katılımcılar da turizm sektörünün Kayseri ilinin gelişmesine yönelik katkılarının az olduğunu ifade ederek bu katkıyı artırmak için yatırımların ve çeşitli uygulamaların yapılmasının gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K3. “Şu an için çok cüzi, çünkü Kapadokya bölgesine gitmek için Kayseri’ye uğruyorlar, sadece turistler, normal mevsimlerde burası geçiş yeri havaalanı burada diye buraya iniyorlar, buradan da geri dönüyorlar. Fakat onun dışında Kayseri’ye gelen turist kayak yapmaya geliyor. Kayakçılar geliyor, onun da Kayseri ekonomisine katkısı %25 ile sınırlı kalıyor. Bizim burada Kapadokya gibi günlerce kalıp vakitlerini geçirebilecek ortamları yok şu an maalesef...”

K9. “Şu anda çok yok, ama gerekli altyapılar hazırlanıyor, mesela Erciyes’te ciddi anlamda turist potansiyeli var, geliyor, ama tesisler şu anda talebi karşılayacak yoğunlukta değil, bu tesisler arttığında.”

Turizm Sektörünün Gelişimi İle Kayseri’nin Bölgesel Gelişimi Arasındaki İlişki

Katılımcılar çoğunlukla Kayseri’de turizm altyapısının gelişmemiş olması, rekabet avantajı sağlayamama, tanıtım ve pazarlama eksikliği ve turizmin bölgede yeni gelişmeye başlaması gibi nedenlerden dolayı turizm sektörünün gelişimi ile Kayseri’nin bölgesel gelişimi arasındaki ilişkinin tam anlamıyla paralel olmadığını belirtmektedir. Bazı katılımcılar ise yatırımların artırıldığında ve gerekli çalışmalar yapıldığında bu ilişkinin paralel bir şekilde ilerleyeceğini ifade etmektedir. Bu konuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Bu şu anda tam olarak paralel gitmiyor. Biz şu anda sektörün gerisindeyiz. En büyük sıkıntı altyapı, turizm altyapısı, mesela biz çay bardağını bile Antalya’dan getirmek zorunda kalıyoruz, teknik açıdan ani bir şey istediğimizde bazen bulamadığımız oluyor, İstanbul’u beklediğimiz oluyor veya işte yurtdışını”

K4. “Turizm lokomotif bir sektör, Erciyes Kayak Merkezi’nden yine örnek verelim, orada kayak yapılabilir olması, doğal imkanların olması, oraya birçok otel, günübirlik tesis, alışveriş yerleri açıldı, şehrin içinde otel sayısı artırıldı...”

K6. "Erciyes'in geliştirilmesi, güzelleştirilmesi Kayseri'ye daha fazla etnik köken, farklı milliyetlerden insanların gelmesini sağladı, bu da Kayseri'nin merkezi olarak olsun, insanların oraya talebin arttığını gördükçe oraya yönelik farklı faaliyetlerde bulunmaya başladı. Kayseri'nin turizm anlamında gelişmesi bölgenin de hem gelişmesine hem de Kayseri'nin daha fazla gelişmesine etki sağlıyor."

K19. "Aslında birbirine paralel diyebiliriz, çünkü turizm geliştikçe Kayseri'deki hayatta değişiyor. Değişimler ekonomik olarak sadece turizmden değil, ama ekonomi haricindeki değişimler elbette turizmden etkileniyor, çünkü Kayseri sanayi şehri..."

K20. "Bence doğrudan ilişkilidir, ülke ve bölge turizmi ne kadar gelişirse, Kayseri de yaptığı turizm çalışmaları ve yatırımları nispetinde bundan payını alacaktır."

Turizm Faaliyetlerinin Kayseri İlinin Kalkınmasına Yönelik Sağladığı Faydanın Ölçüsü

Bazı katılımcılar turizm faaliyetlerinin doğrudan ve dolaylı faydalarına atıf yaparak turizm sektörünün Kayseri ilinin kalkınmasında büyük bir etkisinin olduğunu belirtirken, bazı katılımcılar da turizmin henüz yeni gelişiyor olmasından ve şehrin turizm potansiyelinin tam olarak kullanılmamasından dolayı bu etkinin sınırlı veya az olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. "...Kayseri'de toplamda 66 tane otel var. Bu 66 otelin, turizmin 59 sektöre direkt ve endirekt katkısı var. Burada yemek verdiğimiz için malzeme alıyoruz, pastırma alıyoruz, sucuk alıyoruz, peynir alıyoruz bu direkt olan, endirekt olan da bunun taşınmasını yapan adam..."

K2. "Büyük ölçüde gerekli, çünkü Kayseri ekonomisi büyük ölçüde sanayiye bağlı, tarım neredeyse yok gibi, sanayiye alternatif oluşturmak açısından turizm muhakkak kullanılmalı."

K3. "Çok büyük bir ölçüde faydalı olduğunu düşünmüyorum ben, yani orta, orta seviyede, yani kalkınmayı değiştirecek kadar bir turizm potansiyelimiz yok yani, ama ekonomiye ufak ta olsa bir katkısı olacak turizm potansiyelimiz var."

K4. "En az diğer sektörler kadar faydalı, bir sürü insan istihdam ediyor, katma değer üretiyor, buradaki diğer sektörleri tetikliyor, çalıştırıyor..."

K6. "Turizm Kayseri'nin kalkınma faaliyetlerini genel olarak düşündüğümüz zaman %5'lik bir dilimi herhalde oluşturuyor diye tahmin ediyorum, %5, %10 gibi bir dilimi oluşturuyor diye düşünüyorum, daha fazla olduğunu düşünmüyorum. Turizm alanında çok fazla şirket var, ama küçük bünyeli şirket, çalışan sayısı çok az..."

K8. "Bence turizm büyük bir gelir kaynağı, bacasız sanayi olduğundan dolayı büyük ölçüde katkısı var turizmin."

K9. "Kalkınmaya şu anda çok büyük bir katkısı yok, ağırlıklı olarak kış turizmi olduğu için insanların çoğu, zamanlarını Erciyes'te geçirdikleri için çok fazla şey yok. Kapadokya'ya gelen turistler de maalesef Kayseri'de havaalanını kullanıyorlar, doğru Kapadokya'ya gidiyorlar şehirde tutulamıyor."

Şu anda düşündüğümüz etkisi yok, ama şehirde şu anda ciddi altyapı çalışmaları var ilerleyen süreçlerde 4-5 sene sonra meyvelerini toplayacağımıza inanıyorum.”

K11. “Çok büyük ölçüde faydalıdır. Ancak gördüğümüz kadarıyla Kayseri turizmde hak ettiği yerde değildir, alması gereken payı alamamaktadır...”

K13. “Büyük ölçüde faydalı, turizm %95’den fazla ithalata ihtiyacı olmayan veya yurtdışına para çıkışı olmayan bir sektör. %5’lik bir çıkışı var acente komisyonu, zincir otellere ödenen paralar gibi %5 ile %10 arasında, ama %90 para içeride kalıyor. Kayseri’de toplamda 250 milyon dolarlık otel yatırımı var, 66 tane otel var Kayseri’de, irili ufaklı bunlar 250 milyon dolarlık bir yatırım toplamında.”

K14. “Sadece Erciyes’e kalırsa sınırlı gelişme olur... Tarihi, kültürel, dini motifleri geliştirebilirsek, Erdemli Vadisi gibi... doğal güzellikleri geliştirebilirsek daha büyük ölçüde katkısı olur. Şu an önemli bir etki oluşturmuyor.”

Turizm Sektörünün Kayseri İlinde Yoksulluk ve Gelir Eşitsizliği, İstihdam, Yaşam Kalitesi ve Yaşam Standardı İle Altyapı ve Üstyapı Üzerindeki Etkisi

Yoksulluk ve Gelir Eşitsizliği

Katılımcılar genellikle turizm sektörünün bölgede yeni gelişmesi, mevsimsellik ve yerel halkın ve esnafın turizm sektörüne tam olarak adapte olamaması gibi nedenlerden dolayı turizm sektörünün Kayseri’de yoksulluk ve gelir eşitsizliğini azaltmadığını, ancak buna olumlu yönde katkı sağladığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise turizm sektörünün istihdam ve gelir sağladığını belirterek bölgede yoksulluk ve gelir eşitsizliğini azalttığını ifade etmektedir. Bu bağlamda katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

K1. “Tabii, bu da şuradan, istihdamdan yola çıkabiliriz, bu istihdam direkt olarak çalıştırdığımız personel, endirekt olarak ihtiyacımız olan ürünlerin üretimi ile gelir eşitsizliğini ve yoksulluğu azalttığını düşünüyorum.”

K2. “Aslında düşünmüyorum, turizmin en bariz gözüktüğü yer kış turizmi, otellerde var, oteller de 12 aya yayılmadığı için istihdam, sürekli istihdam kış dönemi için belirli kalıcılık oluşturuyor. Bu da istenilen istihdam seviyesine Nevşehir gibi, Antalya gibi veya Ege’deki bölgeler gibi ulaşmasını engelliyor. Kısmen sağlıyor...”

K13. “Tabii ki, insanlara bir kere iş imkanı sağlamaktadır turizm, gelir adaletsizliğini büyük ölçüde engellemektedir. Turizm sektöründe size bir, iş sağlanır, iki, güzel paralar vardır, komisyon, tip, bahşiş gibi olaylar da turizmin gelişmesi ile birlikte gelişmektedir.”

K18. “Turizmin katkısı ekonomiye fayda sağladığı müddetçe tabii ki.”

K19. “Azaltabilir, ama şu an için azaltıyor demek mümkün değil, çünkü bunun olması için uzun süredir çok fazla sayıda insan istihdam edilip ona göre gelirlerini artırması lazım, şu an için sadece olumlu etkisi vardır diyebilirim.”

K20. "Kayseri için bence azaltmıyor, çünkü yerel halk veya esnaflar bu konuda yeterli bilgiye ve çalışmaya sahip değil, büyük otellerin ve işletmelerin turistleri daha çok çekmesi, yerel halkın ve esnafın bu konuda fazla bir çalışma içerisinde olmaması arayış açıyor."

İstihdam

Katılımcıların tamamı turizm sektörünün Kayseri ilinde istihdam fırsatları yarattığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise bu konuda turizmin daha fazla istihdam sağlaması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. "Fazlasıyla, direkt ve endirekt olarak."

K2. "İstihdam sağlıyor, ama yeterli değil."

K4. "Tabii ki, en basiti benim lokantamda 70 kişi istihdam ediyoruz."

K5. "Vasıflı ve vasıfsız birçok kişiyi istihdam ediyor, turizm sektörü nihayetinde personelle ve insan gücüyle işleyen bir sektör."

K11. "Çok büyük katkıda bulunmaktadır. Örnek verecek olursak burada şu anda en yoğun şekilde turizm sezonu kış ayları, kayak turizmi vardır. Kayak turizmi olduğu zaman oteller full olduğu için müthiş bir istihdam yaratmaktadır. Turizm faaliyetleri yaz aylarında daha yavaş olduğu için ona göre azalmaktadır. Turizmin ilk zinciri olan otellerde, daha sonra zincir olan tedarikçiler en azından müthiş bir istihdam yaratmaktadır."

Yaşam Kalitesi ve Yaşam Standardı

Araştırmada katılımcılar Kayseri'de turizm sektörünün gelişmesinin istihdam ve gelir fırsatlarını artırma, yatırımları artırma, altyapı ve üstyapıyı geliştirme ve sosyal fırsatları artırma gibi faydalar sağladığını, bu faydaların da bölgede yaşam kalitesi ve yaşam standardını artırdığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise bu faydaların kısmi olduğunu belirtmektedir. Bu durum daha önce belirtildiği üzere, turizm sektörünün Kayseri'de yeni gelişmeye başlamasından kaynaklanabilir. Bu doğrultuda katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

K1. "Ekonomik olarak onlara istihdam ve gelir sağladığı için yaşam kalite ve standartlarını yükseltiyor, bir de turizmde gelen misafirlerin güzel ve iyi restaurant gibi şeyler ayarladığı için sosyal hayatlarına da yardımcı oluyor."

K4. "Turizme hizmet için yapılan her türlü altyapı, üstyapı, otel, restaurant, kafe, onlar turizme hizmet ederken yerel halka da hizmet ediyor."

K8. "...Mesela Develi yolunda Erciyes'ten giderken Erciyes yolunun düzelmesi Develi halkının da o yoldan faydalanması da tabii ki yaşam standardını da artırmakta."

K9. "Şu anda çok bir şey fark ettirmiyor, ama ilerleyen dönemlerde bu özellikle yaptığımız çalışmalar sonucunda bunun yükseleceği kanaatindeyiz."

K19. “Bence olumlu yönde, üst düzeyde fayda da bulunuyor. Mesela Erciyes Dağı’na eskiden insanlar turistik amaçlı değil de münferit gezme amaçlı giderlerken, çok fazla bir tesis yokken turizm anlamında çeşitli atılımlarla beraber artık Erciyes daha böyle modern imkanlara sahip oldu ve bundan buradaki vatandaşlar da faydalanıyor.”

Altyapı ve Üstyapı

Katılımcılar çoğunlukla turizm sektörünün Kayseri’de gelişmesinin altyapı ve üstyapı gelişimini teşvik ettiği ve geliştirdiğini ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise devlet politikaları, prosedürler veya diğer nedenlerden dolayı turizm sektörünün Kayseri’nin altyapısını geliştirmedeğini belirtmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K3. “Çok fazla katkısı var, yollar ilk etapta, alışveriş mekanları, havaalanından otellere veya şehir merkezine kadar geçen yol güzergahı üzerindeki tüm görünüm, bina dış cepheleri, bunların hepsi belediye tarafından düzenleniyor.”

K4. “Tabii ki, mesela Mimar Sinan’ın köyü Ağırnas’a yol daha güzelleştirildi, Erciyes’in yolu güzelleştirildi, Kültepe Kaniş’e ulaşım kolaylaştırıldı, karşılıklı arz talep dengesinde gelişme oluyor.”

K5. “Belediyeler ve hükümet imkanları turizmin sıhhatli gelişebilmesi açısından haliyle yollar, köprüler, altyapı, teknik imkanlar, fiber altyapı, artı wifi altyapısı, tesislerin kolay ulaşılabilir, rahat otopark imkanları açısından ulaşılabilir ve çözümlenebilir birtakım gelişmeler yapıyorlar, şehrin altyapısını geliştirmek için ellerinden geleni yapıyorlar, bu da ağırlıklı turist açısından düşünülen tedbirler çerçevesinde gerçekleşiyor, yollardaki yönlendirme levhaları, ışıklı tabelalar, bunların hepsi turizmde düşünülerek yapılan imkanlar...”

K9. “Kayseri’de turizmin altyapı çalışmalarına yönelik çok katkısı yok, zaten altyapısıyla ilgili çok sıkıntısı olan bir şehir değil, ondan dolayı altyapı turizme dayalı gelişmiyor.”

K11. “Sultan Sazlığı eğer turizm olmamış olsaydı orası bence mahvolurdu, çöplük olurdu, yok olurdu, kururdu, bir şeyler olurdu, ama turizm olduğu için köprüler yapıldı, şu yapıldı, bu yapıldı. Ağırnas Mimar Sinan’ın evi mesela şu an gezmeye açıyoruz, eski Kayseri evlerini restore ediyoruz, niye? Bunlar turizmin geliştirilmesi için.”

K13. “Altyapı ve üstyapısı Kayseri’nin zaten, aslında birçok Türkiye şehrinde iyi, turizm aslında Türkiye’deki hiçbir yerdeki belediyeciliği alt ve üstyapıyı geliştirmiyor. Çünkü devlet belediyelere bütçe verirken o bölgedeki kayıtlı olan, ikamet eden kişi sayısına göre para veriyor. Türkiye’de bu bakış açısı sorunu var. Dört tane uçak bir araya geldiği zaman bırakın oturmayı nefes alacak, ayakta duracak yer yok havalimanında, Kayseri havalimanı kaldırmıyor. Çünkü yaparken Kayseri 1 milyon 200 bin kişilik Kayseri’ye kaç kişi İstanbul’a gidip gelebilir iş için onu hesaplayıp yapmışlar. On binlerce turist hesaplanmamış... Üstyapıyı değiştirmeye etkisi var, böyle havalimanlarını değiştirerek, restaurantları, otelleri değiştirerek, şehrin genel yapısını değiştirerek turizm bir etki sağlıyor, ama altyapı Türkiye’deki olan kanuni eksiklikler, prosedür eksiklikleri sebebiyle yapılmıyor.”

K15. "Sadece bulunduğu yer ile çevresinin daha düzgün, daha ulaşılabilir, daha görsel açıdan güzel olması için yapılan tesisler çevresine de önem veriyor..."

Turizm Faaliyetlerinin Kayseri'ye Yönelik Olumsuz Etkilerinin Olup Olmadığına Yönelik Katılımcı Görüşleri ve Gelecekte Oluşabilecek Olumsuz Etkilere Yönelik Algılar

Katılımcılar genellikle turizm sektörünün Kayseri'de yeni gelişmeye başlaması, gelen turistlerin bilinçli olması ve turistlerin bölgede kısa süreli konaklaması gibi faktörlere dikkat çekerek turizm faaliyetlerinin Kayseri'de olumsuz bir etki ortaya çıkarmadığını ifade etmektedir. Sadece iki katılımcı "transfer hizmetini sağlayan araçların egzoz gazları" ve "alışverişte kazıklama" (fiyat konusunda aldatma) gibi olumsuz etkiler ortaya çıkardığını belirtmektedir. Katılımcıların endişe duyduğu gelecekte oluşabilecek muhtemel olumsuz etkiler ise alkol tüketiminin yaygınlaşması, kültür yozlaşması, kapkaç, gasp, hırsızlık ve yabancı düşmanlığı olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. "Şu anda yok, daha somut bir turizm faaliyeti yok, şu anda gelişmekte olan bir turizm var Kayseri'de."

K5. "...en kötü korktuğum münferit kapkaç olayları, şehrimizde hiç görülmez diyebilirim, hırsızlık olayları, kötü bir muamele, gasp gibi veya bir esnafın kötü bir muamelesi ile karşılaşmaları gibi bir durum endişesini taşıyım, ancak böyle bir şey hiç duymadım... alkol bilinci ile oluşabilecek olumsuz durumlara karşı endişeliyim, bunu da şehrimizin gayet güzel idare ettiğini ve bir olumsuzluk yaşanmayacağını düşünüyorum."

K7. "Transferi sağlayan araçların egzozlarının dumanları, şehre yeterince sıkıntıları oluyor."

K13. "...Kayseri'de yeni yeni görülmeye başlandı daha turist gelmeden turist kazıklama, birkaç tane polislik olay oldu, ahlaki problemler."

K14. "Kültürel ve mahalli birikimin yozlaşması, globallik arttıkça bazı değerlerin erozyonuna neden olabilir..."

K16. "Yok, çünkü gelen insanların %85-%90'ı bilinçli insan, tatile gelen insanların gelir seviyesi yüksek insanlar..."

K19. "Şimdiye kadar bence yok, gelen insanlar çok fazla uzun süre de kalmıyorlar, kısa süreli gelip gidiyorlar."

Sonuç ve Öneriler

Kayseri ilindeki turizm faaliyetleri ve turizm potansiyeli genel olarak değerlendirildiğinde, turizm türlerinin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğu ve kentin önemli bir turizm potansiyelinin bulunduğu ifade edilebilir. Ancak mevcut turizm potansiyelinin etkili, verimli ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması ve farklı turizm türlerinin birbirine entegre edilerek paket tur şeklinde tanıtım ve pazarlamasının yapılması durumunda, turizm faaliyetlerinin Kayseri'de tüm yıla yayılabileceği diğer bir ifade ile mevsimsellik sorununun da ortadan kalkabileceği ve kentin daha fazla turist çekme

imkanlarının ortaya çıkabileceği söylenebilir. Böylece turistlerin daha fazla turizm faaliyetine katılarak konaklama süresini uzatabileceği, sonuç olarak turist harcamalarının artacağı veya daha fazla turizm geliri elde edileceği ifade edilebilir.

Araştırmanın sonucunda Kayseri ilinde gelişmeye başlayan turizm faaliyetlerinin birtakım olumlu sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalar ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Bu faydalar; (1) sosyo-ekonomik faydalar; şehre dışarıdan para girişi sağlaması, istihdam ve gelir fırsatları oluşturması, diğer sektörleri canlandırması, yatırımları artırması, döviz girdisi sağlaması, satışları artırması, alternatif bir sektör görevi üstlenmesi ve şehrin uluslararası pazarlara yönelik daha fazla faaliyet göstermesi olarak sıralanmaktadır, (2) sosyo-kültürel faydalar; Kayseri'nin bilinirliği, markalaşma ve tanıtımını artırması, şehrin imajına ve şehrin değerlerinin (yöresel ürünler, tarihi ve kültürel değerler vb.) tanıtılmasına yönelik pozitif katkılar sağlaması, insanların ufkunu genişletmesi, toplumun dışı dönük (sosyal ilişkileri güçlü) bir yapıya dönüşmesini ve insanların sosyal ağlarını (networkleri) geliştirmesine katkıda bulunması, sosyalleşme, kültürel kaynaşma ve kültürel etkileşimi sağlaması, insanlara aidiyet duygusu ve yeni veya farklı bir bakış açısı kazandırması, tarihi ve kültürel değerlerin korunmasını sağlaması, insanların bilinçlenmesine katkıda bulunması, sosyal çeşitlilik oluşturması, yabancı dil öğrenimini teşvik etmesi ve şehirde bulunan turizmle ilgili tüm unsurların veya süreçlerin (işletme, ürün veya hizmet vb.) kalitesinin artırılmasını teşvik etmesi olarak sıralanmakta ve (3) çevresel faydalar ise çevrenin temiz ve bakımlı tutulmasını teşvik etmesi, doğanın korunmasını sağlaması, çevre düzenlemesini ve altyapı ve üstyapı gelişimini teşvik etmesi olarak sıralanmaktadır. Bu bulgular, Andrew (1997), Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002), Belisle ve Hoy (1980), Durgun (2006), Haley vd. (2005), Homlong ve Springler (2016), Jingyi ve Chung-Shing (2018), Jones ve Munday (2001), Li (2005), Mescon ve Vozikis (1985), Milman ve Pizam (1988), Oladottir (1992), Ribeiro vd. (2017), Susan (2016), Young (1976) tarafından yapılan çalışmaların bulguları ile tutarlılık göstermektedir.

Turizm sektörünün Kayseri'de henüz yeni gelişmeye başlamış olması, gelen ziyaretçilerin bilinçli olması ve bölgede kısa süreli konaklaması gibi nedenlerden dolayı turizm faaliyetlerinin genellikle Kayseri'de olumsuz bir etki ortaya çıkarmadığı, ancak istisnai olarak transfer hizmetini sağlayan araçların egzoz gazları ve alışverişte "kazıklama" (fiyat konusunda aldatma) gibi olumsuz etkiler ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Endişe duyulan gelecekte oluşabilecek muhtemel olumsuz etkiler ise alkol tüketiminin artması, kültür yozlaşması, kapkaç, gasp, hırsızlık ve yabancı düşmanlığı olarak ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, Belisle ve Hoy (1980), Doxey (1975), Faulkner ve Tideswell (1997), King vd. (1993) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu bulguya dayanarak özellikle Kayseri'de turizm sektörünün geliştirilmesi sürecinde sürdürülebilirlik politikalarının oluşturulması ve yerel halkın eğitilmesi veya turizm konusunda bilinçlendirilmesinin gerektiği ifade edilmelidir.

Diğer yandan turizm sektörünün sağladığı faydaların Kayseri ilinin gelişmesine büyük ölçüde olmasa da katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu katkının küçük ölçüde veya kısmi olmasının nedenleri ise (1) turizm sektörünün bölgede yeni gelişiyor olması, (2) yatırımların yetersiz olması, (3) şehrin turizm potansiyelinin tam olarak kullanılmaması, (4) yerel halkın turizm kültürü ve bilincine sahip olmaması, (5) turizm altyapısının yetersiz olması, (6) rekabet avantajı sağlayamama, (7) tanıtım ve pazarlama eksikliği, (8) mevsimsellik, (9) yerel halkın ve esnafın turizm sektörüne tam anlamıyla adapte olamaması olarak ortaya çıkmaktadır. Bu eksikliklerin ortadan kaldırılması durumunda turizm sektörünün gelişmesi ile Kayseri'nin bölgesel gelişimi arasındaki ilişkinin paralel bir şekilde ilerleyeceği, diğer bir ifade ile turizm

sektörünün ilin kalkınmasına yönelik bir ivme kazandıracağı söylenebilir. Bu sonuç, Brenner ve Aguilar (2002), Durgun (2006), Homlong ve Springler (2016), İzgi (2007), Kızıldemir (2017), Ncube (2013), Sağlık (2011), Susan (2016), Şeker (2011) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu bulgulara dayanarak Kayseri ilinin turizm potansiyelinin kalkınmada destekleyici bir güç olabileceği, ancak bunun için yukarıda ifade edilen sorunların ortadan kaldırılmasının gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Uygulamacılara ve karar alıcılara ile politika belirleyicilere yönelik öneriler aşağıda belirtilmektedir:

- Kayseri'nin çekicilikleri yurt dışındaki havalimanlarında tanıtılabilir.
- Kentin çekicilikleri film, şarkı, reklam, sosyal medya, rehber vb. görsel-işitsel ve yazılı araçlar ile turistlere sunulabilir. (Örneğin Kapadokya'nın ismi Çince bir şarkıda geçiyor, Kayseri veya Erciyes isminden de bir şarkıda söz edilebilir).
- Kent artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojisi ile tanıtılabilir.
- Kapuzbaşı Şelaleleri, Erciyes Dağı, Sultan Sazlığı, Soğanlı Vadisi vb. çekicilikler doğa turizmi kapsamında tanıtılabilir ve bu alanlarda düzenli olarak etkinlikler organize edilebilir. Ayrıca Kapadokya destinasyonu ile entegre edilebilir.
- Kentin gastronomik değerleri (pastırma, sucuk, mantı vb.) ile ilgili festivaller yapılabilir.
- Tüm turizm sektörü paydaşları ile işbirliği ve koordinasyon içerisinde yönetilen bir destinasyon yönetim örgütü, diğer bir ifade ile "Entegre Destinasyon Yönetim Örgütü" oluşturulabilir.
- Turizm konusunda veya turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak çeşitli yatırımlar yapılabilir. (Örneğin uluslararası mutfaklardan yiyecek-içecek sunan işletmeler, eğlence merkezleri, butik otel vb. açılabilir).
- 12 aya yayılmış bir şekilde sürekli olarak uluslararası nitelikte etkinlikler organize edilebilir, böylece mevsimsellik sorunu önlenir. (Örneğin Erciyes Dağı'nda yaz sezonunda daha fazla uluslararası etkinlik düzenlenebilir veya Sultan Sazlığı gibi alanlarda festival, fotoğrafçılık, kuş gözlemciliği vb. uluslararası etkinlikler organize edilebilir).
- Teknoloji ve inovasyona odaklanılarak destinasyonun farklılaşması ve rekabet gücü kazanması sağlanabilir.

Bu çalışmanın gelecekte Kayseri ilinde veya diğer örneklerde yapılacak nitel ve nicel araştırmalara bir kaynak teşkil edebileceği ve bu çerçevede literatüre katkı sağlayacağı söylenebilir. Bu çalışma örneklem olarak seçilen Kayseri ilindeki 20 turizm sektörü paydaşından elde edilen verilerle sınırlıdır. Ancak daha büyük evren ve örneklem seçimleri ile farklı uygulamalar gerçekleştirilebilir ve ortaya çıkan sonuçların karşılaştırılması ile literatüre daha farklı şekilde katkılar sağlanabilir. Diğer taraftan nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen bu çalışmaya alternatif olarak Kayseri ilinde bu kapsamda nicel çalışmaların da yapılması önerilebilir.



KAYNAKÇA

Aguirre, J., Mateu, P., & Pantoja, C. (2019). Granting airport concessions for regional development: Evidence from Peru. *Transport Policy*, 74, 138-152.

- Akdemir, N. (2018). *Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımı ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Andrew, B. P. (1997). Tourism and the economic development of Cornwall. *Annals of Tourism Research*, 24 (3), 721-735.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34 (7), 877-884.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7 (1), 83-101.
- Bertaux, D. (1981). From the life-history approach to the transformation of sociological practice. In Daniel Bertaux (Ed.), *Biography and society: The life history approach in the social sciences* (pp.29-45), London: Sage.
- Boonpat, S. N. (2010). *Tourism and local development: The case of Chiang Saen, Chiangrai, Thailand*. Newcastle University. University of Newcastle upon Tyne. Dissertation Thesis (Ph. D.). United Kingdom.
- Brenner, L., & Aguilar, A. G. (2002). Luxury tourism and regional economic development in Mexico. *The Professional Geographer*, 54 (4), 500-520.
- Brink, H. I. L. (1993). Validity and reliability in qualitative research. *Curationis*, 16 (2), 35-38.
- Cabuk, S. (2012). A reading of Kayseri from the eyes of Evliya Celebi. *BELLETTEN*, 76, 817-849.
- Cihangir, İ. S. (2016). *Termal turizm potansiyelinin bölgesel kalkınmada ekonomik rolü: Iğın Termal Tesislerinde bir uygulama*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J.W. (1997). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Denzin, N. K., & Lincoln Y. S. (2005). *The SAGE handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dinçer, E. (2018). *Bölgesel kalkınmada termal turizm: Eskişehir iline yönelik bir inceleme*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doxey, G. V. (1976). When enough's enough: The natives are restless in Old Niagara. *Heritage Canada*, 2 (2), 26-28.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: Isparta örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (1), 3-28.
- Fayed, H. A. E. K. S. (2002). *The impacts of gats: A case study of tourism development in Egypt*. Bournemouth University. Dissertation Thesis (Ph. D.).

- Garcia-Lopez, A. M., Campoy-Munoz, M. D. P., Cardenete-Flores, M. A., & Marchena-Gomez, M. J. (2018). The Andalusian tourism sector during the economic crisis and its impact on regional development. *Revista de Estudios Andaluces*, 36, 72-97.
- Geetha, S. (2015). *Role of tourism in economic development of Kanyakumari district*. Manonmaniam Sundaranar University. Dissertation Thesis (Ph. D.). Tirunelveli. India.
- Gözüela, H. (2018). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: MEVKA örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Guisan, M. C., & Aguayo, E. (2001). Employment and regional development in France. *Applied Econometrics and International Development*, AEEADE, 1 (1), 63-92.
- Gutierrez, A. L. M. (2015). *Tourism and economic growth: casuality, persistence and asymmetry*. University of Huelva. Department of Economics. Dissertation Thesis (Ph. D.). Huelva. Spain.
- Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32 (3), 647-668.
- Heng, T. M., & Low, L. (1990). Economic impact of tourism in Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17, 246-269.
- Homlong, N., & Springler, E. (2016). Impact of tourism for regional development: an alternative socio-economic model for Cambodia. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sust. Development*, 12 (2/3), 239-253.
- Irvin, K. (2006). *Volunteer tourism and development: An impact assessment of volunteer tourists from two organisations in Cape Town*. University of Cape Town. Graduate School of Humanities. Master Thesis.
- Ivanov, S. & Webster, C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13 (3), 379-388.
- İzgi, M. T. (2007). *Osmaniye ilinin turizm potansiyelinin bölgesel kalkınma politikaları açısından değerlendirilmesi ve sürdürülebilir turizmin gelişimi için bir model önerisi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jingyi, L., & Chung-Shing, C. (2018). Local cultural vicissitudes in regional tourism development: A case of Zhuhai. *Tourism Management Perspectives*, 25, 80-92.
- Jones, C., & Munday, M. (2001). Blaenavon and United Nations World Heritage Site Status: Is conservation of industrial heritage a road to local economic development?. *Regional Studies*, 35 (6), 585-590.
- Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2020, Ocak 1). Kayseri. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-182985/anasayfa.html>.
- Kızıldemir, Ö., & Saruışık, M. (2018). Turist harcamalarının bölgesel kalkınmaya ekonomik etkileri: Adana örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2), 128-142.
- King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20, 650-665.

- Lemos, A. (2017). *Measuring the economic value and social impact of crocodile tourism in Tarcoles, Costa Rica*. Florida International University. Master Thesis. Florida. USA.
- Letitia, A. M. (2012). Features of the regional development and decentralization in Romania. A Comparative analysis of the regions of Romania. "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series, 12 (1), 304-309.
- Li, L. (2005). *The Role of tourism in regional development: A case study of Yunnan China*. The Scottish Hotel School University of Strathclyde. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New directions for evaluation*, 30, 73-84.
- Lukic, D., Petrovic, M. D., & Vukovic, D. B. (2018). Potential of geotourism for regional development: the case of "Iron Gates" park in Serbia. *R-Economy*, 4 (4), 158-166.
- Makawa, R. N. (2010). *Tourism integration in Southern Africa*. The University of Birmingham. Centre for Urban and Regional Studies. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Mayer, M., Müller, M., Woltering, M., Arnegger, J., & Job, H. (2010). The economic impact of tourism in six German national parks. *Landscape and Urban Planning*, 97, 73-82.
- Mescon, T. S., & Vozikis, G. S. (1985). The economic impact of tourism at the Port of Miami. *Annals of Tourism Research*, 12, 515-528.
- Milman, A. & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15, 191-204.
- Motumi, K. K. (2013). *Challenges faced by umgungundlovu district municipality in the implementation of tourism to enhance local economic development*. Nelson Mandela Metropolitan University. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Ncube, S. S. (2013). *Examining the role of community based tourism as a local economic development tool: The case of the inanda heritage route*. University of Kwa-Zulu Natal. School of Architecture, Town Planning and Housing. Master Thesis.
- Oladottir, O. (1992). *The economic impact of international tourism in Iceland*. McGill University. Department of Geography. Master Thesis. Montreal.
- Ospina, S. (2004). Qualitative research. In: G. R. Goethals, G. J. Sorenson., & J. MacGregor Burns (Eds.), *Encyclopedia of leadership* (pp. 1279-1284). London: Sage.
- Öztürk, M. (2014). *Coğrafya eğitiminde araştırma*, Ankara: Pegem Akademi.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ribeiro, L. C. D. S., Da Silva, E. O. V., Andrade, J. R. D. L., & De Souza, K. B. (2017). Tourism and regional development in the Brazilian Northeast. *Tourism Economics*, 23 (3), 717-727.
- Rogerson, C. M. (2015). Tourism and regional development: The case of South Africa's distressed areas. *Development Southern Africa*, 32 (3), 277-291.
- Sağlık, E. (2011). *Turizm işletmelerinin bölge ekonomisindeki yeri ve rolünün belirlenmesi: Erzurum ölçeğinde bir araştırma*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for information*, 22 (2), 63-75.
- Silverman, D. (2000). *Doing qualitative research: A practical handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Susan, F. (2016). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü ve Balıkesir Örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şamata, N. (2016). *Kongre turizmi bağlamında butik otellerin ekonomik kalkınmaya etkisi: Safranbolu örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şeker, H. (2011). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü ve Amasya örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2006). *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tetsu, K. (2006). Tourism promotion and regional development in low-income developing countries. *The Pakistan Development Review*, 45 (3), 417-424.
- Tisdell, C., & Bandara, R. (2004). Tourism as a contributor to development in Sri Lanka: An overview and a case study. *Economics, Ecology and the Environment, The University of Queensland, Working Paper No. 94, ISSN 1327-8231*.
- Tunçbilekli, P. (2006). *Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi: Nevşehir örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tveter, E. (2017). The effect of airports on regional development: Evidence from the construction of regional airports in Norway. *Research in Transportation Economics*, 1-9.
- United Nations World Tourism Organization (2016). *UNWTO Annual report 2016*. UNWTO.
- Williams, G. (2016). Economic impacts from development of the Coastal Town in Queensland on tourism and regional economy. *Resources*, 5 (48), 1-16.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*, New York: The Guilford Press.

Etik Kurul İzni/Raporu

Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından 28/07/2020 tarihli ve 108 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.



TÜRKİYE VE İNGİLTERE'DE KORUYUCU AİLE SİSTEMİNİN KARŞILAŞTIRMASI*

 Lale İZCİ^a

Öz

Toplumların hızlı değişimleri, sanayi ve teknolojiadaki hızlı ilerlemeler, köyden kente göç, suç olgusunun daha görünür olması toplumun hemen her kurumda olumlu ve olumsuz etkilenmelerini de beraberinde getirmiştir. Yapılan araştırmalar toplumda yaşanan hızlı değişikliklerin toplumsal ilişkilerde ve aile ilişkilerinde çözülmeyi de beraberinde getirdiğini ortaya koymaktadır. Aile kurumunda meydana gelen çözümler; çocukların sevgi, özgüven, saygı ve bağlanma gibi duygularından yoksun yetişmelerine, psiko-sosyal açıdan gelişim dönemlerini sağlıklı tamamlayamadan büyümelerine ve benlikleri örşelenmiş bireyler olarak topluma katılmalarına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra azımsanmayacak sayıda çocuk, dünyaya geldikleri aile ortamında biyolojik, sosyolojik ve psikolojik gelişimlerini sağlıklı sürdürmeleri mümkün olmadığından, yetkili organlar tarafından gelişimlerini daha sağlıklı tamamlayabilecekleri kurumlarda korunma ve bakım altına alınmaktadırlar. Çocuk koruma alanında ülkelerin modern anlamda tercih ettikleri hizmet modeli ise günümüzde koruyucu aile yanında çocuklara sağlanan bakımdır. Dünyada koruyucu aile uygulamasını modern anlamda uygulayan ülkelerden biri İngiltere'dir. Türkiye'de ise çocuk koruma sistemi içerisinde, koruyucu aile uygulaması oldukça köklü bir geçmişe sahiptir. Bu makalenin amacı Türkiye'de koruyucu aile yanına yerleştirilecek çocukların tespit edilmesi, koruyucu ailelerin belirlenmesi veya koruyucu ailelerin yanına yerleştirilen çocukların takip edilmesi gibi daha pek çok konuda iyileştirilmesi gereken sorunları tespit etmek ayrıca İngiltere'nin koruyucu aile uygulamalarının Türkiye'den farklılıklarını ortaya koymaktır. Bu gerekçeyle Türkiye ve İngiltere'nin koruyucu aile uygulamaları literatür taraması yöntemiyle karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Korunmaya Muhtaç Çocuk, Koruyucu Aile, Türkiye ve İngiltere



COMPARISON OF FOSTER FAMILY SYSTEM IN TURKEY AND ENGLAND

Abstract

Rapid changes in societies, rapid advances in industry and technology, migration from village to city, more visible crime fact have brought about positive and negative effects in almost every society. Research shows that the rapid changes in society bring about a solution in social relations and family relations. Disintegration in the family institution causes children to grow up without feelings of love, self-esteem, respect and

* Bu makale, yazar tarafından hazırlanmakta olan doktora tezinin ön çalışmasıdır.

^a Müdür Yrd., Kırıkkale Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü, lale-izci@hotmail.com

attachment, to grow up without completing their psycho-social development period in a healthy way, and to involve in the society as individuals who are self-abused. In addition, since a considerable number of children are not able to maintain their biological, sociological and psychological development in the family environment in which they are born, they are protected and maintained by the competent bodies in institutions where they can complete their development more healthily. In the field of child protection, the service model preferred by countries in the modern sense is the care provided to children beside the foster family today. One of the countries that modernly applies foster family practice in the world is England. In the child protection system of Turkey, the foster family has a quite long history. The purpose of this article is to identify the children to be placed next to a foster family in Turkey, determination of foster families or foster children placed next to detect many problems that need to be improved housing, such as monitoring also reveals differences from Turkey, the UK’s foster family. With this reason, the foster family from Turkey and England are discussed in comparison with literature methods.

Key Words: Need of child protection, Foster Families, Turkey and England



Giriş

Bir toplumda huzur ortamının sağlanabilmesi toplumsal risklerin en aza indirilmesiyle mümkündür. Bu da ancak dezavantajlı grupların güçlü bir sosyal destek mekanizmasıyla ve onlara özel politikaların geliştirilmesiyle mümkün olabilir. Bu dezavantajlı grupların başında en kırılgan kitle çocuklardır. Hayatlarının ilk evrelerinde çeşitli travmatik olaylara maruz kalan çocuklarda, ilerleyen yaşlarda fiziksel ve mental sağlık problemlerinin ortaya çıkma olasılıkları yüksektir. Çocukların ileride patolojik durumlara yenik düşmemeleri için çocuklara yönelik oluşturulan ulusal politika ve projelerin onların yararını gözetmesi sosyal devlet ilkesinin bir zorunluluğudur. Türkiye’nin çocuk koruma politikaları da, bu bilinçle dezavantajlı konumda olan bu kırılgan çocuk kitlesinin barınma, beslenme, eğitim, sağlık, ait olma, sevgi, saygı ve kabul görme ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına bağlı Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü bünyesinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Aile, çocuğu her türlü riskten ve tehlikeden koruyan bir kurumdur. Toplumların gelişmesi ve ilerlemesi aile kurumunun güçlendirilmesi ve korunmasıyla doğru orantılıdır. Bu nedenle hemen her toplumda, aile kurumunu koruyan politikalar ve hizmetler devlet eliyle sağlanmaktadır. Ancak ne yazık ki her aile alınan önlemlere rağmen bütünlüğünü koruyamamakta ve çözülme sürecine girebilmektedir (Demirbilek, 2000). Böyle durumlarda bireyler, toplum içerisinde dezavantajlı konuma sürüklenerek daha fazla ilgi ve hizmet bekleyen kitle içinde yer almaktadırlar. Çocuklar, belki de bu çözülme sürecinden en çok etkilenen bireyler olmaktadır. Henüz biyolojik ve toplumsal bağımsızlıklarını kazanmadan “korunmaya muhtaç çocuk” statüsünde değerlendirilerek, topluma kazandırılmaya çalışılmaktadırlar (Çetin & Çavuşoğlu, 2009). Dünya genelinde bu çocuklar tarihin her döneminde özel bir ilgiyle yetiştirilmeye çalışılmışlardır.

Çocuk koruma sistemi ile ilgili dünyadaki güncel gelişmeler takip edildiğinde, gelişmiş ülkelerin birçoğunun korunmaya muhtaç çocukları, kurum ve kuruluş bakımından ziyade aile yanında destek hizmetleriyle geleceğe hazırladığı bilinmektedir. Türkiye’de özellikle son yirmi yılda bu alanda

yürütülen uygulamalara bakıldığında, gelişmiş ülkeler seviyesinde hizmet modelleri geliştirdiğini söylemek yanlış olmaz (Ünal, 2015). Bu yeni model denemelerinde ilk hedef çocuğun aile yanında desteklenmesi, mümkün değilse akraba yanında çocuğun yetiştirilmesi, bunların mümkün olmaması durumunda koruyucu ve evlat edinme modellerinin denenmesi, en son çözüm olarak çocuğun kurum bakımına alınması gibi hedefler, güncel yenilikler arasındadır. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren, kurum bakımı olarak adlandırılan yuva modelinin, çocuklar üzerinde açtığı riskleri ortadan kaldırmak amacıyla büyük bina tipi çocuk kuruluşları terk edilerek yerine daha küçük yaşam alanı sunan ev tipi çocuk kuruluşları Türkiye genelinde tercih edilmeye başlamıştır (Taşgın & Özel, 2011). Söz konusu ev tipi kurum bakımı hizmetleri geçmiş yıllarda olduğu gibi kalabalık, gürültülü, okul atmosferi veren, koğuş tipi kurumlar olmayıp, aile ortamına en yakın fiziksel ortamın sağlandığı çocuk evi veya çocuk evi siteleri şeklinde kalabalık olmayan, çocukta aidiyet duygusunu geliştiren, birbirleriyle benzer hikayelere sahip çocuk gruplarının yaşadığı mekânlardır.

Koruyucu aile hizmeti özellikle çocuğa sıcak bir aile ortamı ve aile sevgisi sağladığından, çocukların yüksek yararı göz önünde bulundurulduğunda sistemin önemi burada ortaya çıkmaktadır. Çocuğun kendini önemli hissettiği, sevgi, saygı, kabul görme ve ait olma gibi önemli duyguları hissedebileceği aile ortamı, çocuğun yaşamının kritik evrelerinde psikolojik ve sosyolojik varlığını da sağlıklı tamamlamasına yardımcı olacaktır. Koruyucu aile hizmeti profesyonel bir şekilde işletildiğinde, öz aile ortamından mahrum kalan çocuğun, bu duygularına ve ihtiyaçlarına cevap verebilen bir uygulamadır. Bu nedendir ki çocukların olumsuz koşullardan en az etkilenmesi için koruyucu aile sistemi çocuk için ilk düşünülen sistemdir.

Farklı zamanlarda, farklı coğrafyalarda, farklı pratiklerle ortaya çıkan koruyucu ailelik, bugün dünyada pek çok gelişmiş ülkenin dezavantajlı çocuklara yönelik öncelik verdiği önemli bir politika haline gelmiştir. Diğer gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de çocuk koruma alanında önemli bir yere sahip olan koruyucu aile uygulaması, son yıllarda niteliksel ve niceliksel olarak gelişerek ilerlemektedir. Günümüzde Türkiye’de 2018 yılında 5.045 olan koruyucu aile sayısı 2019 yılında 5.967’a, koruyucu aile yanında yetişen çocuk sayısı ise 2018 yılında 6.163 iken 2019 yılında 7.259’a yükselmiştir (AÇSHB, 2019a).

Bugün dünyada modern anlamda koruyucu aileliği uygulayan ve geliştiren ülkelerden bir tanesi de İngiltere’dir. Dünya genelinde pek çok ülkeye çocuk koruma alanında, aile temelli uygulamalara öncülük ederek model olan İngiltere, koruyucu aile uygulamalarında da diğer ülkelerden önemli farklılıklara sahip olduğundan bu makalede İngiltere Koruyucu Aile Sistemi incelenmiştir (Çiftci, 2009). İngiltere’de 19. yüzyılda kurumsallaşmaya başlayan koruyucu ailelik kapsamında 2015 yılı itibarıyla devlet koruması altındaki toplam yaklaşık 66 bin çocuktan 51 bin 505’i koruyucu aile bakımında koruma altında kalmıştır (Toklucu, 2015). Farklı özelliklere ve hikâyelere sahip çok sayıda çocuğun koruyucu aile hizmetinden yararlandırılması kuşkusuz bazı sorunlarında önünü açmaktadır. Bu yaşanan sorunları bilmek Türkiye’nin ilerleyen süreçte koruyucu ailelik hakkında geliştireceği politikalara da bir öngörü sağlayacaktır.

Bu gerekçelerle, bu çalışmanın öncelikli amacı korunma ve bakım altına alınan çocukların fiziksel, ruhsal ve sosyal sağlıklı bireyler olarak yetişebilmesi için *Koruyucu Aile Hizmet Modeli’nin* Türkiye’de

nasıl uygulandığını tanıtmak, sorunlara çözüm önerileri getirmek ve İngiltere *Koruyucu Aile Hizmet Modeli’nin* uygulamalarının Türkiye’den farklılıklarını ortaya koymaya çalışmaktır.

Bu bakış açısıyla, bu makalede korunmaya muhtaç çocuk kavramından başlanarak, Türkiye’de çocuk koruma alanındaki güncel değişiklikler hakkında bilgi verilecek, Türkiye’de koruyucu aile sistemi ile ilgili yasal dayanaklarından bahsedilerek, ülke genelinde koruyucu aile sisteminin genel çerçevesi çizilecektir. Türkiye’nin koruyucu aile sisteminin genel özellikleri hakkında bilgi verildikten sonra İngiltere’nin çocuk koruma alanına ait genel bir açıklama yapılarak, İngiltere koruyucu aile sisteminin özellikleri incelenecektir. Son olarak Türkiye ve İngiltere arasındaki koruyucu aile uygulamasının farklılıkları ortaya konularak, Türkiye’de koruyucu aile sisteminde iyileştirilmesi gereken hususlara yönelik çözüm önerileri sunulacaktır.

KORUNMAYA MUHTAÇ ÇOCUK

Türk tarihinde çocuk koruma sistemine bakıldığında, Selçuklulara kadar uzandığını görmekteyiz. Selçuklular zamanında Erbil Atabeği Muzafferuddin Gökböri, özürülülere, ihtiyarlara yönelik kurumlar kurmuş, yetim ve kimsesiz çocuklara yurtlar açmış hatta emzikli çocuklara sütanneler tayin etmiştir. Yine Osmanlı Döneminde 19. Yüzyılda savaş sonrası ailelerini kaybeden yetim ve kimsesizlerin sayısındaki hızlı artıştan dolayı Tanzimattan sonraki dönemlerde de Osmanlının, çocukları koruma politikalarının bir sonucu olarak “Eytam Sandıkları, Mithatpaşa Islahhaneleri, Darüşşafaka, Hamidiye Etfal Hastahanesi, Fukaraperver Cemiyetleri, Darülhayr-ı Ali, Darülaceze, Darüleytamlar” gibi kurumlar kurarak dezavantajlı çocukları ihmal etmediğini görmekteyiz (Salim, 2011).

Türkiye Cumhuriyetinin ilk Korunmaya Muhtaç Çocuklar Kanunu 1949 yılında çıkarılmıştır. (Sarıkaya, 2004). Türkiye’de sosyal alana ilişkin en önemli düzenlemeler, 1960’lı yıllara denk gelmektedir. Bunlardan en önemlisi, 1959 yılında “Sosyal Hizmetler Enstitüsü”, 1961 yılında da “Sosyal Hizmetler Akademisi”nin kurulmasıdır. 1963 yılında ise 225 sayılı Kanun ile Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı bünyesinde Sosyal Hizmetler Genel Müdürlüğü kurulmuş, 20 sene yürürlükte kaldığı süre içerisinde, gerçekleşen faaliyetlerinin niteliği ve kazanımları ile 1983 yılında kurulacak SHÇEK’e hazırlık niteliğindedir. Bu gelişmeler, 1983 yılında, 2828 sayılı SHÇEK Kanunu çıkartılmasıyla sosyal hizmetlerin tek tek çatı altında toplanması sağlanmıştır (Uluğtekin, 2004).

2828 Sayılı Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu; “...beden, ruh ve ahlak gelişimleri veya şahsi güvenlikleri tehlikede olup;

1. Ana veya babasız, ana ve babasız,
2. Ana veya babası veya her ikisi de belli olmayan,
3. Ana ve babası veya her ikisi tarafından terkedilen,

4. Ana veya babası tarafından ihmal edilip; fuhuş, dilencilik, alkollü içkileri veya uyuşturucu maddeleri kullanma gibi her türlü sosyal tehlikelere ve kötü alışkanlıklara karşı savunmasız bırakılan ve başıboşluğa sürüklenen çocuğu korunmaya muhtaç çocuk” olarak kabul etmektedir (2828 sayılı Kanun Madde 3/b). 2828 sayılı kanunun suça sürüklenmiş çocuğu korunmaya muhtaç çocuk olarak tanımlamaması, bu eksikliği gidermek adına yeni bir kanuna ihtiyaç duyulmuştur.

Bu sebeple ülkemizde 2005 yılında resmi gazetede yayınlanan 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu ile çocukların refahı düşünülerek beden, ruh ve ahlak gelişimleri veya şahsi güvenlikleri tehlikede olan çocukların bu risk ortamlarından uzaklaştırılması amaçlanmıştır. 5395 sayılı kanun, beş tedbirle çocuğun toplumsallaşma sürecini, sağlıklı geçirmesini sağlamak amacıyla (ÇHGM, 2018a). Bunun yanı sıra 5395 sayılı Kanuna göre; suç mağduru çocuğun yanında suça sürüklenen çocukla ilgili yeni bir tanımlama yapılmış ve ağır ceza mahkemesi tarafından cezalandırılmayan çocukların cezaevine girmesinden ziyade alınan çeşitli tedbirler ile toplum içinde yaşayarak rehabilite olmaları konusunda desteklenmeleri sağlanmıştır. Korunmaya muhtaç çocukla ilgili alınması gereken tedbirler Kanununun 5. maddesinde açıklanmaktadır. Bu koruyucu ve destekleyici tedbirler, çocuğun öncelikle kendi aile ortamında korunmasını sağlamaya yönelik danışmanlık, eğitim, bakım, sağlık ve barınma konularında alınacak tedbirleri içermektedir. Bunlar;

a) Danışmanlık tedbiri, çocuğun bakımından sorumlu olan kimselere çocuk yetiştirme konusunda; çocuklara da eğitim ve gelişimleri ile ilgili sorunlarının çözümünde yol göstermeye,

b) Eğitim tedbiri, çocuğun bir eğitim kurumuna gündüzlü veya yatılı olarak devamına; iş ve meslek edinmesi amacıyla bir meslek veya sanat edinme kursuna gitmesine veya meslek sahibi bir ustanın yanına yahut kamuya ya da özel sektöre ait işyerlerine yerleştirilmesine,

c) Bakım tedbiri, çocuğun bakımından sorumlu olan kimsenin herhangi bir nedenle görevini yerine getirememesi hâlinde, çocuğun resmî veya özel bakım yurdu ya da koruyucu aile hizmetlerinden yararlandırılması veya bu kurumlara yerleştirilmesine,

d) Sağlık tedbiri, çocuğun fiziksel ve ruhsal sağlığının korunması ve tedavisi için gerekli geçici veya sürekli tıbbî bakım ve rehabilitasyonuna, bağımlılık yapan maddeleri kullananların tedavilerinin yapılmasına,

e) Barınma tedbiri, barınma yeri olmayan çocuklu kimselere veya hayatı tehlikede olan hamile kadınlara uygun barınma yeri sağlamaya yönelik tedbirdir (Yıldırım, 2017).

5395 Sayılı Çocuk Koruma Kanunu korunmaya muhtaç çocuğa iki farklı boyutta yaklaşmaktadır. Kanun, korunmaya muhtaç çocuğu korunma ihtiyacı olan ve suça sürüklenen çocuk olarak ayrı ayrı ele almaktadır. Korunma ihtiyacı olan çocuk; fiziksel, duygusal, sosyal, zihinsel ve ahlaki gelişimi veya kişisel güvenliği tehlikede olan, ihmal ve istismar edilen ya da bir suçun sonuçlarına maruz kalan, mağdur çocuğu ifade etmektedir. Suça sürüklenen çocuk ise; kanunlarda suç olarak tanımlanan bir eylemi işlediği iddiasıyla hakkında soruşturma veya kovuşturma yapılan ya da işlediği fiilden dolayı hakkında güvenlik tedbirine karar verilen çocuğu izah etmektedir (5395 sayılı kanun Madde 3).

Koşar (1992), her yönden sağlıklı yetişmesi için gerekli koşulların sağlanamadığı çocuğu, en geniş anlamıyla korunmaya muhtaç çocuk olarak ele almaktadır.

Yörükoğlu, kimsesiz çocuklar olarak betimlediği korunmaya muhtaç çocukları, çeşitli nedenlerle öz anası-babası ile birlikte yaşamak gibi en doğal hakkından yoksun kalan, herkesin acıdığı, ama kimsenin tam sahip çıkmadığı çocuklar olarak tanımlamaktadır (Yörükoğlu, 2000).

Yolcuoğlu, korunmaya muhtaç çocukları; temel bakımı, yetiştirilmesi, esirgenmesi ve gözetilmesinde yetersizlikler bulunan, bu yetersizlikler nedeniyle, sosyal, fiziksel, ruhsal ve ahlaki yönden sağlıklı bir yetişkin olması risk altına giren çocuklar olarak ifade etmektedir (Yolcuoğlu, 2009).

Akyüz’e göre, korunmaya muhtaç çocuk tanımı çok geniştir. Kimseli veya kimsesiz, zengin veya yoksul, suçlu veya suçsuz, engelli veya engelli olmayan gibi özellikleri ön plana alınmadan, hukuki bakımdan sağ ve tam doğduğu andan reşit oluncaya kadar, her çocuk korunmaya muhtaçtır (Akyüz, 1988).

Günümüzde mevcut yasalar ve imzalanan uluslararası sözleşmeler dayanak alınarak, çocuk koruma sürecinde aileyi destekleyici koruyucu-önleyici uygulamalara öncelik verilmektedir. Geçmiş yıllarda koruma altına alınan çocuk için ilk tercih olan kuruluş bakımı modeli olmaktadır, bugün en son tercih edilen hizmet modelidir. Buna göre kurumun öncelikleri şöyle sıralanmaktadır (Başer, 2013).

- Çocuğun öz ailesi veya akrabası yanında, kendi yaşadığı şehir ve bölgede desteklenmesi,
- Evlat edindirme yoluyla aile yanında bakım,
- Koruyucu aile yanında bakım,
- Aile yanında bakımın sakıncalı olduğu veya mümkün olmadığı durumlarda ise kuruluş bakımına yerleştirilmesidir.
- Kuruluş bakımında ise toplu bakımdan ev tipi yeni hizmet modelleri olan sevgi evi ve çocuk evine geçiş sağlanmakta, kalabalık sistemi içeren yuva yurt türü kuruluşların hizmeti sonlandırılmaktadır.

Son yıllarda çocuk koruma alanında hâkim olan bu uygulama sıralaması özellikle, Türkiye’de kurum bakımı hizmetinde yapılan değişikliklerin ardından daha yoğun kullanılır hale gelmiştir.

TÜRKİYE’DE KURUM BAKIMI VE GÜNCEL DEĞİŞİKLİKLER

Bugün çocukların psikolojik, sosyolojik ve biyolojik gelişimlerini en sağlıklı tamamladıkları ortamın, sağlıklı bir aile ortamı olduğu hemen her alanda kabul edilmektedir. Ancak çeşitli nedenlerle her aile ortamı, çocuğun gelişimini sağlıklı tamamlayacağı ortamlar olarak kabul görmemektedir. Böyle durumlarda yetkili kurumlar sosyal devlet ilkesi gereğince çocuğu korumakla ve gelişimini sağlıklı tamamlayacağı ortamları sunmakla yükümlüdür. Bu nedenle devlet çocuğu koruma altına almadan önce de sonra da geliştireceği politikaları ve hizmetleriyle çocuğun yüksek yararını her zaman gözetmek zorundadır. Bu bağlamda korunmaya muhtaç çocuk kavramını net bir şekilde tanımlayabilmek ve bu çocukların hangi durumlarda korunma altına alınması gerektiğini tespit etmek oldukça önemlidir.

5395 sayılı kanun ile birlikte, çocuğu koruma altına almadan önce aile yanında destek sürecinin önemi, dikkat çekmeye başlamıştır. Aile bütünlüğünü sağlamaya yönelik söz konusu bu hizmetlerden birisi, 2005 yılında uygulamaya koyulan ve 2010 yılı sonunda tamamlanan “*Aileye Dönüş ve Aile Yanında Destek Projesi*” dir (Özateş & Atauz, 2011). Son yıllarda çocuk koruma alanında uygulamaya konulan önemli gelişmelerden biri olan Aileye Dönüş ve Aile Yanında Destek Projesi sadece ekonomik yoksunluk nedeniyle korunma altına alınıp yuva ve yurtlarda yetiştirilen çocukların nakdi yardımlarla aileleri yanına tekrar döndürülerek, biyolojik aileleri yanında desteklenmelerini hedeflemektedir. Bu sayede kurum bakımı altında alınan pek çok çocuk bu hizmetin başlamasıyla ailesinin yanına döndürülmüştür.

Günümüzde proje hala devam etmekte olup; Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu 2019 yılsonu istatistiklerine göre; 2011-2017 yılları arasında Türkiye'de Kurum Bakımından Aileye Döndürülen Çocuk Sayıları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir:

Tablo 1. 2011-2017 Yılları Arasında Türkiye'de Aile Yanına Döndürülen Çocuk Sayıları

Yıl	Aileye Döndürülen Çocuk Sayısı
2011	8.099
2012	8.861
2013	9.937
2014	10.526
2015-2017	11.485

Kaynak: AÇSHB (2019a).

Dünya genelinde 1950'li yıllardan itibaren kurum bakımı sisteminden vazgeçilerek özellikle küçük yaş grubu çocuklarda aile odaklı hizmet modellerine doğru bir yöneliş ortaya çıkmıştır. Ülkemizde de benzer şekilde, koruyucu aile hizmeti Tanzimat'a kadar geleneksel aile yapısı içerisinde gelişim gösterirken, Tanzimat'tan sonra savaş ve göçlerin getirdiği buhranlar, çocuklar için kurum bakımını öne çıkarmıştır. Ancak yıllar içerisinde kurum bakımının çocuklar üzerinde iyileştirilmesi güç sorunlara sebep olması, çocukların aile yanından koparılmadan desteklenmesi, koruyucu aile sistemi, evlat edinme uygulaması, koruyucu aileliği andıran çocukevi modelleri gibi yeni arayışlar ve çözüm yollarını doğurmuştur (Ünal, 2015).

Bu çözüm arayışlarının bir parçası olarak aile yanında desteklenmeleri mümkün olmayıp kurum bakımına alınması gereken çok sayıda çocuğa bakım ve barınma hizmeti sunan kışla tipi yurt ve yuvalardan zaman içinde uzaklaşarak kurum bakımı sisteminde küçülmeye gidilmiş ve aile ortamına en yakın ev tipi yatılı birimler oluşturulmaya başlanmıştır (ASPB Faaliyet Raporu, 2016 ; ASPB Bülteni, 2017).

Kışla tipi kuruluşların çocuklar üzerindeki olumsuz sonuçları tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de benzer şekillerde kendini göstermiştir. Kurum bakımının uzun yıllar kışla tipinde uygulanması çocuklara yönelik sunulan hizmet kalitesini düşürmüştür. Çocukların yatakhanelerini çok fazla çocukla paylaşmaları bireysel alan oluşturmalarının önüne geçmiş, serbest zaman için ayrılan mekânların büyüklüğü çocuklara ortamın dersane veya okul ortamı atmosferi hissettirmiştir. Mekânsal olarak ev atmosferi oluşmadığından yurt ve yuvalar çocukların psikolojik olarak aidiyet duygusunun gelişmesinin önüne geçmiştir (Akyüz, 1991). Yapılan birçok araştırmada koğuş tipi kurumlarda büyüyen çocukların sosyal uyum problemleri, bağlanma sorunu yaşadıkları, güven duygusunda eksiklik, motivasyon bozukluğu, özgüven eksikliği, sorumluluk almaktan kaçınma vb. tutumlar geliştirdikleri tespit edilmiştir (Bakırcı, 2015; Demirbilek, 2000; Öcal & Kemerkaya, 2011).

Bu gerekçelerle, Türkiye'de 2005 yılından bu yana kademeli bir ev tipi hizmet modellerine geçiş başlamıştır. 5 Ekim 2008 yılında yürürlüğe giren "Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Genel

Müdürlüğü Çocuk Evleri Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” ile birlikte artık Türkiye’de çocuk kuruluşları önemli bir sürece girerek aile ortamına en yakın bakım yöntemi olan ev tipi hizmet modellerine doğru değişim göstermeye ve hızlı bir şekilde çocuk yuvalarının yerini çocuk evleri ve çocuk evleri siteleri almaya başlamıştır. Bu değişim kalabalık mekânlarda fark edilmeyen çocuğun, aile ortamına en yakın mekânlarda bireyselliğinin fark edilmesine de olanak tanımıştır.

Nihayetinde dönüşüm kapsamında sadece 2017 yılında; geriye kalan 18 koğuş tipi kuruluş hizmet dönüşümüne tabi tutularak, tüm koğuş tipi yurt ve yuvalar kapatılmıştır. Yine 2017 yılı içerisinde 103 çocuk evi ve 16 çocuk evleri sitesi açılışı yapılmıştır (ASPB Bülteni, 2017).

Türkiye’de günümüzde mevcut kuruluş sayısı ve koruma altındaki çocuk sayısı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Tablo 2. Türkiye’de Kuruluş Sayısı ve Koruma ve Bakım Altındaki Çocuk Sayısı 2019 Yıl Sonu Verileri

Kuruluş Tipi	Kuruluş Sayısı	Bakılan Çocuk Sayısı
Çocuk Evleri Sitesi	112	6.132
Çocuk Evleri	1.192	6.164
Çocuk Destek Merkezi	65	1.571
Toplam	1.369	13.867

Kaynak: AÇSHB (2019a).

Kurum bakımı, Türkiye’de en son tercih edilen bakım modeli olduğundan bu kuruluşlarda koruma ve bakım altına alınan çocukların aile yanına dönmelerinin mümkün olmaması halinde, uzmanlar bu çocuklar hakkında koruyucu aile sürecine odaklanmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de koruyucu aile hizmetinin genel süreçlerini ve karakteristik özelliklerini incelemeyen önce Türkiye’de koruyucu aile sisteminin yasal alt yapısı hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır.

TÜRKİYE’DE KORUYUCU AİLE UYGULAMASININ YASAL DAYANAKLARI

Ülkemizde koruyucu aile kavramı, ilk kez 1926 tarihli Medeni Kanun’da yer almıştır. 1930 yılında kabul edilen Umumi Hıfzısıhha Kanunu’nda da korunmaya muhtaç çocukların koruyucu aileler yanında bakılmasına ilişkin düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Koruyucu aile hizmetlerinin uygulamasına ise ilk kez 1949 yılında başlanmış ve daha sonra 1952 yılında hizmetin ve uygulamaların kapsamı genişletilmiştir. Günümüzde ise koruyucu aile hizmetlerinin ve uygulamalarının dayanağı 08.12.2001 tarih ve 4271 sayılı Türk Medeni Kanunu’nun 347. Maddesi ile 24 Mayıs 1983 tarih ve 2828 sayılı Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu’nun 22. ve 23. Maddelerinde yer alan düzenlemelerdir (Özbesler, 2009).

Ülkemizde koruyucu aile hizmetlerini ve uygulamalarını yürütmekle sorumlu tek kurum kurulduğu günden bu yana Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığıdır. Bu hizmetler, 2828 sayılı

yasa ve bu yasa dayanak alınarak hazırlanan ve 14 Ekim 1993 tarih ve 21728 Sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Koruyucu Aile Yönetmeliği” ile 30 Aralık 2006 tarihinde 26392 Tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Koruyucu Aile Yönetmeliği” çerçevesinde İl Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlükleri tarafından yürütülmektedir (Özbesler, 2009).

Yine 14 Aralık 2012 tarih, 28497 Sayılı Resmi Gazete’de yürürlüğe giren “Koruyucu Aile Yönetmeliği’nde” yapılan güncelleştirmelerle birlikte 14/10/1993 tarihli ve 21728 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanan “Koruyucu Aile Yönetmeliği” yürürlükten kaldırılmıştır (Koruyucu Aile Yönetmeliği, 2012, Madde:30). Koruyucu Aile Yönetmeliği ile ilgili son güncelleştirme ise 158620 Sayı 28/10/2015 tarihli “Koruyucu Aile Ödeme İşlemleri’ne dair Genelge” ile uygulanmaya devam etmektedir. Bugün koruyucu aile hizmetlerini yürütmeye yetkili tek kurum Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına bağlı İl Müdürlükleridir. Koruyucu aile sistemini aşağıda yer alan başlıklarda detaylandırılacaktır.

TÜRKİYE’DE KORUYUCU AİLE SİSTEMİ

Koruyucu Aile Hizmeti Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğüne bağlı olarak Koruyucu Aile Birimi tarafından yürütülmektedir. İller bazında ise Koruyucu Aile Birimi, İl Müdürlüklerine bağlı olarak hizmet vermektedir.

14 Aralık 2012 tarihinde yürürlüğe giren Koruyucu Aile Yönetmeliği; korunmaya muhtaç çocukların korunmalarını gerektiren süre içerisinde aile ortamında yetiştirilmesine yönelik koruyucu aile hizmetlerin sürdürülmesini amaçlamaktadır (Koruyucu Aile Yönetmeliği, 2012, Madde:1).

Koruyucu Aile: Bu Yönetmelikte belirlenen esas ve usuller çerçevesinde korunmayı gerektiren duruma göre belirlenen sürede, il veya ilçe müdürlükleri denetiminde, ödeme karşılığı ya da karşılıksız olarak çocuğun bakımını ve yetiştirilmesini üstlenen, aile ortamında yaşamını sağlayan, tercihen “Koruyucu Aile Birinci Kademe Eğitimi, Koruyucu Aile İkinci Kademe Eğitimi veya Temel Aile Eğitimi” eğitimlerden en az birini almış “Geçici Koruyucu Aile Modeli, Süreli Koruyucu Aile Modeli, Uzmanlaşmış Koruyucu Aile Modeli, Akraba veya Yakın Çevre Koruyucu Aile Modeller” kapsamındaki aileyi veya kişiyi ifade etmektedir (Koruyucu Aile Yönetmeliği, 2012, Madde:4/h).

Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü her yıl koruyucu ailenin önemini vurgulayarak koruyucu aile sayısını Türkiye genelinde katlayarak artırmaktadır. Türkiye’de 2018 yılı Koruyucu aile ve koruyucu aile yanında bakımı sağlanan çocuk sayıları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3. 2018 Yılı Koruyucu Aile ve Çocuk Sayısı

	2018 yılı	Türkiye Toplamı
Aile	759	5.045
Çocuk	921	6.163
Engelli Çocuk	-	643

Kaynak: ÇHGM (2018b).

2019 yılında da yine koruyucu aile sayısı ve koruyucu aile yanında bakımı sağlanan çocuk sayısı artarak ilerlemiştir. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nün 2019 yılsonu verilerine bakıldığında yıl içinde 922 ailenin daha koruyucu aile sistemine katıldığı görülmektedir.

Tablo 4. Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü 2019 Yıl Sonu Verileri

ÇOCUĞA YÖNELİK HİZMETLER	Çocuk Sayıları
Kuruluş Bakımı Altında Bulunan	13.867
Koruma Altına Alınmadan Aile Yanında Destek Verilen	125.258
Toplam Evlat Edindirilen	17.403
Koruyucu Aile Yanında Bakımı Sağlanan Çocuk	7.259
Koruyucu Aile Sayısı	5.967
Özel Kreş ve Gündüz Bakım Evlerinde Ücretsiz Bakılan	3.300

Kaynak: AÇSHB (2019a).

Koruyucu aile uygulaması koruma ve bakım altına alınan çocuklara verilen kuruluş bakım hizmetinden oldukça farklı bir uygulamadır. Öz ailenin, çocuğun bazı doğuştan gelen haklarını sağlayamadığı durumlarda, farklı ailelerin, çocuğu aile ortamından mahrum bırakmaması, ait olma, güven, sevgi, saygı, özgüven ve bakım gibi temel ihtiyaçlarının çocuğa aile ortamında sağlanması bu hizmeti daha da özel bir statüye kavuşturmaktadır.

Ülkemizde koruyucu aile uygulaması, korunma gereksinimi olan çocuklar için kurum bakımından daha uygun bir ortamda daha etkili bir hizmet sağlanması ve programın yaygınlaşması halinde kuruluş bakımına nazaran daha ekonomik bir bakım yolu olması nedeniyle başlatılmıştır. Gelişmiş ülkelerdeki çocuk bakım hizmetlerinde genel yaklaşımın aile temelli bakım hizmetleri olduğu görülmektedir. Özellikle koruyucu aile hizmetinin ön planda olduğu dikkatleri çekmektedir (Yıldırım, 2017).

Bütünüyle aileden yoksun olmak, toplum içinde ailenin gözetim, destek, denetim ve yönlendirme olanaklarından yoksun kalmak, tüm çocuklar ve gençler için temel bir risktir (Cılga,1994). Koruyucu aile hizmetinde, farklı özellikleri, bilgi ve becerileri bulunan aileler, farklı sorunları, yaşam öyküleri ve bireysel özellikleri olan korunmaya muhtaç çocuklara, koruma, bakma, büyütme ve tedavisini destekleme gibi amaçlarla bu hizmeti sağlamaktadırlar (akt. Özbesler, 2009). Bu sağlanan imkânlarında ötesinde koruyucu aileler, aile ortamından mahrum kalmış çocuklara “örnek bir aile düzeni, ilişkileri, anne/baba varsa kardeş, akraba rol ve tutumları nasıldır?”, “anne, baba, çocuğun hayattaki görev ve sorumlulukları nelerdir?” gibi soruların cevaplarını çocuğa uygulamalı olarak öğreterek, çocuğunda gelecekte doğru anne/baba rollerini sergilemesini ve sağlıklı bir aile kurmasını öğretmektedirler.

Çocuğun sorumluluğunu üstlenen koruyucu aileler sürekli değişmediğinden ve uzun süreli olduğundan bu durum çocuk ile koruyucu aile arasında güvene dayalı bir ilişki kurulmasına ve çocuğun psikolojik gelişimini olumlu yönde etkilemektedir (Üstüner vd., 2005). Yaşamının ilk yıllarında kritik evreleri sağlıklı bir aile ortamında geçirebilme imkânı bulan koruma ve bakım altındaki çocukların bilişsel, duyuşsal ve sosyal gelişimlerini de sağlıklı tamamladıkları gözlemlenmektedir. Yine koruyucu

aile sisteminin çocukların akademik başarıları üzerinde de olumlu etkisi olduğunu belirtmek yerinde olacaktır.

TÜRKİYE'DE KORUYUCU AİLE MODELLERİ

Türkiye'de Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Koruyucu Aile Yönetmeliği'ne (14 Aralık 2012 tarih ve 28497 sayılı Resmi Gazete, Koruyucu Aile Yönetmeliği) göre dört çeşit koruyucu aile modeli bulunmaktadır. Bu modeller arasında yine çocuğun kendi akrabası yanında koruyucu aile hizmetinden yararlanmasına öncelik verilmektedir. Bu modeller;

- 1- Akraba veya Yakın Çevre Koruyucu Aile Modeli:** Veli ya da vasi dışında kalan kan bağı bulunan akrabalar ya da çocuğun iletişim içinde olduğu veya tanıdığı bakıcı, komşu gibi yakın çevresinde olan, tercih etmeleri halinde en az temel ana, baba eğitimleri kapsamında eğitim almış kişi ve ailelerin sağladığı bakım.
- 2- Geçici Koruyucu Aile Modeli:** Acil koruma gereken ya da hakkında hizmet planı oluşturulmamış ve kuruluş bakımına yerleştirilmemiş ya da kendisi için planlanan hizmet modelinden çeşitli nedenlerle henüz yararlandırılmamış çocuklar için, temel ana, baba eğitimleri ve Koruyucu Aile Birinci ve İkinci Kademe Eğitimini almış profesyonel kişi ve ailelerin sağladığı birkaç gün ile en fazla bir ay arasında değişen bakım.
- 3- Süreli Koruyucu Aile Modeli:** Öz ailesi yanına kısa sürede döndürülme imkânı bulunmayan ya da kalıcı olarak aile yanına yerleştirilemeyen çocuklara, tercihen temel ana-baba eğitimleri ve Koruyucu Aile Birinci Kademe Eğitimini almış kişi ve ailelerin sağladığı bakım.
- 4- Uzmanlaşmış Koruyucu Aile Modeli:** Özel zorlukları ve ihtiyaçları olan çocuklara yardımcı olabilecek lisans eğitimine sahip olan veya eşlerden biri en az ilköğretim düzeyinde olmak üzere temel ana, baba eğitimleri, Koruyucu Aile Birinci ve İkinci Kademe Eğitimlerini almış kişi ve ailelerin sağladığı bakım olarak 4 ana başlık altında toparlanmıştır (Koruyucu Aile Yönetmeliği, 2012, Madde:4).

Türkiye'de yukarıdaki koruyucu aile modellerine uygun bir koruyucu aile statüsü kazanabilmek için her şeyden önce ailenin hoşgörülü, sabırlı, doğru aile olma bilinci içinde olan, çocuğa güvenli ve şefkatli bir ortam sağlayabilen, sevgisi ve ilgisi ile muhtaç durumdaki bir çocuğun hayatında fark yaratmak isteyen ve mevzuatta belirtilen şartları taşıyan, yetkililerle işbirliği içinde çocuk yararına hizmet vermeye kendini hazır hissedene bireyler olmaları gerekmektedir.

Türkiye'de koruyucu aile yanına yerleştirilecek çocuklara bir yaş sınırlaması getirilmemekle birlikte, daha çok 13 yaş altı ve özellikle 0-6 yaş grubu çocukların koruyucu aile yanına yerleştirilmelerine yönelik çalışmalar daha yoğun yürütülmektedir (Erol vd., 2005; Şenocak, 2006).

Koruyucu aileye yerleştirilecek olan çocuklar ve koruyucu aile olmaya aday bireyler uyum sürecinde bazı sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Bu nedenle her koruyucu aile uyum süreci başarıyla sonuçlanmamaktadır. Bu sorunlar, çocuktan kaynaklanan sorunlar olabileceği gibi koruyucu ailelerden kaynaklanan sorunlarda olabilmektedir. Çocukları kendilerine evde ve iş yerinde yardımcı bireyler

olarak değerlendirmek, çocukların öz aile ile olan görüşmelerini sekteye uğratmak, yeterli danışmanlığın verilmediği durumlarda çocuğa yönelik olumsuz tutum ve davranışlar veya çocukların öz aileleri hakkında çocuklara olumsuz söylemlerde bulunmak bu faktörlerden bazıları olabilmektedir (Bıyıklı, 1983; Karataş, 2008; Yazıcı, 2014). Çocuğun aile ile ilişkileri bakımından sürekli denetim altında tutulması ve düzenli zaman aralıklarında uzman psikolog ve pedagoglar ile görüştürülmesi bunların yanı sıra tüm sürecin görevliler tarafından düzenli bir şekilde denetlenmesi önemsenmelidir (Şenol & Dinç, 2016).

Türkiye’nin koruyucu aile sistemi hakkında yukarıda verilen genel bilgilerin ardından, Türkiye ve İngiltere’nin koruyucu aile sisteminin karşılaştırmasına geçmeden önce İngiltere’nin çocuk koruma politikalarına ve sistemsel özelliklerine değinmek gerekmektedir. Bu bağlamda bir sonraki başlıkta İngiltere’nin çocuk koruma alanının genel yapısal çerçevesi çizilecektir.

İNGİLTERE’DE ÇOCUK KORUMA ALANINDA GENEL BİLGİLER

İngiltere’de korunmaya muhtaç çocukların yerel yönetimler tarafından bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilip, sistematik bir şekilde korunmaya başlaması ve sistemsel bir kimliğe bürünmesi 1940-1950 yıllarında kendini göstermeye başlamıştır (Beter, 2010; Tokluca, 2018). Özellikle İngiltere’de modern sosyal hizmetin yerel yönetimlerin bünyesine alınması ve çocuk ihmali ve istismarına karşı sorumlu tutulması 1948 “Çocuk Kanunu’ndan” (*Children Act 1948*) sonraki yıllarda gerçekleşmiştir. Yerel Yönetimlerin tam anlamıyla çocukların korunmasında etkili olmaya başlaması ise, 1971 yılından sonrasına rastlamaktadır (Hill, 2000).

Günümüzde Türkiye’den farklı olarak, İngiltere’de sosyal hizmet uygulamaları yerel yönetimler eliyle yürütülmektedir. Ancak her ne kadar sosyal hizmetler yerel yönetimler eliyle yürütülüyor olsa da İngiltere’de sosyal hizmetlerde tam yetkili bir yerel yönetim anlayışından bahsetmek yanlış olur. Bu anlamda İngiltere’de yerel yönetimler sunulan hizmetlerin dağılımını yapıyor olsalar da merkez, yerel yönetimlerin faaliyetlerini düzenleyen, finanse eden ve kontrol eden birim olarak varlığını sürdürmektedir (ASPB, 2015).

İngiltere’de, dezavantajlı çocukların yerel düzeyde korunup korunmadığının denetlenmesinden Department for Education (DfE) adlı ulusal kurum sorumludur. Kurum, ülkede eğitim hizmetlerinden, çocukların korunmasına kadar pek çok alandan sorumludur (Güzel vd., 2020). Kurumun belli başlı sorumluluklarının yanında çocuk koruma alanıyla ilgili olarak;

- Çocuklarla, gençlerle ve yetişkin öğrencilerle çalışan profesyonelleri destekleme
- Dezavantajlı çocukların ve gençlerin daha fazlasını başarmalarına yardımcı olmak
- Yerel hizmetlerin çocukları koruduğundan ve desteklediğinden emin olmak gibi hizmetleri bulunmaktadır(gov.uk, 2020a).

Yerel yönetimler bünyesinde hizmet gösteren Çocuk Hizmetleri Departmanları ise; “Korunmaya Muhtaç Çocuk” grubundaki dezavantajlı çocukların, aile içinde sosyal destekle veya aile dışında sağlıklı

bir ortamda korunmasından, çocuklara yönelik kötü muameleyi araştırmaktan ve yanıtlamaktan sorumludur (Baldwin & Biehal, 2016).

Yerel yönetimlerin, çocukların refahını teşvik etmek, çocukları kötü muamelelerden korumak gibi oldukça geniş bir görev alanları bulunmaktadır. Bu çerçevede, yönetimlerin temel koruma görevi; çocukları kötü muameleye karşı korumayı, sağlık ve gelişimlerinin bozulmasını önlemeyi, güvenli ve etkili bakım sağlamayı, tutarlı koşullarda büyümelerini sağlamayı ve tüm çocukların yararlanabilmesi için gerekli önlemleri almayı içermektedir (Baldwin & Biehal, 2016).

Türkiye’de olduğu gibi İngiltere’de de yerel yönetim uzmanları, çocuğun bakım kararını uygulamadan önce aile ile özel bir çalışma yapmaktadır. Mümkün olan her durumda bir bakım emri başvurusu yapma ihtiyacını önlemek için, bir ön hazırlık aşamasında çocuğun ailesi ile görüşmeler yapılmaktadır. Çocuğun aile yanında desteklenebilme ihtimalleri veya akraba vb. güvenilir bir tanıdık yanına yerleştirilme olasılığı gibi bakım emri alternatifleri, işlem öncesi aşamada araştırılmaktadır (Baldwin & Biehal, 2016).

İngiltere’de de hükümet, yerel makamlardan, çocukları ebeveynlerinin yanına döndürme veya onları yasal vasiler olarak (özel vesayet emri altında) koruyabilecek diğer akrabalarına yerleştirme olasılığını göz önünde bulundurmalarını beklemektedir. Bu seçenekler çocuğa uzun vadeli ve güvenilir bir bakım sağlamıyorsa, çocuk için hazırlanan plan, uzmanları uzun vadeli kurum bakımı gibi bir bakım emrine yöneltmektedir (Baldwin & Biehal, 2016).

İngiltere’de yerel yönetimler çocuğun aile yanında korunması ve desteklenmesi konusunda, aile ile işbirliği içine girerek çocuğun sağlıklı bir ortamda gelişimini tamamlaması için büyük uğraşlar vermektedir. İngiltere’nin 1989 sayılı Çocuk Yasası çocuğun önce aile yanında korunmasını emrettiğinden, vakanın profesyonel bir mesleki çalışmayla aile için de çözümlenmesini ve adli mercilere yansımadan çocuğun hayatının normale döndürülmesini öngörmektedir. Ancak çocukla ilgili aile ve yerel yönetim arasındaki anlaşmazlık uzun bir süre çözümlenemiyor ve aile işbirliğine yanaşmıyorsa vaka adli bir çalışmayla çözümlenmektedir (Beter, 2010).

31 Mart 2019’da İngiltere’de çocuk koruma planına tabi olan 52.300 çocuk olduğu istatistiklere yansımıştır. Bu oranın 2018’e göre % 3 oranında azaldığı tespit edilmiştir. Yıl içinde koruma planı sona eren çocuk sayısı ise % 3 artışla 67.900’e yükselmiştir (DfE, 2019).

Yerel yönetimlerce, çocuk ile ilgili yürütülen mesleki çalışmalar netice vermeyip adli süreç işledikten sonra verilen mahkeme kararı neticesinde, çocuk üç farklı şekilde korunma altına alınabilir

- 1- Koruyucu aile yanında bakım
- 2- Korunma kararı ile kendi aile yanında bakım
- 3- Güvenli birimler olan kurum çatısı altında bakım (NSPCC, 2020a). Bu sağlayıcılar arasında yerel yönetimlere ait çocukların evleri, bağımsız teşvik kuruluşları ve gönüllü evlat edinme kuruluşları bulunmaktadır (Ofsted, 2018).

Bu çalışmada İngiltere’de çocuklar hakkında uygulanan bu bakım türlerinden çocuğun koruyucu aile yanında bakım sürecine odaklanılacaktır.

İNGİLTERE’DE KORUYUCU AİLE SİSTEMİ

Koruyucu aile uygulamasının esas ve usulleri 2002 yılında çıkarılan 57 numaralı Koruyucu Aile Hizmetleri Yönetmeliğinde (*The Fostering Services Regulations 2002*) düzenlenmiştir. İngiltere’de koruyucu aile yönetmeliğiyle ilgili son güncellemeler 2011 ve 2013 yıllarında yapılmıştır (legislation.gov.uk, 2019a). Buna ek olarak koruyucu aile ve evlat edinme ile ilgili hususlara 2008 yılında çıkarılan Çocuk ve Genç Bireyler Kanunu’nun (*Children and Young Persons Act*) 3. ve 4. kısımlarında da yer verilmiştir (legislation.gov.uk, 2019b).

İngiltere’de, bugün çocukların birçoğu koruyucu aile yanında bakılmaktadır. 31 Mart 2016’da İngiltere’de koruyucu aile yanında 51.850 (% 74) çocuk bulunmaktadır. Department for Education (DfE) tarafından yıllar boyunca toplanan verilere göre, yanında çocuk bulunan koruyucu ailelerin genel popülasyonu 2012’den bu yana % 5 artmıştır (Baginsky vd., 2017). 1970’lerin başında, yaklaşık 29.000 çocuk, tüm çocukların % 32-35’i koruyucu bakımda yetiştirilmiştir. Bu sayı 1985 yılında % 50’ye yükselerek, o günlerden bugüne düzenli olarak artarak ilerlemiştir. 2011’den bu yana koruyucu aile yanında bakılan çocuk oranı % 73 ile % 75 arasında sabit kalmıştır (Narey & Owers, 2018).

Birçok yerel makam planlı bir şekilde bakıcı personel istihdam edemediğinde, yerleşim civarındaki aileleri bu konuda harekete geçirerek, çocuk için uygun olan koruyucu aile yanında bakım hizmetlerini sağlamaktadır (Narey & Owers, 2018). İngiltere’de koruyucu aileler, yerel yönetimler tarafından sağlanabildiği gibi yasal olarak sorumluluklarını yerine getirmeleri şartıyla Bağımsız Koruyucu Ajanslar (*Independent Fostering Agencies- İFA*) tarafından da koruyucu aile hizmetleri sağlanabilmektedir (Beter, 2010; Ofsted, 2014). Ülkede Bağımsız Koruyucu Ajanslar gibi özel sektör tarafından yerine getirilen koruyucu aile hizmeti maliyet açısından oldukça yüksek olduğundan, yerel yönetimler tarafından kendi imkânları çerçevesinde koruyucu aile hizmeti sunmaya çalışmaktadırlar. Ancak koruyucu aile bulma kapasiteleri yüksek olduğundan bir tercih sebebi haline gelmişlerdir (Narey & Owers, 2018).

Bugün İngiltere’de onaylı koruyucu aile sayısı 31 Mart 2018’de 73.530’dan 31 Mart 2019’da 75.260’a % 2 oranında artmıştır. Yerel Yönetimlerin yanında, özel sektöre ait koruyucu aile şirketlerinin de hizmet verdiği İngiltere’de, yerel yönetimlere ait koruyucu aile ajansları tüm ülkenin yaklaşık üçte ikisini oluşturmaktadır (Ofsted, 2019a).

31 Mart 2018’de ise, 53.000’in üzerinde çocuk ve genç koruyucu aileye yerleştirilmiştir. Bu oran, 31 Mart 2017’ye kıyasla 1.000 civarında bir artış göstermiştir (DfE, 2018; Ofsted, 2019).

31 Mart 2019’da ise, ülke genelindeki şirketler 54.870 çocuk ve gencin koruyucu aileye yerleştirildiğini bildirmektedir. Çocukların çoğu yerel yönetimlerin desteklediği koruyucu aile evlerine yerleştirilirken (% 65 veya 35,820) ve geri kalanlar (% 35 veya 19,050) özel sektör aracılığıyla yerleştirilmiştir (Ofsted, 2020a). Ülke genelinde koruyucu aileye yerleştirilecek çocuklara yönelik bir yaş kısıtası veya tavsiyesi bulunmamaktadır.

2018'den 2019'a kadar 29.525 çocuk ve genç, tüm çocukların % 35'ini yıl içinde yerleştirilen koruyucu ailelerden ayrıldığı tespit edilmiştir. Bunun en önemli sebeplerinden birisi çocukların veya gençlerin koruma ve bakım kararının sonlanmış olması gerekçesiyle ayrılmalarıdır. Bakım kararı sonlanarak koruyucu aileden ayrılan çocukların ve gençlerin en büyük oranı % 39 (11.660) olarak belirtilmektedir. Koruma kararı sonlanarak, koruyucu aile yanından ayrılma, gençlerin koruyucu aile sürecinin sonlanması temel nedenidir. Bu oran son 3 yılda büyük ölçüde aynı kalmıştır. Koruma kararı sonlanarak, koruyucu aile yanından ayrılan çocuklar, genel olarak biyolojik ebeveynleri veya diğer aile üyeleriyle birlikte yaşamak üzere öz ailelerine geri dönmüş veya evlat edindirilmiş olabilirler. Koruyucu aile sürecini sonlandıran diğer bir neden ise gençlerin 18 yaşına girmiş olmalarıdır. Koruyucu aile sürecinin sonlanma sebepleri arasındaki % 3'lük bir oranın ise belirsiz sebep olarak bildirilmiştir (Ofsted, 2020b). İngiltere'de de koruyucu aile yanına yerleştirilen çocukların biyolojik aileleriyle düzenli aralıklarla görüşmesi ve aileleriyle iletişim bağlarının devam etmesi düşüncesi koruyucu aile uygulamasının önemli bir parçasıdır (Beter, 2010).

İngiltere'de koruyucu aile uygulamalarının; uzun dönem bakım, birkaç gece, birkaç hafta veya birkaç ay gibi kısa süreli bakım, engellilik gibi özel ihtiyaçları olan çocuklara yönelik bakım, kardeş çocuklara yönelik bakım, suça sürüklenmiş çocuklara yönelik bakım, yakın akraba yanında bakım, karmaşık ihtiyaçları olan ve zorlayıcı davranışları olan çocuklara ve gençlere yönelik bakım sağlayan modeller gibi oldukça çeşitli ve ihtiyaca yönelik oluşturulan çok sayıda koruyucu aile çeşidi bulunmaktadır (Baginsky vd., 2017).

İngiltere'de koruyucu aile uygulamasında aileler, adeta bir meslek icra eder gibi ücret karşılığı hizmet sağlamaktadır. Yukarıda bahsedilen koruyucu aile modelleriyle birlikte yaklaşık 11 farklı tipte, koruyucu aile hizmet sınıflandırması bulunmaktadır (Baginsky vd., 2017). İngiltere'de koruyucu aile alanı oldukça büyük bir işgücü ve hizmet sahası olarak nitelendirilmektedir. Bu sektörde ailelerden, danışmanlara pek çok çalışan sektörün içinde iş kolunu oluşturmaktadır.

Türkiye'deki koruyucu aile uygulamalarından farklı olarak İngiltere'deki koruyucu bakım türlerini (Baginsky vd., 2017) detaylandırarak olursak (gov.uk, 2020b);

- 1- **Uzun Dönem (Long Term):** Öz aile yanına döndürülemeyen ve evlat edindirilemeyen çocuklara yönelik koruyucu aile modelidir. Bu koruyucu aile modeli çocuklara uzun vadeli bakım veren ailelerin sunmuş olduğu hizmettir. Genellikle çocuklar yetişkin olana kadar aileler çocukların koruyucu ebeveynleri olurlar.
- 2- **Kısa Dönem (Short Term):** Çocukların gelecek planları yapılırken, bir yandan bu aileler birkaç hafta veya birkaç ay çocuklara koruyucu ailelik yapmaktadırlar.
- 3- **Aile, Arkadaş veya Akraba Bakımı (Family and Friends' or 'Kinship):** Bu model, Türkiye'deki Akraba Koruyucu Aile Modeline benzetilebilir. Ailenin bir parçası olan çocuğun, diğer akrabalar yanında veya ailenin arkadaş çevresi yanında bakımının sağlanmasıdır. Çocuğun bakımını sosyal çevrenin üstlendiği koruyucu aile modelidir.

- 4- **Kısa Süreli Molalar (*Respite and Short Breaks*):** Bu bakım türü duruma bağlı olarak birkaç gün veya birkaç ay sürebilen çocuk yerleştirmeleridir. Bu modelde hizmet sunan koruyucu aileler her an acil ve kısa bildirim şartlarına göre hazırda bulunurlar. Çocuk okulunu, ailesini, yaşadığı yeri görmeye devam eder. Çocuklar bir plan dâhilinde yerleştirilmez.
- 5- **Tutuklu Çocuklara Yönelik Bakım (*Remand Fostering*):** Bir mahkemece tutuklanan veya suça sürüklenmiş çocuklara yönelik sağlanan koruyucu aile modelidir. 10 ila 17 yaş arası genç suçlular için duruşma veya mahkûmiyet beklerken güvenli bir aile konaklaması için oluşturulmuştur. Bu tür koruyucu aile modelinde ebeveynlerin uzman eğitime sahip olmaları gerekmektedir. Bu tür koruyucu aile hizmeti, çocukların mahkeme süreçleri kesinleşene kadar uzman bir aile tarafından hayatlarında kötü giden döngüyü kırmanın ve gençlere yaşamlarını yeniden düşünebilecekleri doğru ortamı vermenin bir yolu olarak görülürler (UK Fostering, 2020).
- 6- **Acil Durum Bakımı (*Emergency Foster*):** Çocuklara 24 saat için acil bir barınma ve korunma servisi sunan bakım modelidir. Bir plan dâhilinde değildir. İdeal bir acil durum yerleşimi 2 haftayı geçmez.
- 7- **Ebeveyn Çocuk Bakımı (*Parent and Child Placement*):** Bu bakım yöntemi genç yaşta çocuk sahibi olan ve çocuklarına bakmakta destek ve yardıma ihtiyaç duyan gençler içindir. Yerel otorite bu çocuklar ve gençler için destek, gözlem ve değerlendirme çalışmaları yapabilir.
- 8- **Çok Boyutlu Tedavi İçeren Bakım (*Therapeutic Fostering/ Intensive Fostering Placements*):** İngiltere’de pek çok engelli ve özel tıbbi bakım gerektiren ihtiyaç sahibi çocuklara ve gençlere yönelik deneyim sahibi bakıcıların sunduğu bakım yöntemidir. Karmaşık ihtiyaçları ve zorlayıcı davranışları olan çocuklara ve gençlere yönelik terapötik bakım sağlanan bu koruyucu aile modelinde ebeveynler uzmanlığa ve belirli becerilere sahiptir.
- 9- **Evlat Edinmek için Koruyucu Bakım (*Fostering for Adoption*):** Evlat edinmek amacıyla bir çocuğa koruyucu aile hizmeti sunan ebeveynlerdir. Aileler evlat edinmek amacıyla çocukları yanlarına aldıkları andan itibaren evlat edinme veya çocuktan ayrılma haklarına sahip olmaktadır.
- 10- **Destekleyici Köprü Oluşturma/Köprüleme (*Bridging Fostering*):** Köprüleme bir tür kısa süreli koruyucu bakımdır. Bebeklerin veya çok küçük çocukların daha kalıcı bir yere geçmeden önce geçici bir eve ihtiyaçları olduğunda ortaya çıkan koruyucu bakımın türünü tanımlamak için kullanılır.
- 11- **Kardeşler için Koruyucu Bakım (*Fostering Siblings*):** Çoğu zaman bir çocuk koruma altına alındığında çocuğun veya gencin kardeşlerinin de korunmaya ihtiyacı olması her zaman ihtimaller arasındadır. Bu nedenle, bu koruyucu aile modelinde, iki veya daha fazla kardeş için istikrarlı bir şekilde koruma ve bakım sağlanmaktadır. İngiltere’de yasalar kardeşlerin ayrılmadan bir arada büyümesini öngördüğünden kardeşleri bir arada tutacak koruyucu ailelere talepte artmaktadır (Foster Care, 2020).

Koruyucu ailelerde yetişen çocuklar hakkında yapılan pek çok araştırma çocukların koruyucu aile yanında mutlu olduklarını ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmalardan bir tanesi 2.000'in üzerinde genç ile yapılan bir çalışmada, % 75'inin koruyucu aile ve bakıcı evlerinde mutlu olduklarını ortaya koyan çalışmadır (Selwyn vd., 2010).

İngiltere'de koruyucu ailelerin takip, değerlendirme ve denetimleri Ofsted isimli özel bir kuruluş tarafından yerine getirilmektedir (Ofsted, 2020c). Ofsted temel işlevini, "İngiltere'de eğitim, öğretim ve bakım hizmetlerini yürüten organizasyonların, bu işleri çocuklar ve öğrenciler için yüksek standartlarda yapmasını sağlamak" olarak açıklamaktadır (Güzel vd., 2020). Ayrıca bu kurum koruyucu aileler için minimum standartlar uygulamasıyla ailelere bakım ile ilgili bir takım kriterler getirmektedir (gov.uk, 2020c). İngiltere'nin koruyucu aile sisteminin genel özelliklerine değindikten sonra Türkiye ve İngiltere koruyucu aile sisteminin benzerliklerine ve farklılıklarına değinmek, bu alanda gerçekleştirilecek çalışmalara katkı sağlayacaktır.

İNGİLTERE VE TÜRKİYE'DE KORUYUCU AİLE HİZMETİNİN KARŞILAŞTIRMASI

Türkiye geçmişten günümüze çeşitlenerek artan çocuk sorunlarına çözüm odaklı yaklaşımlar sergileyerek, çocuk koruma alanında oldukça yenilikçi adımlar atmıştır. Ancak modern zamanda çocukları bekleyen riskler hayli çeşitli ve karmaşık olduğundan oluşturulan politikaların bu sorunları kapsayıcı bir şekilde planlanması gerekmektedir. Bu kapsayıcılık önemli ölçüde dünyada bu alanda yürütülen politikalardan haberdar olmakla ve iyi uygulama örneklerini takip etmekle yakından ilişkilidir. Bu gerekçeyle gelişmiş ülke politikalarından İngiltere örneği incelendiğinde, bu iki ülke arasında birçok benzerliğin ve farklılığın olduğunu görmek mümkün. Özellikle koruyucu aile sisteminin temel prensiplerine bakıldığında, çocukların kurum bakımına alınmasının son çare olarak görülmesi, biyolojik aile yanında desteklenemeyen çocukların koruyucu aile yanında desteklenmesi yaklaşımı, iki ülkenin de en temel hedefidir. Diğer yandan koruyucu aile türleri arasında da akraba koruyucu aile modelinin ilk sırada tercih edilmesi yine her iki ülkenin benzeyen politikalarına örnek gösterilebilir.

Bunların yanı sıra her iki ülkede de öz aile yanında desteklenemeyen, kurum bakımına veya koruyucu aile yanına yerleştirilen çocukların kademeli olarak zaman içerisinde uzmanlar tarafından yürütülen mesleki çalışmalarla aile yanına tekrar döndürülmesi hedeflenmektedir. Çocukların ailelerinde yaşanan temel sorunların çözüme kavuşturulması yönünde hedefler belirlenmesi ve planların oluşturulması hem İngiltere hem de Türkiye koruyucu aile sisteminde büyük önem taşımaktadır. Hedeflerin ve planların ardından aile yanından ayrı bir yerde korunma ve bakım hizmeti alan çocukların, kontrollü bir şekilde biyolojik aileleri yanına zamanla dönüşleri sağlanarak, ekonomik destek veya danışmanlık hizmeti gibi öz aile yanında destek hizmet modellerine geçiş yapılması beklenmektedir. Özetle her iki ülkede de kurum bakımına veya koruyucu aile yanına yerleştirilen çocukların zamanla öz aile yanına dönüş çalışmalarına ağırlık verilmesi, çocukların kendi biyolojik ailelerinin yanında yetişmelerinin sağlanması İngiltere ve Türkiye'nin çocuk koruma alanındaki benzer politikalarıdır (Erdal, 2014).

Yine her iki ülkede de koruyucu aile hizmetinden yararlanan çocukların biyolojik aileleriyle bağları koparılmamakta, çocuk ve ailelerin düzenli görüştürülmelerine olanak sağlanmaktadır.

Bununla birlikte İngiltere’de koruyucu aile hizmeti yerel yönetimler aracılığıyla sunulmakta iken, Türkiye’de koruyucu aile hizmeti sunmaya tek yetkili kurum Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’na bağlı İl Müdürlükleri aracılığıyla, Koruyucu Aile Birimleridir.

Koruyucu aile uygulamaları açısından her iki ülkenin gelişmişlik düzeyleri farklı olup, İngiltere’de koruyucu aile uygulamasından faydalanan çocuk sayısı Türkiye’den oldukça fazladır. Türkiye’de koruyucu aile yanında yetişen çocuk sayısı 2019 yılı itibariyle 7,259 iken, İngiltere’de bu sayı 54,870’dir. Bunun başlıca nedeni, Türkiye’de hala geleneksel aile yapısının devam etmesi, aile kurumunda çözümler olsa da aile kurumunun önemini hala koruyuyor olması ve aileler arasındaki bağlarının güçlü bir şekilde devam ediyor olmasıdır. Bugün Türkiye’de devletten koruyucu aile statüsü almamış aileler tarafından, kurum bakımına verilmeksizin, akrabalar arasında büyüyen pek çok çocuk bulunmaktadır. Bunun yanı sıra koruyucu aile yanında yetişen çocuk sayısındaki düşüklüğün bir başka nedeni de Türkiye’de birçok çocuk dayı, büyükanne, büyükbaba, hala veya amca gibi aile büyüklerinin yanında yetişmeye devam ederken, ailelerin akraba koruyucu aile modelinden bilgilerinin olmaması değerlendirilebilir.

Her iki ülkede de koruyucu aileler statü almak için bir takım prosedürleri yerine getirmekle yükümlüdür ve belli şartları yerine getirdikten sonra değerlendirmeye alınmaktadır. Ancak İngiltere’de koruyucu aile bulma kapasitesi açısından yerel yönetimler Bağımsız Koruyucu Aile Şirketleri (*Independent Fostering Agencies- İFA*) gibi özel sektörden yardım alınırken, Türkiye’de yalnızca Bakanlığa bağlı Koruyucu Aile Birimleri tarafından koruyucu aileler bulunmakta ve bu birimlerde görev yapan meslek elemanları tarafından aileler değerlendirmeye alınmaktadır (Şahin, 2019). İngiltere sisteminde olduğu gibi, Türkiye’de koruyucu aile sistemi içerisinde özel sektörden destek alınmamaktadır. Bu durum İngiltere’de bir iş sektörü haline gelmişken, Türkiye’de koruyucu aile sistemi içerisinde ekonomik kaygı ile hareket eden ve hizmet veren kitleler veya meslek grupları bulunmamaktadır (Beter, 2010).

İngiltere’de koruyucu aileler, koruyucu aileliği bir meslek haline getirmişlerdir. Türkiye’de ise koruyucu ailelerin, koruyucu aileliği daha geleneksel, duygusal ve manevi duygular içerisinde yerine getirdikleri gözlemlenmektedir (Beter, 2010).

Türkiye’de koruyucu aileler ve koruyucu aileye yerleştirilen çocuklar, koruyucu aile birimlerinde görev yapan meslek elemanları tarafından denetlenmekte ve takipleri yapılmaktadır. İngiltere’de ise çocukların ve ailelerin takip ve denetimlerini yerel yönetimler ve bağımsız koruyucu aile şirketleri tarafından sağlanmaktadır. Yıllık ülke genelinde çocukların ve sistemin denetimleri ise Ofsted isimli özel bir kuruluş tarafından yerine getirilmektedir. Ofsted bu özel ajansları ve yerel yönetimleri her yıl düzenli olarak değerlendirmekte ve sonuçları rapor olarak ülke genelinde yayınlamaktadır. Türkiye’de böylesine bir hizmet sunan kuruluş bulunmamaktadır.

Türkiye’de koruyucu aile modelinde 4 farklı türde bakım modeli bulunmaktayken İngiltere’de 11 farklı türde koruyucu aile modeli bulunmaktadır. Bu da koruyucu aile uygulamasından farklı gereksinimleri olan her çocuğun yararlanabilmesini sağlamaktadır. Bu çocukların içinde erken yaşta ebeveyn olmuş gençlerin çocuklarını büyütebilme konusunda yardıma ihtiyaç duymaları, suçta sürüklenmiş çocukların hayatlarını yeniden sağlıklı bir aile ortamında değerlendirmeleri gibi hizmet

sunan koruyucu aile modelleri örneklerinde olduğu gibi (Şahin, 2019). Türkiye’de koruyucu aile çeşitliliği oldukça az olup, daha az davranış problemlerine sahip çocukların ve daha küçük yaş grubundaki çocukların ve yoğun olarak kız çocuklarının koruyucu aile hizmetinden yararlandığını söylemek mümkün (Erdal, 2014). Türkiye’de suça sürüklenmiş veya özel gereksinimi olan çocukların daha çok akraba koruyucu aile modelinden yararlandığı ifade edilebilir.

Sonuç

Çocuğun koruyucu aile yanına yerleştirilme sürecinde sosyal incelemelerin titizlikle yapılması büyük önem taşımaktadır. Çocuğu ve koruyucu aileleri bu kritik karara hazırlamak, alıştırmak ve kararın istikrarını sağlamak büyük bir mesleki beceri gerektirmektedir. Hem koruyucu aileye hem çocuğun biyolojik ailesine doğru rehberlik yapmak ve süreci doğru yönetmek koruyucu aile sürecinde oldukça önemlidir.

Türkiye’de koruyucu aile sisteminde önemli gelişmeler olsa da hala iyileştirilmesi gereken hususlar mevcuttur. Bunlardan en önemlisi kurum bakımında yetişen çocuk sayısı, koruyucu ailede yetişen çocuk sayısından hayli fazla olmasıdır. Oysaki çocuk koruma sisteminde koruyucu aile hizmetinden yararlanan çocuk sayısının, kurum bakımında yetişen çocuk sayısından fazla olması ideal olandır. Bu bağlamda toplumun koruyucu aile konusunda bilinçlendirilmesi ve çok sayıda ailenin sürece dâhil edilmeleri oldukça önemlidir. Türkiye’de koruyucu aile yanına yerleştirilecek çocuklar arasında özellikle 0-6 yaş grubu çocukların öncelikli olması ülkenin temel politikasıdır. Oysaki 6 yaş ve üzeri çocuklar içinde koruyucu aile çalışmalarının hızlandırılması ve yoğunlaştırılması gerekmektedir. Toplumun kurum bakımında yetişmekte olan büyük yaş grubu çocuklar için koruyucu aile olmaları yönünde farkındalık çalışmaları yürütülmelidir.

Ülkemizde engelli çocukların koruyucu aile hizmetinden yararlandığı görülmektedir. Ancak sayıları oldukça az olup, özellikle engelli çocukların koruyucu aile hizmetinden yararlanmalarına yönelik hizmet politikalarının ağırlık kazanması bir ihtiyaçtır. Koruyucu aile eğitimlerinin düzenli olarak verilmesi ve engelli çocuklar için uzmanlaşmış koruyucu aile eğitimlerinin yaygınlaştırılması gerekmektedir. Aynı şekilde özel zorlukları olan çocukların koruyucu aile yanına yerleştirilmemeleri ile ilgili bir kısıtlama olmamasına rağmen koruyucu aile yanına yerleştirilme sayıları düşüktür. Bu özel zorlukları olan çocuklara yönelik koruyucu aile bulma çalışmalarının, özellikle çocukların gelişimini olumlu yönde etkileyebilecek yakın akraba koruyucu aile modeliyle yaygınlaştırılarak sağlanmalıdır.

Çocuğun kurum bakımına alındıktan sonra koruyucu aile yanına zaman kaybetmeden yerleştirilmeleri, kurum bakımıyla tanışmadan koruyucu aile sürecine alınmaları ve biyolojik ailelerin sürece müdahalelerinin önüne geçilmelidir.

Çocuğun aile yanına yerleştirilmeden önce yeterli düzeyde görüşme sağlanmasının ve aile çocuk iletişiminin sürekli güçlü tutulmasına dikkat edilmelidir. Yeterli seviyede görüşmeler yapılmadığında, ilerde çocuğun ve ailelerin karşılaşabileceği riskler açısından uyum sorunlarını beraberinde getirmesi olasıdır. Böyle sorunlar karşısında beklenen çözümler bulunamadığında aileler çaresiz bir şekilde çocukları tekrar kurum bakımına verme eğilimi gösterebilmektedirler. Bu nedenle koruyucu aile yanına çocukların yerleştirilme sürecinde aile ve çocuk görüşürme sıklığının düzenli ve yeterli seviyede

organize edilmesi, çocuğun ve ailenin birbirlerine uyum sağlaması açısından oldukça önemlidir (Üstüner vd., 2005).

Türkiye’de koruyucu aile modelleri dört model ile sınırlı olup, farklı sürelerde ve amaçlarla bakıma ihtiyaç duyan çocukların bu hizmetten yararlandırılabilmesi için ara modellerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Bunun yanı sıra pek çok çocuk bugün amca, dayı, hala, büyükbaba veya büyükanne yanında yakın akrabalarının koruyucu aile statüsü olmadan yetişmektedirler. Bu yakın akrabalarının yanında sessizce yetişen çocukların herhangi bir yerde resmi kayıtları tutulmamaktadır ve devletten herhangi bir destek almamaktadırlar. Bu aileleri de kapsayacak şekilde akraba koruyucu aile modeli Türkiye’de farklı bir zemine oturtulmalı, bu çocukların resmi olarak takibi titizlikle yapılmalı ve akraba koruyucu aileler kamu gücüyle desteklenmelidir.

Tüm bunlara ek olarak azımsanmayacak sayıda çok çocuğun, koruyucu aile uyum süreci doğru ve titizlikle yönetilemediği için başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Koruyucu aileyle çocuğun uyum süreci ve sürecin uzun vadeli başarıya ulaşabilmesi için çocuk aile ilişkisinin, doğru tutum ve davranışlarla yönetilmesi gerekmektedir. Bu alanda görevli meslek elemanlarının bu süreci düzenli ve titizlikle takip etmesi oldukça önemlidir.

Bu bağlamda her çocuk ne yazık ki koruyucu aile uygulaması için uygun değildir. Özel sorunları olan çocukların doğru çocuk koruma hizmetlerinden yararlandırılması öncelikle çocukların, ailelerin ve toplumun yüksek yarına olacaktır. Doğru aile ve doğru çocuğun titizlikle seçilmesi, koruyucu aile hizmetinin sekteye uğramaması için gereklidir.

Özetle koruyucu aile hizmeti çocukların benlik gelişimini olumlu yönde etkileyen koruma ve bakım uygulamalarından biridir. Yapılan birçok araştırma, koruyucu aile yanında bakımı sağlanan çocukların akademik, benlik, kendine güven ve yaşam becerilerinde daha başarılı olduklarını ortaya koymaktadır. Risklere ve tehlikelere karşı daha korunaklı oldukları, depresyon, stres gibi sağlık problemlerine daha dirençli oldukları tespit edilmiştir. Uzmanlar tarafından profesyonel bir şekilde yürütülen koruyucu aile süreci, doğru çocuk, doğru aile eşleştirmesi ile başarıya ulaşmaktadır.



KAYNAKÇA

- Akyüz, E. (1988). Medeni kanun ile sosyal hizmetler ve çocuk esirgeme kanunu açısından korunmaya muhtaç çocuklar. *Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 20(1-2), 409-420.
- Akyüz, E. (1991). Çocuğun Güvenliği ilkesi ışığında korunmaya muhtaç çocuklar. *Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24(2), 709-734.
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı-ASPB. (2015). Türkiye’de sosyal hizmet ve yardımların yeniden organizasyonu. *T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Araştırma ve Politika Serisi*, 21, Nisan, Ankara.
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı-ASPB. (2016). 2016 yılı faaliyet raporu. Ankara.

- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı-ASPB. (2017). Çocuk hizmetleri genel müdürlüğü 2017 yılı bülteni. Ankara.
- Baginsky, M., Gorin, S., & Sands C., (2017). The fostering system in England: Evidence review. *Department For Education, King's College London and Quest Research and Evaluation Ltd., Social Sevice in Government, July, ISBN: 978-1-78105-750-6, s:1-30.*
- Baldwin H., & Biehal N. (2016). *Briefing on the English child protection system. HESTIA, September, s:1-7.* <https://welfarestatefutures.files.wordpress.com/2016/09/hestia-whitepaper-english-child-protection-system-aug2016.pdf> erişim:23.02.2019.
- Başer, H. (2013). *Çocuk refahı alanında yeni hizmet modeli: Çocuk evleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Bakırcı, M. (2015), Yetiştirme yurdunda kalan çocukların eğitim problemleri - değerler eğitimi ile ilişkili bir değerlendirme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 14(1), 75-106.*
- Beter, Ö. (2010). *Türkiye ve İngiltere'de Çocuk Koruma Sistemleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü
- Bıyıklı, L. (1983). Koruyucu Aile Bakımı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 16(1), 11-15.*
- Cılga, İ., (1994). Gençlik ve yaşam niteliği. Ankara, TC. *Başbakanlık Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yay.*
- Çetin, H. & Çavuşoğlu, H. (2009). Yetiştirme yurdunda ve aileleri ile yaşayan adölesanların benlik saygıları ve psikolojik ihtiyaçlarının karşılaştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektornik Dergisi,2(4), 137-144.*
- Çiftci, E.G. (2009). Türkiye'de ve dünyada korunmaya ihtiyacı olan çocuklara yönelik hizmetlerin tarihsel gelişimi. *Aile ve Toplum Yılı: 11 Cilt: 5 Sayı: 19 Ekim-Kasım-Aralık, 53-65.*
- ÇHGM. (2017a). 2017 yılı bülteni. <https://cocukhizmetleri.aile.gov.tr/uploads/pages/yayinlar-ana-baslik/cocuk-hizmetleri-genel-mudurlugu-2017-bulteni.pdf> Erişim: 10.04.2020.
- ÇHGM.(2017b). 2017 yıl sonu verileri <https://cocukhizmetleri.aile.gov.tr/uploads/pages/istatistikler/2017-yil-sonu-verileri.pdf> Erişim: 10.04.2020.
- ÇHGM, (2018a). Tarihçe. <http://cocukhizmetleri.aile.gov.tr/hakkimizda/tarihce> Erişim: 10.04.2020.
- ÇHGM, (2018b). Aile yanında destek hizmetleri verileri, <https://koruyucu.aile.gov.tr/illere-gore-koruyucu-aile-istatistikleri>, Erişim: 10.04.2020.
- ÇHGM. 2015. koruyucu aile ödeme işlemleri. 28/10/2015 Tarihli 158620 Sayılı Genelge''
- Demirbilek, S. (2000). Korunmaya muhtaç gençlerin topluma yeniden kazandırılmasında yetiştirme yurtları. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2), 137-152.*
- Department For Education-Dfe. (2019). *Characteristics of children in need: 2018 to 2019 England. national statitics*, Crown Copyright, London.
- Department For Education-DfE. (2018). *Children looked after in England (including adoption), year ending 31 march 2018.* National Statistics 15 November, Crown Copyright, The National Archives, Kew, London.

- Erdal, L. (2014) Türkiye’de sosyal politika ve koruyucu aile hizmet modeli. *Sosyoekonomi, July-December, (2)*, 172-192.
- Erol, N., Şimşek Z., & Üstüner S. (2005). *Çiçekli dünyamda elimi yalnız bırakma: Dünya’da ve Türkiye’de çocuk koruma sistemleri, koruyucu aile evlat edinme*. Ümit Matbaacılık, Ankara.
- Gökkaya, B. V. (2014). Ailelerin, koruyucu aile olma nedenleri (Sivas ili örneği). *International Journal of Human Sciences, 11(1)*, 603-620.
- Güzel, S., Arslan M., & Aktekin S., (2020). Okul gelişimi bağlamında denetim uygulamaları: Ofsted örneği. *Millî Eğitim, 49(226)*, 5-34.
- Hill, M., (2000). *Origins of the local authority social services*. Local Authority Social Services An Introduction, Oxford, the UK, Blackwell Publishing.
- Koruyucu Aile Yönetmeliği. 14 Aralık 2012 Cuma, Resmî Gazete, Sayı : 28497
- Türk Medeni Kanunu, Dördüncü Ayırım, “Evlât Edinme”, Madde 305-320
- Koşar, N. (1992). *Sosyal hizmetlerde aile ve çocuk refahı alanı*. Yargıçoğlu Matbaası, 2.Basım, Ankara.
- Karataş, K. (2008). *Türkiye’de çocuk koruma sistemi ve koruyucu aile uygulamaları üzerine bir değerlendirme*. N. Erol, (Ed). “Koruyucu Aile, Evlat Edinme Hizmetleri ve Ruh Sağlığı”, içinde (41-45). Ankara: Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Ergen Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı Yayını.
- Narey, M., & Owers, M. (2018). *Foster care in England*. Crown Copyright, The National Archives, Kew, London.
- Office for Standards in Education, Children's Services and Skills-OFSTED. (2014). Introduction to independent fostering agencies. *November, Reference No: 090219, Crown Copyright, Manchester, 1-9*.
- Office for Standards in Education, Children's Services and Skills-OFSTED. (2018). Children’s Social Care in England, 2017-18. *National Statistics, Responsible Statistician: Adam King, 18 July, Manchester, 1-30*.
- Office for Standards in Education, Children's Services and Skills-OFSTED. (2019). Fostering in England 2017–18. *National Statistics, Crown Copyright, National Archives, Kew, London, 1-20*.
- Öcal, A., & Kemer kaya, G. (2011). Yetiştirme yurdunda kalmış yetişkinlerin devlet ve vatandaşlık algıları üzerine nitel bir araştırma. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, 30(1)*, 63-82.
- Özbesler, C. (2009). Koruyucu aile hizmetlerinde değerlendirme süreci. *Aile ve Toplum Eğitim ve Kültür Araştırma Dergisi, 4(16)*, 86-94.
- Salim, M. (2011). *Geçmişten Günümüze Türkiye’de Çocuk Koruma Politikaları ve Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Sarıkaya, M. (2004). II. Dünya savaşı yıllarında Türkiye’de kimsesiz çocuklara yönelik kapsamlı bir proje. *Atatürk Dergisi-Journal Of Atatürk, 4(1)*.
- Selwyn, J., Saunders, H., & Farmer, E. (2010). The views of children and young people on being cared for by an independent foster-care provider. *British Journal of Social Work, 40*, doi:10.1093, 696–713.

- Şahin, E.G. (2019). Koruyucu ailelerin koruyucu aile hizmetine ilişkin değerlendirmeleri: Zonguldak ili örneği. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Şenocak, H. (2006). Korunmaya muhtaç çocuklara sağlanan bakım yöntemleri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 5, 176-228.
- Şenol, D., & Dinç, A. (2016). Korunmaya muhtaç çocuk olgusuna sosyolojik bir bakış. 14. *Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, Uluslararası Vizyon Üniversitesi, Gostivar/Makedonya*, 491-501.
- Taşgın, N. Ş., & Özel, H. (2011). Türkiye'de sosyal hizmetlerin dönüşümü. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 22(2), 175-190.
- Toklucu, K. D. (2018). Dezavantajlı çocukları topluma kazandırmak Türkiye'de koruyucu ailelik. *Seta | Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, Analiz, Şubat, Sayı:225*, 1-18.
- Uluğtekin, S. (2004). Çocuk mahkemeleri ve sosyal inceleme raporları. *Türkiye Barolar Birliği Yayınları*, 2. Baskı, Yayın No:71, Aralık, Ankara.
- Ünal, V. (2015). Düünden bugüne kültürümüzde koruyucu aile hizmetleri üzerine bazı değerlendirmeler. *Turkish Studies, International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(6), 875-900.
- Üstüner, S. Erol N., & Şimşek Z. (2005). Koruyucu aile bakımı altındaki çocukların davranış ve duygusal sorunları. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 12 (3), 130 – 140.
- Yıldırım, Ş. (2017). 2000'li yıllarda çocuk koruma sistemi içinde bakım hizmetlerinin genel görünümü. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1).
- Yazıcı, E. (2014). Türkiye'de çocuk koruma sistemi ve koruyucu aile bakım yönteminde yeni yaklaşımlar. *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 247-270.
- Yolcuoğlu, İ. G. (2011). Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı kurulması, SHÇEK Genel Müdürlüğü'nün kapatılması konusunun irdelenmesi. <http://ismetgalip.com/aile-ve-sosyal-politikalar-bakaligi-kurulmasi-ve-shcek-genel-mudurlugunun-kapatilmasi-ve-tasra-teskilatinin-il-ozel-idarelere-devredilmesi-konusunun-irdelenmesi/> Erişim: 24.08.2018.
- Yolcuoğlu, İ. G. (2009). Sosyal çalışma ve çocuğun iyilik hali. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 20(1).
- Yörükoğlu, A. (2000). *Değişen toplumda aile ve çocuk*. Özgür Yayınları, 6.Basım, İstanbul.
- 703 Sayılı KHK, 09 Temmuz 2018 tarihli, 30473 3. Mükerrer Sayılı Resmi Gazete.

İNTERNET KAYNAKLARI

- AÇSHB. (2020). <https://koruyucu.aile.gov.tr/illere-gore-koruyucu-aile-istatistikleri>
- FOSTER CARE. (02.08.2020). <https://www.fostercareuk.co.uk/knowledge-centre/fostering-siblings/>
- GOV.UK. (09.05.2020a). <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-education/about>
- GOV.UK. (02.08.2020b). <https://www.gov.uk/becoming-foster-parent/types-of-foster-care>
- GOV.UK. (10.05.2020c). <https://www.gov.uk/government/publications/fostering-services-national-minimum-standards>

LEGISLATION.GOV.UK. (06.05.2019a).

<https://www.legislation.gov.uk/all?title=The%20Fostering%20Services%20Regulations>

LEGISLATION.GOV.UK. (05.06.2019b). <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2008/23/contents>

NSPCC. (09.05.2020a). <https://learning.nspcc.org.uk/children-and-families-at-risk/looked-after-children/>

OFSTED. (09.05.2019a). <https://www.gov.uk/government/publications/fostering-in-england-1-april-2018-to-31-march-2019/fostering-in-england-2018-to-2019-main-findings>

OFSTED. (09.05.2020a). <https://www.gov.uk/government/publications/fostering-in-england-1-april-2018-to-31-march-2019/fostering-in-england-2018-to-2019-main-findings>


OFSTED. (09.05.2020b). <https://www.gov.uk/government/publications/fostering-in-england-1-april-2018-to-31-march-2019/fostering-in-england-2018-to-2019-main-findings>


OFSTED. (10.05.2020c). <https://www.gov.uk/government/organisations/ofsted/about>

UK FOSTERING. (02.08.2020). <https://ukfostering.org.uk/fostering-information/remand-fostering/>



TÜRKİYE'DE ROMANLARIN YAŞADIKLARI PROBLEMLERE ROMANLAR, YEREL İDARECİLER ve YÖNETİCİLER PERSPEKTİFİNDEN BİR BAKIŞ*

 Sadettin ŞİMŞEK^a

 Kenan UKUŞ^b

 Galip ÖNER^c

Öz

Türkiye farklı din, dil ve etnik gruplardan çeşitli toplulukları bünyesinde barındırmaktadır. Bu etnik gruplardan biri de Romanlardır. Kökenleri Kuzey Hindistan'a dayanan Romanlar günümüzde Romanya, Bulgaristan, İspanya, Macaristan ve Türkiye başta olmak üzere Doğu Avrupa ve dünyanın farklı ülkelerinde yaşamaktadırlar. Romanlar sahip oldukları kültürel değer ve yaşama biçimleriyle farklı ülkelerdeki baskın kültürden çoğu zaman farklılık gösterdikleri söylenebilir. Bu bağlamda araştırmanın amacı yerel düzeyde kamu kurumlarında görev yapan üst düzey idareciler ve yöneticiler ile Roman kökenli Türk vatandaşlarının gözünden Romanlar ve yaşadıkları problemleri ortaya koymaktır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan temel nitel araştırma kapsamında yürütülen bu çalışmada üç kaymakam, üç ilçe belediye başkan yardımcısı ile İl Nüfus Müdürlüğü, İl Millî Eğitim Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü ile Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü'nden birer üst düzey yetkilinin yanı sıra, biri Roman dernek başkanı olmak üzere, beş Roman kökenli Türk vatandaşıyla görüşme yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler nitel veri analiz tekniklerinden betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda Romanlar da dahil katılımcıların Romanları çoğunlukla olumsuz nitelendirmeler ile tanımladıkları ve Romanların en önemli problemlerinin toplumda karşılaştıkları önyargıların yanı sıra istihdam, eğitim ve barınma olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Romanlar, Yerel otoriteler, Nitel araştırma, Görüşme



PROBLEMS FACED BY GYPSIES LIVING IN TURKEY FROM THE PERSPECTIVE OF LOCAL AUTHORITIES AND GYPSIES

Abstract

Turkey different religions, languages and is a country where various communities of ethnic groups. One of these ethnic groups is the Gypsies. Gypsies, whose origins are in Northern India, live in different countries of

* Bu çalışma TÜBİTAK Bilim İnsanı Destekleme Daire Başkanlığı'nın 2209-A destek programı kapsamında desteklenmiştir. Proje çalışmasında birinci yazar yürütücü, ikinci yazar araştırmacı, üçüncü yazar ise danışman olarak yer almıştır. Bu çalışmanın özeti 27-29 Haziran 2019 tarihleri arasında İstanbul'da Yıldız Teknik Üniversitesinin ev sahipliğinde gerçekleştirilen V. Uluslararası TURKCESS Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi'nde sunulmuştur.

^a Yüksek Lisans Öğr., Erciyes Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, simseksadettin1@gmail.com

^b Öğretmen, Özel Öğretim Kurumu, Bursa, kenanukus7@gmail.com

^c Arş. Gör., Erciyes Üniversitesi, Eğitim, Fakültesi, galiponer@erciyes.edu.tr

the world, especially in Eastern Europe (Romania, Bulgaria, Spain, Hungary, Turkey). Gypsies often differ from the dominant culture in their countries with their cultural values and different lifestyles. In this context, the aim of the study is to reveal the Gypsies and their problems from the perspective of Turkish citizens of Gypsy origin, who are administrators working in different public institutions in the local geography. Basic qualitative research, one of the qualitative research methods, was used in the study. The study group of the researcher consists of 3 district governors, 3 deputy mayors of the district, and a senior official from the Provincial Population Directorate, Provincial Directorate of National Education, Provincial Directorate of Health, and Provincial Directorate of Family, Labor and Social Services. In addition, five Turkish citizens of Gypsy origin, one of whom is the Gypsy association president, took part in the research as participants. The data were obtained from interviews, which is one of the qualitative data collection tools. These data were analyzed by descriptive analysis, one of the qualitative data analysis techniques. In addition to the prejudices they face in society, employment, education, and accommodation are the most important problems of Gypsies.

Key Words: Gypsies, Local authorities, Qualitative research, Interview



Giriş

Günümüzde birçok toplumda olduğu gibi Türk toplumunda da bir alt kültür grubu olarak varlıklarını sürdüren Romanlar, bölge ve şehirlere göre kendi içlerinde de farklı kültürel özellikler gösterebilmektedir (Güllü ve Yıldırım, 2016). Bu farklılıklar yer aldıkları toplumların kültürel kimliğini zenginleştirirken öte yandan bir takım sosyal problemlerle karşı karşıya kalmalarına da neden olabilmektedir. Romanlar yaklaşık bin yıl önce Hindistan’ın kuzeyinden batıya doğru gerçekleştirdikleri göçler sonucunda günümüzde Avrupa’da 10-12 milyon arasında (Council of Europe, 2020) bir nüfusa sahiptirler. Avrupa Konseyi’nin Romanlar ve Gezginler (Roma and Traveller) bölümünün verilerine göre bu nüfusun %25’i Türkiye’de yaşamaktadır. Bu bağlamda çalışmanın bu bölümünde Romanların kökenlerine ve Türkiye’deki tarihine odaklanılmaya çalışılacaktır.

Yaygın olarak *Çingene* olarak adlandırılan Romanlar günümüzde dünyanın farklı coğrafyalarında yaşamakta ve yaşadıkları tüm toplumsal yapılarda sayısal olarak da büyük bir azınlık grubunu oluşturmaktadırlar (Alp, 2015). Din, dil, meslek, ekonomik durum, barınma gibi unsurlardan kaynaklanan karakteristik yaşam tarzları nedeniyle buldukları toplumlarda dezavantajlı gruplar olarak görülmektedirler. Geçmişten bugüne çeşitli önyargılara maruz kalan Romanlar, başta sosyal dışlanma olmak üzere, yoksulluk, işsizlik, barınma, temel hak ve hizmetlere erişememe ve bunlardan yararlanamama gibi çeşitli sorunlarla yaşamaya çalışmış, ancak özellikle Batı coğrafyasında sindirme, asimilasyon, baskı, ağır cezalara maruz kalma, yaralanma ve hatta öldürülme gibi insanlık dışı uygulamalar ile karşılaşmışlardır (Çetin, 2017). Bu nedenle, Romanlar Avrupa’da yaşayan *vatansızlar*, *topraksızlar* olarak da tanımlanmaktadırlar (Alp, 2015). *Çingene* kelimesi Hırvatça’da *Tsigani*, Romence’de *Tigan*, Almanca’da *Zigeuner*, Fransızca’da *Tsiganes*, Kıpçakça’da *Çığan*, Kırgızca’da *Siğan*, Kazakça’da *Tsigan*, Farsça’da *Çingane* kelimeleri, Türkçe’deki *Çingene* anlamında kullanılmaktadır (Akgül, 2010). Gerek toplumda gerekse de *Çingene*/Romanlar nezdinde “*Çingene*” ve “*Roman*” adından hangisinin kullanılacağına yönelik bir uzlaşma bulunmamaktadır (Gün, 2016). Ancak uluslararası alanyazında son yıllarda yapılan araştırmalarda “*Roman*” olarak kabul görmektedir.

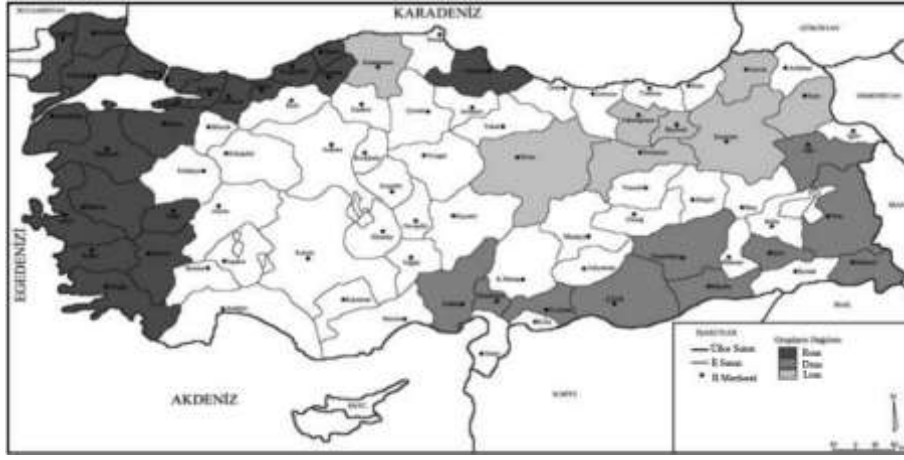
Kökenleri konusunda yapılan uzun tartışmalar sonucunda Romanların kökenlerinin Kuzey Batı Hindistan olduğu tespit edilmiştir (Ünalı, 2012'den akt. Çetin, 2017). Kolukırık'ın (2008) aktardığına göre Çingeneler 9. yüzyıldan sonra açlık, kuraklık ve savaş gibi çeşitli nedenlerle Kuzey Hindistan'dan ayrılarak önce İran'a, oradan ise küçük bir kısmı Rusya üzerinden Sibirya'ya, önemli bir kısmı ise Anadolu'ya gelmişlerdir. Anadolu üzerinden ise iki kola ayrılarak ilerlemiş, birinci kol Balkanlar üzerinden, ikinci kol ise Suriye, Filistin ve Mısır üzerinden İspanya'ya ulaşarak Avrupa'ya dağılmışlardır.

Günümüzde Romanlar başta Avrupa olmak üzere birçok kıtada varlıklarını sürdürmektedirler. Romanlar Avrupa'da Romanya, İspanya, Bulgaristan, Macaristan, Slovakya ve Rusya (Arayıcı, 2008'den akt. Alp, 2015) gibi ülkelerde yoğun olarak yaşamaktadırlar. Romanların yoğun olarak yaşadıkları ülkelerden biri de Türkiye'dir. Anadolu'ya tam olarak ne zaman geldikleri hakkında kesin bir bilgiye sahip olunmamakla birlikte Marsh (2008) Türkiye'deki Romanların kökenini Bizans döneminde yaşamış Atsinganoi veya Athinganoi adı verilen gruplara dayandırmıştır. Marsh bu grupların büyücülük ve falcılıkla anılan, Eskişehir civarında yaşamış Frigyalı bir grup olduğunu ve Ortodoks kiliseleri tarafından sık sık cezalandırıldıklarını ifade etmiştir.

Osmanlı Devleti'nde Romanlara yönelik farklı iskân (yurtlandırma) ve politika uygulamalarına gidilmiştir. Osmanlı Devleti sancakların yönetimine dair kanun hazırlarken o sancak bölgesinin geleneklerini, halkının devlete karşı yükümlülüklerini inceleyerek bir sancak kanunnamesi hazırlamaktaydı. Ve sancak sınırlarını belirlerken coğrafi doğal sınırları göz önünde bulundurulmuş ancak Çingeneler için etnik değerler üzerine bir sancak kurulmasını kararlaştırılmıştır (Dingeç, 2004). Bu kapsamda Romanlar için Rumeli Beylerbeyliği'ne bağlı ayrı bir sancak meydana getirilerek *Çingene Sancağı* kurulmuştur. Bu sancağın hukuki, mali ve askeri işlerini düzenlemek amacıyla Kırklareli merkez tayin edilerek Eski Hisar-ı Sağra, Hayrabolu, Malkara, Döğenci-Eli, İncügez, Gümölcine, Yanbolu, Pınarhisar, Pravadi, Dimetoka, Ferecik, Keşan, İpsala ve Çorlu mıntıkları ile İstanbul ve Rumeli Eyaleti'nde oturan diğer Çingeneler de bu sancağa bağlanmışlardır (Göncüoğlu ve Yavuztürk, 2009). Osmanlı toplumunda Romanların bir kısmının Müslüman bir kısmının ise Hristiyan olmasına rağmen Romanların tamamından, yalnızca gayrimüslimlerden alınan, cizye vergisi alınmış ve Türk, Kürt, Acem, Rus, Yahudi, Gürcüler gibi Romanlar da devşirme dışında tutulmuşlardır (Altınöz, 2005). Osmanlı Devleti Çingene Sancağı'na bağlı Romanlardan geri hizmetlerinde (kale, yol, köprü yapımı, cephane taşıma vb.) yararlanılmıştır. Günümüz Türkiye'sinde ise Marsh (2008) Çingene nüfusunun üç ana dilsel grup olan Romlar, Domlar ve Lomlardan oluştuğunu ve her birinin farklı bir kültürü yaşatmakta olduğunu, bunlardan bir kısmının çoktan kaybedilmiş geleneksel meslek ve zanaatları sürdürdüğünü belirtmiştir. Ayrıca Türkiye'deki Çingeneler'deki dilsel farklılıkların nedenini ise grupların kökenlerinin Balkanlar, Kafkaslar ve Ortadoğu'ya dayanmasından kaynaklı olduğunu ifade etmiştir.

Dünya'da Romanların toplam sayıları asimilasyona uğrayanlarla birlikte 30-40 milyon civarında olduğu, Türkiye'de ise kesin olmamakla birlikte nüfuslarının 400-500 bin arasında olduğu düşünülmektedir (Alp, 2015). Harita 1'de Türkiye'deki Romanların dilsel gruplarına göre dağılımları verilmiştir. Buna göre Rom'lar daha çok Ege, Marmara, Orta ve Batı Karadeniz bölgelerinde; Dom'lar ise başta Doğu Anadolu olmak üzere Karadeniz ve İç Anadolu'nun bazı şehirlerinde; Lom'lar ise Güney

Doğu Anadolu bölgesi başta olmak üzere Akdeniz ve Doğu Anadolu’nun bazı şehirlerinde yaşamaktadırlar.



Harita 1. Türkiye’deki Rom, Dom ve Lom Gruplarının Coğrafi Dağılımı (Kolukırık, 2008: 148)

Türkiye’de Çingeneler, Ege, Marmara ve Karadeniz bölgelerinde *Roman* olarak adlandırılırlarken, Erzurum, Artvin, Bayburt, Erzincan ve Sivas Çingeneleri için *Poşa*; Van, Hakkâri, Mardin ve Siirt Çingeneleri için *Mitrib*; İç Anadolu Çingeneleri için *Elekçi*; Akdeniz Bölgesindeki Çingeneler için *Arabacı* ya da *Manuş*; Adana ve Osmaniye yöresindekiler için *Cono* tabiri kullanılabilmekte, ayrıca yaptıkları mesleklere göre de *Bohçacı*, *Çiçekçi*, *Kalaycı*, *Sepetçi*, *Ayıcı*, *Demirci*, *Trampacı* gibi adlar ile anılabilmekle birlikte resmi dilde ise *Esmer Vatandaş* diye tanımlanmaktadırlar (Kolukırık, 2006; Kolukırık, 2008).

“Türkiye’deki Çingenelerin büyük çoğunluğu, daha doğumlarında kayıt altına alınmamaları ve kişisel belgelere sahip olmamalarıyla başlayan ve çocuklarının eğitim sisteminden dışlanmasıyla devam eden bir kısır döngüye saplanmaktadır. Bunlardan başka, yetişkinlik döneminde içinden çıkılması mümkün olmayan bir yoksulluk tuzağına düşmekte, güvenli koşullarda barınmamakta ve çoğunlukla fiziksel şiddete karşı korunmasız kalmaktadır.” (Helsinki Yurttaşlar Derneği, 2008: 101).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, Romanların toplumsal alanda birtakım sorunlarla karşılaştıkları saptanmıştır (Genç, Taylan ve Barış, 2015; Fırat ve Açıkgöz, 2020; Gülmez, 2020; Özateşler, 2013). Buna rağmen Romanların, yerel yönetimler başta olmak üzere çeşitli kamu kurumlarındaki üst düzey yetkililer ile Romanların bizatihi kendileri tarafından nasıl görüldüğü araştırmalarla ortaya çıkarılamamıştır. Bu durum Romanların karşılaştıkları problemlerin anlaşılması ve giderilmesi önünde birtakım eksikliklere neden olabilir. Dolayısıyla araştırmanın amacı, Romanların karşılaştıkları problemleri ve Romanlara karşı bakış açılarını yerelde bulunan idareciler ve yöneticiler ile bizatihi Romanların perspektifiyle ortaya koymaktır. Bu bağlamda araştırmada aşağıdaki alt problemlere yanıt aranmaktadır:

1. Romanların ve yereldeki idareci ve yöneticilerin Romanlara ilişkin düşünceleri nelerdir?
2. Romanların yaşadıkları problemler nelerdir?
3. Romanların karşılaştıkları problemlere ilişkin çözüm önerileri nelerdir?

A. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

1. Araştırmanın Modeli

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden temel nitel araştırma kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e (2011) göre nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir. Temel nitel araştırmada veriler, görüşmeler, gözlemler ve doküman incelemeleri yoluyla insanların dünyalarını nasıl anlamlandırdıklarını belirlemek ve bu anlamları açığa çıkarmak amaçlamaktadır (Merriam, 2013). Araştırmada katılımcıların Romanlara ve yaşadıkları problemlere ilişkin düşüncelerini görüşmeler yoluyla tespit etmek amaçlandığından araştırmada temel nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

2. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcıları amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme ve kolay ulaşılabilir durum örnekleme ile belirlenmiştir. Kamu kurumlarında görev yapmakta olan idareci ve yöneticiler alanyazında hareketle Romanların karşılaştıkları problemlere çözüm sağlayabilecek kamu kurumlarında karar verici bir pozisyonda olması ölçütüyle, Romanlar ise kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Katılımcılar araştırmada gönüllü olarak yer almışlardır. Çalışmada yer alan katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir. Çalışma kapsamında Kayseri ilinde üç farklı kaymakamlık, üç farklı belediye ve İl Milli Eğitim Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü, İl Nüfus Müdürlüğü ile Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü'nden birer yetkili ile görüşmeler yapılmıştır. Resmi kurum ve kuruluşlarda yapılan görüşmeler kaymakamlıklarda kaymakam ile belediye ve diğer kurumlarda ise üst düzey yetkililer ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Katılımcılar	İl	Cinsiyet
Kaymakam-1	Kayseri	Erkek
Kaymakam-2	Kayseri	Erkek
Kaymakam-3	Kayseri	Erkek
İlçe Belediyesi-1	Kayseri	Erkek
İlçe Belediyesi-2	Kayseri	Erkek
İlçe Belediyesi-3	Kayseri	Erkek
İl Milli Eğitim Müdürlüğü-1	Kayseri	Erkek
İl Sağlık Müdürlüğü-1	Kayseri	Erkek
İl Nüfus Müdürlüğü-1	Kayseri	Erkek
Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü-1	Kayseri	Erkek
Aziz (Roman Derneği Başkanı)	Mersin	Erkek
Leyla	Mersin	Kadın
Esin	Mersin	Kadın
Ayhan	Mersin	Erkek
Fatih	Mersin	Erkek
Toplam		n=15

Tablo 1’de katılımcıların iki ayrı ilde olduğu görülmektedir. Kayseri’de 10 kamu kurum idareci ve yöneticisi ile Mersin’de ise biri Roman derneği başkanı olmak üzere 5 Roman ile görüşülmüştür. Çalışma katılımcılarının iki ayrı ilde olmasının nedeni bu çalışmanın TÜBİTAK destekli bir üniversite projesi olması (Erciyes Üniversitesi-Kayseri), Kayseri’de Roman Derneği’nin bulunmaması nedeniyle, çalışmanın ikinci veri toplama aşaması Mersin’de gerçekleştirilmiştir. İki farklı ilde 13’ü erkek, 2’si kadın olmak üzere toplamda 15 katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır. Roman kökenli Türk vatandaşlarının isimlerine rumuz verilerek kodlanmıştır.

3. Veri Toplama Aracı

Çalışmada nitel veri toplama araçlarından yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda araştırmanın amacı çerçevesinde katılımcılara yönelik ortak soruların yanı sıra katılımcıların farklılaşmasından kaynaklı farklı sorulara da yer verilmiştir. Alanyazından hareketle hazırlanan görüşme formu önce iki alan uzmanının görüşüne sunulmuş olarak düzeltmelerde bulunmuş sonrasında ise iki kişiyle pilot uygulama gerçekleştirilmiştir.

4. Verilerin Analizi

Araştırmada veriler görüşmelerin ses kaydı ile kayıt altına alınmasıyla toplanmış ve daha sonra yazıya dökümü sağlanarak analiz sürecine geçilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler nitel veri analiz yaklaşımlarından betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Bogdan ve Biklen’e (1992) göre nitel veri analizi, araştırmacının verileri düzenlediği, analiz birimlerine ayırdığı, sentezlediği, biçimleri ortaya çıkardığı,

önemli değişkenleri keşfettiği ve hangi bilgileri rapora yansıtacağına karar verdiği bir süreçtir (akt. Özdemir, 2010). Betimsel analiz, derinlemesine analiz gerektirmeyen verilerin işlenmesinde kullanılır. Bu yaklaşıma göre elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Verilerden elde edilen temalar alanyazından hareketle oluşturulmasından ve bu temaların aynı zamanda soruları da meydana getirmesinden dolayı çalışmada veriler betimsel analiz tekniği ile çözümlenmiştir.

B. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde bulgular üç kısımdan oluşmaktadır. İlk olarak çalışma kapsamında yer alan resmî kurumların üst düzey yetkililerinden oluşan 10 katılımcı ile yapılan (bkz. Tablo 1) yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara “*Yerel İdareci ve Yöneticilerin Romanlara Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgular*” başlığı altında yer verilmiştir. İkinci olarak ise 5 Roman kökenli Türk vatandaşı ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara “*Romanların Kendilerine Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgular*” başlığı içerisinde yer verilmiştir.

1. Yerel İdareci ve Yöneticilerin Romanlara Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgular

Kayseri’de Romanların nispeten yoğun yaşadıkları üç ilçe belediyesi, üç kaymakamlık, bir İl Milli Eğitim Müdürlüğü, bir İl Sağlık Müdürlüğü, bir İl Nüfus Müdürlüğü ve bir Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü yetkilileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara yer verilen bu bölümde katılımcılara Romanlara ilişkin görüş ve düşüncelerine yer verilmiştir. Katılımcıların Romanları nasıl tanımladıklarına ilişkin bulgular Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Romanlara Yönelik Görüşleri

Görüşler	f	%
1. Göçebe hayatı yaşayan	5	19
2. Toplumla uyum sorunu yaşayan	4	15
3. Çadırda yaşayan	3	11
4. Romanya’dan gelen topluluk	3	11
5. Eğlenceye düşkün	2	8
6. Bir kültüre bağlı kalmayan	2	8
7. Suça eğilimli kişiler	1	4
8. Yoksul kişiler	1	4
9. Hindistan’dan gelen topluluk	1	4
10. Türk toplumuna renk katan kişiler	1	4
11. Vatansızlar	1	4
12. Esmer vatandaş	1	4
13. Bize göre daha hür ve serbest takılan kişiler	1	4
Toplam	26	100

Katılımcılar tarafından Romanlar, *göçebe hayatı yaşayan, toplumla uyum sorunu yaşayan, çadırda yaşayan, Romanya’dan gelen, eğlenceye düşkün, bir kültüre bağlı olmayan kişiler, suça eğilimli kişiler, yoksul*

kişiler, Hindistan’dan gelen topluluk, Türk toplumuna renk katan kişiler, vatansızlar, esmer vatandaş, bize göre daha hür ve serbest takılan kişiler olarak görülmektedir.

Katılımcılara yöneltilen “Kurumunuzda çalışan Roman var mı?” ile “Romanlarla birlikte çalışmak ister misiniz?” sorularından elde edilen bulgular Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Kurumlarındaki Roman İstihdam Etme Durumları

Kurumunuzda Roman çalışan var mı?	n	%
Evet	1	10
Hayır	9	90
Toplam	10	100

Romanlarla çalışmak ister misiniz?	n	%
Evet	10	100
Hayır	-	-
Toplam	10	100

Kamu kurumlarında çalışan Romanlar yok denecek kadar az olmakla birlikte tüm katılımcılar kurumlarında Romanlarla birlikte çalışmak istediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların tamamı gerekli şartların sağlanması durumunda etnik kökenin çalışma yaşamında bir önemi olmadığını düşünmektedirler.

Katılımcılara yöneltilen “Size göre Romanlar Türk toplumunda nasıl görülmektedir?” sorusundan elde edilen bulgular Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4. Katılımcılara Göre Toplumda Romanlar

Toplumda Romanlar	f	%
Olumsuz		
1. Topluma uyum problemi yaşayan	4	17
2. Suça eğilimli	4	17
3. Eğitim düzeyi düşük	3	13
4. Dışlanan	3	13
5. Hayat standartları düşük	2	8
6. Kendi aralarında samimi	1	4
7. İstanbul’un belli bir semtinde yaşayan (Sulukule vb.)	1	4
8. Düzenli bir işe sahip olmayan	1	4
9. Kültürlerini daha serbest yaşayan	1	4
10. Anti-sempatik	1	4
11. Ayı oynatıcıları	1	4
Olumlu		
12. Neşeli ve eğlenceli	2	8
Toplam	24	100

Tablo 4'e göre katılımcılar %92 ile Romanların toplum tarafından olumsuz niteliklerle birlikte düşünüldüğü görüşüne sahiptirler. Buna göre Romanlar kendilerinin toplum tarafından *topluma uyum problemi yaşayan, suça eğilimli, eğitim düzeyi düşük, dışlanan* kişiler olarak görüldüklerini düşünmektedirler. Olumlu olarak nitelendirilebilecek tek özellik ise *neşeli ve eğlenceli* olarak görülmeleridir.

Yukarıda ifade edilen tanımlamaların çoğunlukla olumsuz önyargılardan oluştuğu görülmektedir. Bu önyargılarla mücadele edebilmek için kurum yetkililerine "Size göre Romanlara yönelik önyargılarla baş edebilmek için neler yapılabilir?" sorusu yöneltilmiş ve bu sorudan elde edilen bulgular Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Romanlara Yönelik Önyargılarla Baş Etme Önerileri

Önyargılarla Baş Etme Önerileri	f	%
Eğitim		
1. Eğitimde sürdürülebilirlik sağlanmalı	6	26
İstihdam		
2. İstihdama yönelik projeler üretilmeli	6	26
Medya ve Araştırma		
3. Toplumdaki ön yargıların kırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalı	4	18
4. Medya doğru ve etkin kullanılmalı	1	4
5. Sosyal araştırmalar yapılmalı	1	4
Barınma ve Hizmetlere Erişim		
6. Barınma ihtiyaçları giderilmeli	3	13
7. Devlet hizmetlerine tam erişimleri sağlanmalı	2	9
Toplam	23	100

Tablo 5'e göre katılımcılar Romanlara yönelik önyargılarla mücadele edebilmek için Romanların eğitime devam etmesinin sağlanması, istihdama yönelik projelerin üretilmesi, önyargıyla mücadele etmek için araştırmaların yapılarak medyanın etkin kullanılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Buna göre Romanlar toplumda karşılaştıkları önyargılara karşı eğitim, istihdam, barınma, medya ve araştırmalara yönelik öneriler getirmişlerdir.

Katılımcılara son olarak "Romanlara yönelik kurumunuzun dahil olduğu proje ve faaliyetler gerçekleştiriliyor mu?" sorusu yöneltilmiş ve bu sorudan elde edilen bulgular Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Kurumların Romanlara Yönelik Projeleri

Durum	n	%
Var	3	30
Eğitim (Kurs vb.)	4	29
İstihdam	3	21
Sosyal tesislerin yapımı (Spor salonu vb.)	3	21
Barınma yardımı	2	14
Sosyal yardım	2	14
Yok	7	70
Talebin olmaması	3	60
Roman nüfusunun az olması	2	40
Toplam	10	100

Tablo 6’ya göre yetkili düzeyinde araştırmada yer alan 10 kurumdan 7’sinin Romanlara yönelik projelerinin olmadığı, yalnızca 3’ünün proje/faaliyetler gerçekleştirdiği görülmektedir. Romanlara yönelik proje ve faaliyetler gerçekleştiren kurumlar daha çok eğitim, istihdam, sosyal tesisleri yapımı, barınma ve sosyal yardım faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. Kurumların çoğunun Romanlara yönelik proje ve faaliyetlerde bulunmamasının temel nedenini ise kendilerine gelen bir talebin olmaması veya buldukları yerlerde Roman nüfusunun az olmasından kaynaklandığı ifade etmişlerdir.

2. Romanların Kendilerine Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgular

Bulguların bu bölümünde son olarak çalışmada yer alan 2’si kadın 3’ü erkek olan 5 katılımcı ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Diğer katılımcılarda olduğu gibi Roman katılımcılara da ilk olarak “Size göre Romanlar kimlerdir?” sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 7. Romanlara Kendilerine Yönelik Görüşleri

Romanların Kendilerine Yönelik Görüşler	f	%
Olumlu		
1. Kendilerine özgü kültürleri olan	3	14
2. Çalışkan / Her çeşit işi yapan	2	9
3. Sanatçı/Müzikle uğraşan	2	9
4. Barışçıl	1	5
5. Aile temelli değerleri öne çıkaran	1	5
Olumsuz		
6. Toplumdan dışlanan	3	14
7. Eğitimsiz	1	5
8. Güç yaşam koşullarına sahip	1	5
9. Topluluk olarak gelişme gösterememiş	1	5
10. Sık sık göç eden	1	5
Diğer		
11. Hindistan'dan göç edip gelen topluluk	3	14
12. Çingene diye tabir edilen	1	5
13. Esmer tenli	1	5
Toplam	21	100

Tablo 7'ye göre Roman katılımcılar kendilerini %42 ile olumlu şekilde ifade etmişlerdir. Buna göre Romanlar kendilerini *kendilerine özgü kültürleri olan, her işi yapabilecek çalışkan kişiler, müzikle uğraşan sanatçı kişiler* olarak tanımlamışlardır. Ancak Romanlar kendilerini tanımlarken %34 ile olumsuz özellikleriyle tanımlamışlardır. Buna göre Romanlar kendilerini *toplumdan dışlanan, eğitimsiz, güç yaşam koşullarına sahip, topluluk olarak gelişme gösterememiş ve sık sık göç eden insanlar* olarak tanımlamışlardır. Bunlar dışında Romanlar kendilerini köken, söylem ve ten rengi üzerinden de tanımlamışlardır. Esin bu konuda;

“Eğitimsiz insanlar, eğitime önem veriyorlar ama karşı taraftan dışlanmadan dolayı eğitimleri yarıda kalıyor, bize eğitimsiz olarak bir algı yaratıyorlar, eğitimsiz oldukları için Çalgı Çengi yapan oynayan tanınımı yapıyorlar ama hepsi aynı değil, hep genelleme ile bizi bir duruma sokuyorlar hepimiz aynı değiliz yani” demiştir.

Fatih'e göre ise *“Bu gerçekten geniş bir kavram ama toplum içinde eğer Romanlar kimdir dersiniz, ezilen ve ayrımcılığa maruz kalan insanlardır.”* demiştir. Romanlara yöneltilen *“Gündelik hayatta sıklıkla hangi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?”* sorusundan elde edilen bulgular ise Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Romanların Karşılaştıkları Problemlere İlişkin Bulgular

Romanların Karşılaştıkları Problemler	f	%
Sosyal		
1. Önyargılar	5	42
2. Dışlanma/Ayrımcılık	3	25
3. Söylem (Çingene, bohçacı vb.)	1	8
Ekonomik		
4. İstihdam	2	17
Eğitim		
5. Eğitim	1	8
Toplam	12	100

Romanların gündelik hayatlarında yaşadıkları sorunlar üç kategoride toplanmaktadır. Bunlar Sosyal, Ekonomik ve Eğitim sorunlarıdır. Ancak Tablo 8 incelendiğinde Romanların en fazla karşılaştıkları sorunların başında Sosyal problemler gelmektedir. Buna göre Romanlar kendilerine yönelik önyargılar, ayrımcılık ve olumsuz söylemlerle mücadele etmek durumunda kalmaktadırlar. Bunlara ek olarak düzenli bir istihdama ve eğitim olanaklarına sahip olmama gibi sorunları da bulunmaktadır. Leyla bu konuda;

“Otobüste çarşıya giderken dışlanıyoruz, sen Romansın yanımda oturma gibi şeyler de duyuyoruz, kılık kıyafete bakıyorlar, insanların hareketleri falan değişiyor yer vermek istemiyorlar. Roman olduğumuzu anladıkları zaman önyargılı yaklaşıyorlar Çingene falan diyorlar ama biz Çingene kelimesini kabul etmiyoruz Roman kelimesini kabul ediyoruz.” Şeklinde karşılaştıkları sorunları ifade etmiştir.

Aziz ise bu konuda *“...Çok ciddi bir ayrımcılık da var, okumuş üniversite mezunu olmaması sebebiyle kamu kuruluşlarında yoklar ve yeni mesleklerde bundan dolayı yoklar.”* yanıtını vermiştir.

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise *“Toplum içerisinde kendinizi dışlanmış hissettiğiniz zamanlar oluyor mu?”* sorusudur. Bu sorudan elde edilen bulgular Tablo 8’deki bulguları destekler niteliktedir.

Tablo 9. Katılımcıların Toplumda Dışlanma Durumları

Dışlanma	n	%
1. Evet	5	100
2. Hayır	-	-
Toplam	5	100

Tablo 9’a göre katılımcıların tamamı kendilerini toplum içerisinde dışlanmış hissetmektedirler. Konu hakkında Ayhan yaşadıkları durumu şu şekilde açıklamıştır:

“Çok oluyor, dışlanmış soyutlanmış kapalı bir toplumuz. Kapalı olmamıza neden olan şeyler de dışarıda gördüklerimiz yaşadıklarımızdır. O yüzden biz dışarı çok fazla çıkmıyoruz. Nedir işte işe gideceksin, iş vermiyorlar. Eğitime gidiyorsun mesela başta her şey eğitimle başlıyor, öğretmenler bakıyorlar Roman Mahallesi’nde çocuğa sen Romansın işte sen bir şarkı oku ya da çalgı çal diyorlar

çünkü biliyor ki Romanlar müzisyenlikten başka bir iş yapmaz. Demiyor ki o çocuklar müzik okusunlar ya da desene bizim her türlü toplumdaki her türlü mesleğe ihtiyacımız var bizim boyacıya da ihtiyacımız var elektrikçiye de ihtiyacımız var, mobilyacıya, öğretmene de doktora da ihtiyacımız var demiyor. Mesela bizim çocuklar erken okula gidemiyor neden gidemiyor çünkü bizim aileler temizlik yapıyor temizlik yapınca gece boyunca çalışıyorlar sabah geliyorlar zaten sabah gelince de onlar hayatı ters yaşıyorlar gündüz uyurlar gece ayaktalar böyle olduğu zaman okula çocukları kim götüreceksin? Demeyeceksin işte bunları geç geliyorlar erken kalkıyorlar böyle değil anlayacaksınız! Bunun nedeni Demek ki iş nedeniyle kaynaklanıyor diyeceksin anlayacaksınız! ...”

Yine Ayhan “...Romanlar genelde evliliklerini kendi aralarında yaparlar çünkü korkuları var, yaşamış olduğumuz şeyler var, tecrübeler var. Evlilik yaptığın zaman dışarıda Çingene diyorlar sana, örnekler var. Örneğin bizim kızlarımızı aldıkları zaman kendilerine çekiyorlar, işte çocukları biz yetiştireceğiz bizim gibi olacak, işte Çingene gibi olmasın onlar işte karısına Çingene diyor, ailesine Çingene diyor, çocuklarına karısının ailesine göndermiyor. Böyle şeyler çok, öyle olduğu için de biz de toplumda kendimizi düşünüyoruz, iyi evliliklerde var yok değil oluyor ama biz yine de daha içimizde kalıyoruz kapanıyoruz. Bende hep şu var Romanlar nasıl algılanır toplumda, işte insanları eğlendirmek için yaratılmış varlıklardır ben hep bunu değiştirmeye çalışıyorum. Mesela ben Sivas'ta Cumhuriyet Üniversitesi biyoloji bölümünü bitirdim, Akdeniz Üniversitesi'nde pedagojik formasyon eğitimi aldım bir de Budapeşte'de bir yıl İngilizce eğitimi aldım. Dershanelerde İngilizce öğretmenliği yaptım, Biyoloji öğretmenliği yaptım. Okullarda ücretli öğretmenlikte yaptım, fen bilgisi öğretmenliği. Ücretli öğretmenlik yapacağım zaman kendimi tanıtım müdüre, ben Romanım dediğimde bana dedi ki sen Roman olduğun söyleme sonra aileler bize çocuklarını getirmezler dedi...” şeklinde yaşadıkları durumu açıklamıştır.

Roman derneği başkanlığı da yapan Aziz ise “Yani yakınımıdaki insanları dışlanıyor. Zaten bu konuyla ilgili ayrımcılık var. Hırsızlıkla suçluyorlar. Bizim derneğin bu konuyla ilgili topluma yani mahalleliye kendimizi tanıtmak için etkinliklerimiz ve şenliklerimiz oluyor bunların çoğunu Roman Mahallesi'nde yapmaya çalışıyoruz, insanların bu düşüncesini geliştirmek için. Bazen de insan düşüncesini değiştirmek çok zor oluyor, basından da biliyorsunuz algı çok önemli bence bu konuda. Romanlar değil de ön yargısı bulunan insanlara bu konuda eğitim almalı” demiştir.

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise “Size göre Romanlar toplumda nasıl görülmektedir?” şeklindedir. Bu sorudan elde edilen bulgular Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Romanlara Göre Toplumda Romanların Görülme Biçimleri

Toplumda Romanlar	f	%
Olumsuz		
1. Dışlanan	3	18
2. Eğitim düzeyi düşük	2	11
3. Düzenli bir işi olmayan	2	11
4. Hırsızlığa eğilimli	2	11
5. Alt grup üyesi	1	6
6. Hijyen problemi olan	1	6
7. Müzikle uğraşan	1	6
8. Okumayı sevmeyen	1	6
9. Toplumda uyum sorunu olan	1	6
Olumlu		
10. Eğlenceli	3	18
Toplam	17	99/100

Tablo 10’a göre Romanlar kendilerini toplum tarafından daha çok olumsuz olarak görüldüklerini düşünmektedirler. Buna göre toplum tarafından Romanlar olumlu tek nitelendirme *eğlenceliyken* öte yandan ise *dışlanan, eğitim düzeyi düşük, düzenli bir işi olmayan, hırsızlığa eğilimli, alt grup üyesi, hijyen problemi olan, müzikle uğraşan, okumayı sevmeyen, toplumda uyum sorunu olan* insanlar olarak görüldüklerini belirtmişlerdir. Konu hakkında bazı katılımcı görüşleri şöyledir: Esin;

“Biz eğlenceli insanlarız, bize sürekli söylüyorlar sizin yerinizde olmayı çok isteriz diye, siz çok eğlenceli insanlarsınız diyorlar güzel Romanları çok seviyoruz falan diyorlar”; Fatih ise “Şu anda Romanlar toplumda bir alt grup gibi algılanmakta dışlanmaya ve aşağılanmaya maruz kalıyorlar sorunları genel olarak bilinmiyor hayatlarını günlük olarak yaşayan vur patlasın çal oynasın gibi algılanıyor.” demiştir. Aziz ise;

“Romanlar basında gösterildiği gibi raks eden, oynayan, baktığımızda sanki Mazoşist gruplar gibi adeta acılarından zevk alan insanlar gibi algılanıyor ama tabii öyle değil. Binlerce yıllık bir kültürden bahsediyoruz. İnsanlarda şu an yoksulluk işsizlik hat safhada, kendi kültürünü yaşamakla ilgili ciddi problemler var. Arka plan bambaşka aslında sadece oynayan, yemek yapan bir figür var ama gerçek manada böyle bir şey yok.” demiştir.

Katılımcılara kamu kurum veya kuruluşlarından yardım alıp almadıklarına ilişkin bulgular Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Kamu Kurum ve Kuruluşlarından Yardım Alma Durumları

Kamu Yardımlarından Yararlanma	n	%
1. Evet	-	-
2. Hayır	3	60
3. Bazen	2	40
Toplam	5	100

Tablo 11'e göre katılımcılar kamu yardımlarından yeterince yararlanmadıkları tespit edilmiştir. Fatih konu hakkında, "Birçoğu almaya başladı buradaki federasyonun girişimi ile Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve sosyal yardımlaşma kurumları tarafından geniş bir tarama yapıldı bu tarama sonucunda ihtiyaçları olan haneler gerekli yardımları almaya başladılar." demiştir.

Roman dernek başkanı da olan Aziz'e "Dernek olarak belediye, valilik, kaymakamlık gibi kurumlarla iş birliği yapıyor musunuz?" sorusu yöneltilmiş bu soruya "İş birliği yapmaya çalışıyoruz. İş birliği içerisinde olursak bu işlerin daha kolay olacağını zannediyorum. Bu kapsamda 2 defa SODES projesi uyguladık. Bu iş birliğini özellikle eğitim ve istihdam için yapmaya çalışıyoruz." şeklinde yanıt vererek resmî kurumlarla temas içinde olduklarını ifade etmişlerdir "Kamu kurum veya kuruluşlarından yardım alıyor musunuz?" sorusuna ise:

"Gerekli desteği görüyoruz dersek yalan olur. Çünkü onların böyle bir farkındalık yaşaması gerekiyor. ... Tüm kurumlar bu konuyla ilgili biraz farkındalık geliştirebilirlerse işimiz çok kolaylaşır ve sürecin bir şekilde başlamasını sağlar, yeter ki o farkındalık olsun." demiştir. Ayrıca Aziz; "Resmî kurumların size karşı tutumları nasıl?" sorusuna da;

"Gittiğimiz zaman bir sıkıntı yok görüşmelerde ve benzeri şeyler de sıkıntı yok ama çalıştırmakta sıkıntı var. Onları bu durumu çok iyi anlatmak gerekiyor, ben biliyorum ki bu konuda ilgili bakanlıklar bunlara Roman'a çalıştırmaya yönelik sürekli yazı gönderiyor ama bunlar uygulanmıyor. Sonuç bu şekil olunca sorunlar ortaya çıkıyor bunları çözmek için çözüm odaklı olmalı ve beraber hareket etmeliyiz" diye yanıt vermiştir.

Böylelikle resmî kurumların Roman derneğine yönelik tutumlarının olumlu ancak Romanlara yönelik icraatların gerçekleştirilmesinde sıkıntılar olduğu belirlenmiştir.

"Romanların en sık yaptıkları meslekler nelerdir?" sorusundan edinilen bulgular ise Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Romanların En Sık Yaptıkları Meslekler

Meslekler	n	%
1. Müzisyen	3	16
2. Oto yıkamacı	3	16
3. Kâğıt toplayıcı	3	16
4. Temizlikçi	3	16
5. Çiçekçi	2	11
6. Bohçacı	1	5
7. Demirci	1	5
8. Faytoncu	1	5
9. Kalaycı	1	5
10. Sepetçi	1	5
Toplam	19	100

Tablo 12'de belirtildiği üzere katılımcılar Romanların müzisyenlik, oto yıkamacı, kâğıt toplayıcı, temizlikçi, çiçekçi, bohçacı, demirci, faytoncu, kalaycı, sepetçi mesleğini yaptıkları belirlenmiştir. Esin bu

konuda “Müziyenlik, çöp toplayıcılık, kadınlar temizliğe gidiyor, çiçekçilik var ama Mersin’de çok yok. Meslek olarak çok çeşitlilik yok hatta geçen biri Roman Market açmıştı, çok şaşırdım, sevindim yani” demiştir. Aziz ise:

“Bahsettiğimiz geleneksel meslekleri çoğu önemini yitirdi. Örneğin Demirci’siydi, Kalaycı’sıydı, Faytoncu’suydu bunlar şu an yok olma durumundadırlar. Romanları bu konuda geleneksel mesleklerden ziyade modern meslekler ile buluşturmak lazım. Zaten Romanlarda işsizliğin %95 olmasının sebebi bundan kaynaklanıyor, oturup düşünmek lazım iş dünyasında her ilin ihtiyaçlarına göre adam yetiştirilmesi ve istihdamın buna göre yapılması lazım” demiştir.

Romanların gözünden Romanların yaşadıkları problemler Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13. Romanların Başlıca Problemleri

Yaşanılan Problemler	f	%
1. Eğitim	4	31
2. İstihdam/işsizlik	4	31
3. Barınma	3	24
4. Topluma uyum	1	7
5. Sağlık	1	7
Toplam	13	100

Tablo 13’te belirtildiği üzere Roman katılımcılara göre Romanların yaşadıkları en önemli üç problemin eğitim, istihdam ve barınma olduğunu ifade edilmiştir. Leyla “Öncelikle eğitim sorunu çözülsürse diğer tüm sorunların çözüleceğine inanıyorum. Onun dışında işsizlik nedeniyle aileler çocuklarını okula gönderemiyor, üçüncü olarak da barınma sorunu diyebilirim” diyerek yaşanan problemleri ifade etmiştir. Aziz ise “Şu anda en büyük sorun istihdam ve eğitim olarak görünüyor bunların açılması noktasında çok ciddi bir direnişle karşılaşılıyor, özellikle istihdam noktasında sıkıntılarla karşılaşılıyor.” demiştir.

Son olarak katılımcıların bu problemleri ortadan kaldırmak için neler yapılabileceğine ilişkin önerileri Tablo 14’te yer verilmiştir.

Tablo 14. Katılımcıların Problemlere Yönelik Önerileri

Öneriler	f	%
1. Devlet destekli istihdamın sağlanması	3	30
2. Devlet destekli projelerin yürütülmesi	3	30
3. Sürekli eğitim/Mesleki kursların yapılması	2	20
4. Roman kanaat önderlerinin söz sahibi olması	1	10
5. Roman Eylem Planı’nın uygulanması	1	10
Toplam	10	100

Tablo 14’e göre katılımcılar Romanların toplumda karşılaştığı problemlerin önüne geçilebilmesi için devlet destekli istihdam ve projelerin gerçekleştirilmesini istedikleri belirlenmiştir. Fatih’e göre;

“Sistemik uygulayıcı politikalara ve programlara ihtiyaç var, yani devlet bu alana el atıp bu sorunların çözümü için özel çalışmalar yapması gerekiyor. Romanlara yönelik özel yaklaşımlar ve çözüm önerileri öğretmesi gerekiyor çünkü gerçekten Romanların ve diğer vatandaşların problemleri

var, özel eğitim konusunda ailelerin ekonomik durumu çok düşük olduğu için bu konularda da ciddi sıkıntılar çıkmaktadır.” önerilerini belirtmiştir.

Aziz de bu konuda “Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı İŞKUR meslek kurslarının toplumun ihtiyaçlarına yönelik kurslar açtırması lazım ki bu insanların istihdam noktasında yaşanan sıkıntılar giderebilsin. ... Roman Eylem Planı'nın yenilenmesi lazım. Çalışmaların İçişleri Bakanlığı'nın ya da valilik üzerinden mutlaka yürütülmesi gerekiyor, valiliklerin özellikle bunun çok önemli parçası olması gerektiğini, İŞKUR'da da bununla ilgili bir birim oluşturulsa sorunların kendiliğinden çözüleceğini inanıyorum. Bunlar uğraşılırsa çok basit şeyler.” şeklinde önerilerini ifade etmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Romanların ve Yerel idareciler ile kamu kurumlarında görev yapan yetkililerin Romanları nasıl gördüklerine ve yaşadıkları problemleri tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmadan elde edilen sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

Araştırma sonucunda yerel idareciler ve kamu kurum yetkililerinin Romanları tanımlarken daha çok olumsuz niteliklerle tanımladıkları görülmektedir. Benzer şekilde Romanlar ile yerel idareciler ve kamu kurum yetkilileri de Romanların toplum tarafından daha çok olumsuz nitelendirmelerle ele alındıklarını düşündükleri tespit edilmiştir. Buna göre Romanların toplumda çeşitli nedenlerle dışlanan, göçebe yaşamları nedeniyle çadırlarda yaşayan, topluma uyum problemi yaşayan, suça eğilimli insanlar olarak görülmektedirler. Öte yandan Romanlara yönelik olumlu olarak nitelendirmeler ise yalnızca eğlenceli olmaları ile sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise Romanların da kendilerini tanımlarken olumlu niteliklerinin yanı sıra olumsuz nitelendirmelerle de tanımlamaktadırlar. Buna göre Romanlar kendilerine özgü kültürlerini, çalışkan, sanatçı, barışçıl özellikleriyle ifade ederken aynı zamanda eğitimsiz, topluluk olarak gelişme gösterememiş, sıklıkla göç eden, dışlanan inşalar olarak da kendilerini ifade etmektedirler. Romanların kendilerini olumsuz nitelendirmelerle ifade etmelerinin temelinde yüzyıllardır kendilerine karşı toplumsal olarak gösterilen önyargıların kanıksanmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bu önyargıların aksine araştırmada yer alan yerel idareciler ve kurum yetkilileri kurumlarında Romanlara çalışmak istediklerini belirtmelerine rağmen bir kurum hariç kurumlarında Roman çalışmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum Romanların kurumlarda yeterince istihdam edilmediğini gösterebileceği öte yandan kurumların yetki alanlarının genişliği nedeniyle üst düzey yetkililerin istihdam ettikleri personelleri yeterince tanımadıklarından ve işe alımlarla etnik kayıtların yer almamasından da kaynaklanıyor olabilir.

Romanlara yönelik önyargıların oluşmasında çeşitli etkenlerin rol oynadığı söylenebilir. Alp'e (2015) göre istihdam sorunları, düşük gelirli işlerde çalışma zorunluğu, eğitim sistemine entegrasyonda çeşitli sıkıntılar yaşayan Çingenelerin, kültürel ve sanatsal eserlerde (dizi, film vb.) müzikleri ve danslarıyla bir eğlence unsuru gibi sunulduğunu; ayrıca kavgacı, potansiyel suçlu, hırsızlık yapan ve kural tanımaz olarak gösterildiğini tespit etmiştir. İlhan ve Fırat (2017) da yaptıkları çalışmada Çingeneliğin inşasında Çingeneleri dışlamaya zemin hazırlayan atasözleri, deyimler, edebi eserler ve medya, mitler ve olumsuz söylencelerin varlığına dikkat çekmiştir. Öte yandan da Çingeneliğe ilişkin önyargıların yine Çingeneler tarafından içselleştirilmesi nedeniyle Çingeneliğin inşa ve yeniden

üretmesinde Çingenerin de rolünün bulunduğunu belirtmiştir. Şahyar-Akdemir (2015) ile Ünaldı (2012) da çalışmalarında Çingenerlere karşı kökleşmiş önyargıların bulunduğunu, Kolukırık (2004) ise bu ön yargıların oluşmasındaki temel etkenlerin Çingenerin yaşadıkları toplumun kültüründen farklı bir görünüm çizmelerinden, yaptıkları iş ve mesleklerden kaynaklandığını ifade etmiştir. Araştırmada Romanların kendileri ve toplum tarafından eğlenceli insanlar olarak görülmesine ilişkin sonuca benzer olarak Yaprak (2015) da çalışmasında Romanların kendilerini eğlenmeyi ve eğlendirmeyi seven, müzik eşliğinde dans eden ve bu özelliklerini Tanrı’nın bir nimeti olarak gören kişiler olarak tanımladıkları sonucuna ulaşmıştır.

Araştırma sonucunda Romanların kamu yardım ve desteklerinden yeterince yararlanamadıklarını belirlenmiştir. Buna göre Romanlar kamu yardım ve desteğinden yeterince yararlanılmadığını ifade ederken, yerel idareciler ve kurum yetkililerinin önemli bir kısmı Romanlara yönelik proje ve faaliyetlerinin olmadığı tespit edilmiştir. Yerel idareciler ve kurum temsilcileri bu durumu ise Romanlardan kendilerine yönelik bir talebin gelmemesiyle ifade etmişlerdir. Dolayısıyla Romanlar ile yerel idareci ve kurum yetkilileri arasında bir bilgi, hizmet ve talep alışverişinin olmadığını göstermektedir. Romanlar sayıları değişmekle beraber Türkiye’nin her bölgesinde ve ilinde yaşamalarına rağmen sorunlarını yerelde dile getirebilecekleri yeterli sivil toplum kuruluşlarına sahip değildirler. Bu araştırmada da Kayseri’de görece fazla sayılabilecek bir Roman nüfusuna rağmen Romanlara yönelik bir derneğin olmaması nedeniyle araştırmanın bir bölümü Mersin’de gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda Romanların yerelde problemlerine çözüm bulunabilmesi için sivil toplum kuruluşlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Araştırmada Romanların daha çok geleneksel meslekleri yaptıkları ancak hızla gelişen dünyada üretim ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi nedeniyle geleneksel mesleklerin kaybolmaya yüz tutması nedeniyle işsiz veya düzenli işlerde çalışmamaktadır. Buna göre Romanlar müzisyenlik, oto yıkamacılık, kâğıt toplayıcılık, temizlikçilik, çiçekçilik, bohçacılık, demircilik, kalaycılık, faytonculuk ve sepetçilik mesleğini icra ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu geleneksel mesleklere ek olarak Kolukırık (2006) da çalışmasında Roman erkeklerin çoğunlukla hamallık, hurdacılık, çöp toplayıcılık, ayakkabı boyacılık, tütün işçiliği, pazarcılık ve müzisyenlik; Roman kadınların ise ev temizliği ve tütün işçiliği yaptıklarını ortaya koymuştur. Fırat ve Açıkgöz (2020) ise çalışmasında Romanların geleneksel mesleklerinin kaybolması nedeniyle kentsel çalışma koşullarının onlara dayattığı ve kendi tercihleri olmayan işleri yaparak hayata tutunmaya çalışmalarıyla açıklamıştır. Düzenli ve nispeten yüksek gelirli bir işe sahip olmayan Romanlar bu durum neticesinde barınma, eğitim ve sağlık sorunlarıyla da mücadele etmek durumunda kalmaktadırlar. Buna örnek olarak Durmaz (2015) çalışmasında maddi imkânsızlıklar sebebiyle eğitimlerine devam edemeyen Romanların çalışma hayatına erken yaşlarda atılmak zorunda kaldıkları bu nedenle eğitimlerini yarıda bırakmak durumunda kaldıklarını ifade etmiştir. Eğitimlerinin yarıda kalması nedeniyle yüksek gelirli işlerde de çalışmamaktadırlar. Bu durum bir sarmal halinde kuşaktan kuşağa devam etmektedir.

Romanların yaşadıkları problemlerin önyargılara bağlı söylem ve dışlanmalara ek olarak eğitim, istihdam ve barınma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Kolukırık (2006) da çalışmasında Romanların en büyük sorunlarının işsizlik, fakirlik ve eğitim olduğunu ve bu konudaki temel engelin dışlanma ve hakir görülme üzerinden farklılaşmanın ön plana çıkarılması olduğunu tespit etmiştir.

Ayrıca çalışma sonucunda Roman katılımcıların tamamı kendilerini toplumdan dışlanmış olarak görmektedirler. Romanlar karşılaştıkları bu problemlerin devlet destekli çözülebileceğine inanmakta ve çözümü devletten talep etmektedirler. Romanların neredeyse tüm problemlerinin kaynağını teşkil eden toplumda karşılaştıkları önyargılara yönelik yerel idareci ve kurum yetkililerinin önerileri ise eğitimde devamın sağlanması, istihdamı artırmaya yönelik projelerin üretilmesini, medyanın Romanlara yönelik önyargıların kaldırılmasında etkin kullanılmasını, barınma ihtiyaçlarının giderilmesi şeklindedir. Akkan, Deniz ve Ertan'ın (2011) Roman Topluluklar İçin Bütünlüklü Sosyal Politikalar Geliştirme Projesi kapsamında gerçekleştirdikleri araştırmada da Romanların mekânlarının iyileştirilmesi, geçimlerinin ve hizmetlere erişimlerinin garanti altına alınması gerektiği belirtmiştir. Öke ve Kurt-Topuz (2010) da çalışmasında Romanların Türkiye'de anayasal düzenlemeler çerçevesinde eşit yurttaşlık haklarına sahip olmakla birlikte sosyal ve ekonomik haklara erişmek ve bu haklardan faydalanmak bakımından birtakım sıkıntılarla karşılaştıkları sonucuna ulaşmışlardır. Bu sorunların çözümü için Dural ve Eseler'in (2017) de çalışmasında belirttiği gibi Roman kökenli yurttaşlar, yerel yönetimlerden maddi ve manevi destek, adaletli hizmet, devlettense daha fazla anlayış ve ilgi beklemektedirler.

Türkiye'de Eğitim ve Barınma Hakkına Erişimde Roman Toplumuna Yönelik Ayrımcı Uygulamaların İzlenmesi İçin Sivil Toplumun Mobilize Edilmesi Projesi raporuna göre Roman topluluklar temel hizmetlerin yetersizliği, mülkiyet hakkının güvencesiz hale gelmesi ve fiziksel ayrıştırma gibi sorunlar nedeniyle kötü barınma koşullarına sahip olduğu, Roman çocukların eğitime erişimde önemli ölçüde engellerle karşılaştığı, eğitime erişebilenlerin ise sınıf içerisinde ayrımcılık, kapsayıcı olmayan müfredat ve çocukların birçoğunun *Roman okulları* olarak adlandırılan kötü performansa sahip okullarda ayrı tutulması gibi bir dizi sorunla karşılaştığı saptanmıştır (Karan, 2017). Alp (2016) bir sosyal ağ üzerine yaptığı araştırmasında Çingenerlerin çeşitli nefret söylemlerine maruz kaldığını tespit etmiştir. Alp'e göre nefret söylemi ve suçuna maruz kalan Romanlar önyargılar nedeniyle eğitim sistemine entegrasyonlarında sıkıntılar yaşamakta, sosyal hayattan ve iş hayatından dışlanmaktadır. Dolayısıyla meslek edinme konusunda sıkıntılar yaşayan Romanlar bir yandan da ekonomik sıkıntı çekmektedirler.

Araştırma sonucunda Romanların problemlerinin sarmal bir şekilde iç içe olduğu, bir problemin diğer bir problemi tetiklediği görülmektedir. Gün (2016) bu durumu çalışmasında etnisite ve yoksulluk arasındaki sıkı bir ilişkinin olduğunu, etnisitenin Çingene/Roman yoksulluğunu ortaya çıkaran ve derinleştiren en önemli unsur olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca etnisitenin Çingene/Romanlara yönelik önyargılar, kalıpyargılar ve damgalamanın da en önemli nedeni olduğunu belirtmiştir. Gün, tüm bunların Çingene/Romanların en başta barınma, eğitim, istihdam ve sağlık gibi toplumsal alanlarda etnik ayrımcılık ve ayrımcılıkla beslenen dışlanmaya maruz kalmalarına sebep olduğunu; dolayısıyla Çingene/Romanların yaşadıkları yoksulluğun kronik bir hale gelerek sorunların iç içe geçtiği *etnikleşen yoksulluk döngüsü'*nü oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır. Dolayısıyla araştırma bulgularından hareketle Romanların eğitim, barınma, istihdam problemlerinin tamamının giderilmesi durumunda dışlanma sorunlarının ve kendilerine yönelik önyargılarının en aza indirilebileceği söylenebilir. Bu problemler ancak bütüncül bir yaklaşımla ele alınır ve politikalar üretilebilirse giderilebilecektir. Aksi takdirde istihdam sağlanmadan barınma ve eğitim sağlanamayacağı gibi, kaliteli eğitime erişmeden de nitelikli istihdam ve barınma koşullarına ulaşamayacaktır. Bu bağlamda araştırma sonuçlarından hareketle öncelikle Romanlara istihdam ve barınma desteği verilmeli ve Roman çocukların kaliteli eğitime

erişmeleri sağlanmalı, Romanlar ile yerel idareciler arasında bağlantıyı güçlendirmek için Roman sivil toplum kuruluşları kurulmalıdır. Ayrıca 2016 yılında, güncel adıyla, *Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı* tarafından yayınlanan *Roman Vatandaşlara Yönelik Strateji Belgesi*’nde Bakanlık tarafından 2016-2021 yıllarını kapsayan bir eylem planını tarihi ve içeriği genişletilerek etkili şekilde uygulanması önerilebilir.



KAYNAKÇA

- Akgül, B. (2010). Türkiye Çingenerinin politikleşmesi ve örgütlenme deneyimleri. *Öneri*, 9(34), 213-222, <https://doi.org/10.14783/od.v9i34.1012000243>
- Akkan, B. E., Deniz, M. B., & Ertan, M. (2011). *Sosyal dışlanmanın Roman halleri*. Boğaziçi Üniversitesi, https://spf.boun.edu.tr/sites/spf.boun.edu.tr/files/1439798483_roman_kitap_tr.pdf Alp, H. (2015). *Medyada nefret söylemi ve çingene toplumuna yönelik ayrımcı söylemin suça dönüşme süreci*. [Yayınlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alp, H. (2016). Çingeneleşmeye yönelik nefret söyleminin Ekşi Sözlük’te yeniden üretilmesi. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 143-172.
- Altınöz, İ. (2005). *Osmanlı toplumunda çingenerler*. [Yayınlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetin, B. I. (2017). Kimlikleriyle Romanlar: Türkiye’deki Roman vatandaşlara yönelik sosyal içerme ulusal strateji belgesi ve birinci aşama eylem planının değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 85-112. <https://doi.org/10.11611/yead.278435>
- Dingec, E. (2004). *Rumeli’de geri hizmet teşkilatı içinde çingenerler (XVI. yüzyıl)*. [Yayınlanmamış doktora tezi]. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dural, A. B., & Eseler, B. (2017). Dezavantajlı bir grup olarak çingenerlerin yerel yönetim mekanizmalarında algılanırlık durumu: Tekirdağ ve Bandırma örneği. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(Özel Sayı-4), 1-22.
- Durmaz, N. (2015). Eğlence sektöründe çalışma koşulları ve ayrımcılık: Çingenerler örneği. *Çalışma ve Toplum*, 1, 259-291.
- Fırat, M., & Açıkgöz, R. (2020). Elazığ’da yaşayan çingenerlerin değişen/dönüşen meslekleri üzerine nitel bir araştırma. *Journal of Economy Culture and Society*, Supp, (1), 229-248. <https://doi.org/10.26650/JECS2019-0058>
- Genç, Y., Taylan, H. H., & Barış, İ. (2015). Roman çocuklarının eğitim süreci ve akademik başarılarında sosyal dışlanma algısının rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 33, 79-97. <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2796>

- Göncüoğlu, S. F., & Yavuztürk, Ş. P. (2009). Sulukule ve çingeneleri. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 23, 107-134.
- Güllü, İ., & Yıldırım, K. (2016). Alt kültür gruplarında suç ve toplumsallaşma ilişkisi: Karaman Çingeneleri örneği, *Border Crossing*, 6(1), 46-78.
- Gülmez, B. (2020). Romanis (Gypsies) in medieval Cyprus. *IJEASS*, 3(1), 17-25.
- Gün, S. (2016). *Etnikleşen yoksulluk: Çingeneler/Romanlar örneği*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Helsinki Yurttaşlar Derneği (hYd). (2008). Eşitsiz vatandaşlık: Türkiye Çingenelerinin karşılaştığı hak ihlalleri. *Saha Araştırmaları*, https://hyd.org.tr/attachments/article/30/biz_buraday%C4%B1z_-_turkiye'de_romanlar-2.pdf
- İlhan, S., & Fırat, M. (2017). Bir inşa süreci olarak çingenelik: Kuramsal bir çözümleme. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(2), 265-276.
- Karan, U. (2017). Görmezlikten gelinen eşitsizlik: Türkiye’de Romanların barınma ve eğitim hakkına erişimi. Uluslararası Azınlık Hakları Grubu, https://minorityrights.org/wp-content/uploads/2017/06/MRG_Rapor.pdf
- Kolukırık, S. (2004). *Aramızdaki yabancı: Çingeneler*. [Yayınlanmamış doktora tezi]. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kolukırık, S. (2006a). Perceptions of identity amongst the Tarlabası Gypsies, İzmir, *Gypsiesandthe Problem of Identities: Contextual, ConstructedandContested*, Ed. Adrian Marsh and Elin Strand. Swedish Research Institute in Istanbul, ss.113-140, Kitap Yayınevi.
- Kolukırık, S. (2006b). Sosyolojik perspektiften Türk(ıye) çingeneleri: İzmir çingeneleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-24.
- Kolukırık, S. (2008). Türkiye’de Rom, Dom ve Lom gruplarının görünümü. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 5, 143-153.
- Marsh, A. (2008). Türkiye Çingenelerinin tarihi hakkında, *Biz Buradayız! Türkiye’de Romanlar, Ayrımcı Uygulamalar ve Hak Mücadelesi* içinde. ERRC, <http://www.errc.org/reports-and-submissions/biz-buradayiz-turkiyede-romanlar-ayrimci-uygulamalar-ve-hak-mucadelesi>
- Öke, M. K., & Kurt-Topuz, S. (2010). Eşit yurttaşlık hakları bağlamında çingene yurttaşların sosyal ve ekonomik haklara erişimi: Edirne örneği. Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu, <http://www.sosyalhaklar.net/2010/bildiri/oke.pdf>.
- Özateşler, G. (2013). Avrupa’da roma/çingeneler üzerine sosyal politikalar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 2(3), 13-34.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.

Şahyar-Akdemir, D. (2015). *Ayrımcılıkla mücadele: Çingenelele yönelik ayrımcılık kapsamında pozitif ayrımcılık uygulamalarına eleştirel bir yaklaşım*. [Yayınlanmamış doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ünaldı, H. (2012). Türkiye’de yaşayan kültürel bir farklılık: Çingenelele. *Batman University Journal of Life Sciences*, 1(1), 615-626.

Yaprak, M. (2015). *Etiketleme kuramı çerçevesinde çingene etnisitesinde kirlilik ve sosyal dışlanmışlık algısı (İzmir tepecik örneği)*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.



TÜRKİYE'DE DEĞİŞEN SOSYAL VE KÜLTÜREL KİMLİKLERİ BAĞLAMINDA KADIN MÜZİSYENLER*

 Mehtap ULUBAŞOĞLU^a

 N. Oya LEVENDOĞLU^b

Öz

Bu çalışmanın amacı, farklı kültürel geçmişlerden gelen kadın sanatçıların meslek yaşamlarında, bu kültürel geçmişin nasıl bir etkisi olduğunu anlamaktır. Bu bağlamda çalışmanın problem cümlesini “Türkiye’de kadın müzisyenlerin meslek yaşamlarını kültürel ve sosyal kimlikleri nasıl etkilemektedir?” sorusu oluşturmaktadır. Bu soruya yanıt aramak için nitel araştırma yöntemleri, veri toplama ve çözümleme teknikleri kullanılmıştır. Bu yöntemler kapsamında, mesleğinde en az on yıl tecrübesi olan, alanında öne çıkmış, altı kadın sanatçı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örneklem olarak seçilen kişiler Türk klasik müziği, Türk halk müziği ve batı müziği alanlarında çalışan kadın sanatçılar olmak üzere farklı sosyo-kültürel yapılar temel alınarak çalışmaya dâhil edilmişlerdir. Görüşmelerin süresi ortalama otuz dakikadır. Verilerin çözümlemesinde ise içerik analizi kullanılmıştır. Sonuç olarak, Türk klasik müziği, Türk halk müziği ve Batı müziği gruplarından seçilen görüşme kişilerinin meslekî kariyerlerinin şekillenmesinde, sosyo-kültürel çevrelerinin oldukça aktif bir role sahip olduğu ve bu noktada en dezavantajlı grubun Türk klasik müziği alanında çalışan kadın sanatçılar olduğu, en avantajlı grubun ise batı müziği alanında mesleki kariyerlerini şekillendirenler olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kadın müzisyenler, Sosyo-kültürel yapı, Türk klasik müziği, Türk halk müziği, Batı müziği



WOMAN MUSICIANS REGARDING THEIR CHANGING SOCIAL AND CULTURAL IDENTITIES IN TURKEY

Abstract

The purpose of the study is to understand how cultural backgrounds of women artists, who have different cultural backgrounds, have been affected their professional career. In this context, the problem sentence of the study is “In Turkey how careers of women artists are affected by their cultural and social identities?” To address this research question techniques of qualitative research methods, data collection and data analysis are used. Within these methods, semi- structured talks have been accomplished with six women artists who have at least ten years of experience in the their professional field and have become prominent. Sample of the

* Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Müzik Anasanat Dalı’nda yürütülen yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

^a Doktora Öğr., Erciyes Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, mehtap.ozbiyik@hotmail.com

^b Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, levendogluoya@gmail.com

study comprises of women who work in fields of Turkish classical music, Turkish folk music and western music, based upon their different socio-cultural structures. Durations of the interwievs are on avarage thirty minutes. Content analysis was used to analyze the data. As a result, in shaping of the professional career of interviewees who are assigned from the groups of Turkish classical music, Turkish folk music and the western music, their socio-cultural environments have the significant role and at this point, it has been observed that the most disadvantageous group is the group which comprises of women artists who work in the field of Turkish classical music and the most advantageous group is the group that comprises of women artists who developed their vocational career in the direction of western music.

Key Words: Women musicians, Socio-cultural structure, Turkish classical music, Turkish folk music, Western music



Giriş

1. Tarihsel Arka Plan’a Dair

Türkiye’de kadın kimliğinin sosyal ve kültürel ortamlar bağlamındaki durumuna dair yaşantılar ve bu konuda sarf edilen düşünceler, tarihsel bakımdan uzun bir geçmişe dayanır ve Cumhuriyet dönemi öncesine kadar iner. Çakır (2016) bu konudaki somutlaşmış örneklerden birini, kadının ev dışındaki yaşamını, gideceği, gezeceği yerleri, alışverişini nereden yapacağı, hangi araçlara binebileceği, hatta aracın hangi bölümünde oturacağını dahi fermanlarla belirlenmiş olduğunu ifade eden ‘Osmanlı Kadın Hareketi’ isimli çalışmasında ele alır (Çakır, 2016). Diğer bir örneği ise tiyatro dünyasının içinde görmek mümkündür. Namık Kemal’in ‘*Vatan Yahut Silistire*’ adlı piyesinin büyük ilgi görmesi, piyesin kadınlar için de gösterilmesi arzusunun doğurmuş ancak bu istek, müftü başta olmak üzere ‘*Müslüman kadınların tiyatroya gitmesi dinen sakıncalıdır*’ kararı alan muhafazakâr kalabalık tarafından, aynı gün kadınların sokağa çıkmaları ve tiyatroya girişlerinin engellenmesi ile sonuçlanmıştır (Güler, 2018, s. 65). Bir diğer örnek ise, Afife Jale’nin meslek yaşamına dair anılarında yer almıştır. 27 Ekim 1914 tarihinde, İstanbul Belediyesi bünyesinde konservatuvar olarak açılan Dârülbedâyi, zamanla tiyatro topluluğuna dönüşmüş, halen İstanbul Şehir Tiyatroları olarak varlığını sürdürmektedir. 1919 yılında Dârülbedâyi yönetim kurulu, sınavla birkaç Türk kızının kuruma alınacağını duyurmuş, sınav sonucunda Afife (Jale), Behire, Beyza, Memduha ve Refika isimli kızların kuruma alınmasına karar verilmiştir. Afife Jale, aktris kadrosuna katılmıştır. Dönemin geleneksel yapısı içerisinde, bir Türk kızının sahneye çıkması mümkün olmadığı için, asıl adı ‘Afife Hidayet’ olan Afife’nin ‘Afife Jale’ takma ismiyle sahneye çıkmasına karar verilir. Ancak 27 Şubat 1921 tarihinde, İstanbul Belediye Başkanlığından gelen yazı ile Müslüman kadınların sahneye çıkarılmaları yasaklanmıştır. Çok kısa bir süre sonra ise İstanbul Belediyesi tarafından, Afife Jale’nin, kadrodan çıkarılması kararı verilmiş ve Dârülbedâyi bu kararı yerine getirmek durumunda kalmıştır (Balcıgil, 2018).

Cumhuriyetin ilanı (1923) ile birlikte dönemin hükümeti, kadınların eğitimi, sosyalleşmesi, kültürel gelişimi ve sosyal kimlik kazanmaları amacıyla bir dizi kanun çıkarılmasına önem ve destek vermiştir. Dönemin aydın ve idarecileri, Atatürk’ün önderliğinde bir takım devrimler gerçekleştirmeye başlamışlar ve bu devrimlerin merkezinde, kültürel yapılanma çerçevesinde, ‘sanat’ ve ‘kadınların

eğitimi' en önemli konulardan biri olarak ele alınmıştır. Örneğin, Cumhuriyet'in kurulmasından kısa bir süre önce, 21 Mart 1923'te Atatürk'ün Konya'da yaptığı bir konuşması bu vurgularla doludur:

Kadınlarımız için asıl mücadele alanı, asıl zafer kazanılması gereken alan, biçim ve kılıkta başarıdan çok, ışıkla, bilgi ve kültürle, gerçek faziletle süslenip donanmaktır. Ben muhterem hanımlarımızın, Avrupa kadınlarının aşağısında kalmayacak, aksine pek çok yönden onların üstüne çıkacak şekilde ışıkla, bilgi ve kültürle donanacaklarından asla şüphe etmeyen ve buna kesinlikle emin olanlardanım (Güler, 2018, s. 227).

Bu uygulamaların sanat ile ilgili olan kısmı, Türk müzik hayatına da yön verecek şekilde kurgulanmış ve yeni Türkiye hayali içerisinde kadın kimliği, büyük resmin önemli bir karesini oluşturmaya başlamıştır. Çıkarılan özel yasa 'Harika Çocuk Yasası' ile yurtdışına gönderilen İdil Biret, Sun Kan, yine Türk müzik yaşamına yön verecek isimlerden Ayla Erduran, Güher-Süher Pekinel kardeşler, Leyla Gencer, Semiha Berksoy, batı müziğinin Türkiye'deki önemli temsilcileridir. Klasik Türk müziği alanında, Leyla Saz, Safiye Ayla, Neveser Kökdeş, Bedriye Şerbetçigil Hoşgör, Mebruke Çağla, Nezahat Adula, Vecihe Daryal, Faize Ergin, Laika Karabey, Melahat Pars, Mefharet Yıldırım, halk müziği alanında, Neriman Altındağ Tüfekçi, Muzaffer Akgün, Nezahat Bayram, Emel Taşcıoğlu, Fatma Oflaz hanım, Nevruza Oylum, Ayşe Berk, Dudu Karabıyık kadın kimliğinin sanat alanındaki akla gelen ilk isimleridir (Çıtı & Gülün, 2019).

Sanata ve sanatçıya büyük önem ve değer veren Atatürk, bu uğurda emek veren Türk kadınının her daim yanında olmuş ve destek vermiştir. Bu destek ile müziği meslek edinmiş Türk kadını, gerek Türkiye'de gerek Avrupa'da gurur verici birçok başarıya imza atmıştır. Ancak müziği meslek edinmiş kadının mücadelesi, sosyo-kültürel açıdan bakıldığında, batı müziği, halk müziği ve Türk klasik müziği alanlarında birbirlerinden farklı süreçleri de beraberinde getirmiştir. Batı müziği alanında, halk müziği alanında ve Türk klasik müziği alanında, Türk toplumunun kültürel değerleri, gelenek ve göreneklere bağlamında ortaya çıkan zihniyet yapısı, örf ve âdetleri, kadının profesyonel meslek yaşamında farklı şekillerde yansıma bulmuştur.

Kısa bir tarihsel arka planla özetlenen kadın ve müzik ilişkisi, ülkemizde son yıllarda yapılan kadın çalışmalarına konu olmuş ancak bu konudaki yayınlar halen belirli bir sınırlılığa kalmıştır. Bu çalışma, Türkiye'de kadın müzisyenlerin profesyonel çalışma hayatlarını şekillendiren sosyal ve kültürel unsurların nasıl işlediğini anlamak için yapılmıştır. Bu amaçla sosyo-kültürel ortamları birbirlerinden farklılık arz eden altı kadın sanatçı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve bu görüşmeler nitel araştırma yöntem ve tekniklerine bağlı olarak içerik analizi ile çözümlenmiştir.

Buradan hareketle bu çalışma, odaklandığı alan bakımından üç farklı müzik alanının, kadın kimliğine açtığı yeri, sosyal ve kültürel kimlik bağlamında ele almayı amaçlamaktadır. Bu alanlarda sanatçı kimlikleri ile yer bulmuş kadınların, ait oldukları kültür dairesinin, var olmak istedikleri üretim alanına etkileri, çalışmanın odak noktasını teşkil etmektedir. Her biri farklı bir kültür alanını temsil ettiği düşünülen Batı müziği, Türk klasik müziği ve Türk halk müziği alanlarındaki çalışmalarıyla öne çıkmış kadın müzisyenlerin, icracı kimlikleriyle bu alandaki yolculukları sosyal ve kültürel bağlamda değerlendirilmiştir.

Çalışma, nitel araştırma yöntem ve teknikleri ile yürütülen bir araştırmadır. Veri toplama sürecinde, yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılmıştır. Çalışmanın kapsamına dâhil edilmek üzere Türk klasik müziği, Türk halk müziği ve batı müziği alanlarında çalışan üç farklı örneklem grubu belirlenmiştir. Bu grup içinde, alanlarında öne çıkan ve çalışma hayatlarında en az on yıl deneyim sahibi olan altı kadın sanatçı yer almıştır. Kadın sanatçılara ilave olarak erkek bakış açısını temsilen iki erkek sanatçı ve araştırmacı ile de derin görüşme yapılmıştır. Kadın sanatçılarla yapılan görüşmeler ortalama otuz dakika, erkek sanatçılarla yapılan görüşme ise kırk dakika sürmüştür. Yapılan görüşmeler, görüşmecilerin izni ile kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler kimi zaman yüz yüze kimi zaman ise telefon bağlantısı aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Veri çözümleme aşamasında, öncelikle veriler deşifre edilmiş, bu deşifreler betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Sosyo-kültürel unsurlar bağlamında ortaya çıkan her tür malzeme, tematik kodlama ile çözümlenmiş ve işlenmiştir. Çalışmada ortaya çıkan temaların tümü, araştırmacının yüksek lisans tezinde yer almakla birlikte bu makale kapsamında, görüşmelerde öne çıkan üç tema ele alınmıştır. Bu temalar, kadın sanatçıların içinde buldukları aile ortamının meslek yaşamlarına etkisi, sosyal çevrelerinin bu konudaki tutumu ve kültürel bağlamdaki önemli etkenlerden biri olan inanç gelenekleri üzerinde yoğunlaşmıştır.

Bu bir genelleme çalışması değildir. Araştırma, kadın kimliğinin müzik sanatı özelindeki yansımalarını ve bugünkü durumunu daha derinden anlamak amacıyla yapılan bir durum çalışması olma özelliğini taşımaktadır.

2. Sosyo-Kültürel Bağlamda Kadın ve Müzik İlişisini Belirleyen Unsurlar

2.1. Aile Ortamı

Toplumları oluşturan bireyler arasındaki yaşam tercihleri ve ilişkiler, sosyo- kültürel aktarım ile doğru orantılı olarak güçlenip gelişmekte ve nesilden nesile aktarılmaktadır. Bu bağlamda sosyal ve kültürel değerler, toplumların en küçük yapısını oluşturan ailelerin yaşam tercihleri üzerinde de büyük bir öneme sahiptir. Mimari, sanatın hemen her alanı, edebiyat, politika, sosyal yaşam vs gibi toplumun temel değerlerini oluşturan unsurlar sosyo-kültürel hayatın yapı taşları iken bu kültürel unsurların insanlar tarafından algılanma şekli ise zihniyet oluşumunu sağlamaktadır. Esas olarak zihniyet, bireylerin içinde yaşadıkları toplumun kültür algısını kabulleniş şeklidir. Buradan çıkarılması gereken sonuç, toplumların gelişmişliği, kültürlerinin ileri olması değil, zihniyetlerin farklılığıdır. Necati Öner’in şu ifadeleri de bu durumu destekler niteliktedir;

İlkel toplumlarda tek çeşitlilik hâkim olduğu için, farklı zihniyetlerin bulunmamasına rağmen, ilerlemiş toplumlarda durum değişiktir. İlerlemiş toplumlarda çeşitli bilgi ve inanç türleri olduğu gibi, çok farklı sosyal gruplar mevcuttur. Bu çeşitlilik, ilerlemiş toplumlarda, ikinci dereceden zihniyetler doğurur. Bilgi derecelerine, inanç güçlerine ve bağlı bulunulan sosyal gruplara göre farklı zihniyetler oluşur..... Ana zihniyet dediğimiz zihniyetlerin hâkimiyeti aynı medeniyet üyelerinde ortaktır. İkinci dereceden dediğimiz zihniyetler ise bir grubu oluşturan fertler arasında ortaktır (Öner, 1984, s. 90).

IV. Murad döneminde yaşayan Reftar Kalfa’dan günümüze kadar, kadın müzisyenlerin hemen hepsi saray içinde, saray çevresinde, saraya yakın aileler, sanatçı aileye mensup, babası bürokrat veya babası eğitilmiş ailelerin içinde yetişmiş kişilerdir. Feyzan Göher’in kadın bestecilere yönelik araştırması da bu durumu destekler niteliktedir, nitekim Göher’in araştırma sonuçlarına göre de Cumhuriyet

yıllarına değin bestekâr kadın müzisyenler saray ve çevresinde yetişmişken Cumhuriyet sonrasında her kesimden kız çocuklarının eğitim alabilmesi, farklı mesleklere sahip ailelerin içerisinde de kadın müzisyenlerin yetişmesine imkân sağlamıştır (Göher, 2010).

Ancak Osmanlı dönemi ve erken Cumhuriyet dönemi açısından kadınların müzik eğitime önem verilmesi, yine erkek egemen topluma hizmet etme amacı taşımaktadır. Evinde eşine hizmet etme yükümlülüğü bulunan kadının, bu görevlerini ve hizmetini gerçekleştirmede adeta daha donanımlı bulunması maksadını taşıyan bu anlayışı Murat Salim Tokaç, yapılan görüşmede şu sözleriyle aktarmıştır;

Osmanlı'dan Cumhuriyet'e öncesi de dâhil olmak üzere, sosyo ekonomik düzeyi ne olursa olsun inkâr edilemeyecek bir durum vardı ki, her evde musiki, akademik vasıflı olsun olmasın icra ediliyordu ve hanım olsun erkek olsun belki hanımlara pozitif ayrımcılık yönünde halk tabiriyle kocaya gittiğinde elinde mârifetleri olsun ki letâfet, nezâket ve nefâsetle beyini memnun etsin, beyi aradığını dışarıda değil evinde bulsun. Dolayısıyla bu sistematığın içinde yetişen hanım evlatlarımızda öncelikle zevce sonra anne olduğunda hem kendi yetiştirdiklerine hem de beraber oldukları eşlerine bunu sunmakla ve bir adım daha ötesine gidecekse paylaşmak hususunda bir durum, kabiliyet doğrultusunda ortaya çıktığında hep desteklendiği durumlar olmuştur. Sonraları bunlar işte anneannemin udu ile başladım diyen torunlar, evlatlar, (ud zaten bir evde simgedir) bunların hatıralarda kalan, neredeyse her evde karşımıza çıkacak kadar özellikle ud ya da diğer sazlar, hem yetiştirilme anlamında hem de kabili olarak bizim bugün hobi dediğimiz şekliyle başlayıp sonrada bu dairenin diğer yanlarıyla edebiyat, hanendelik gibi mûsikînin diğer yetiştirilme vasıf ve kriterleri ile doğru orantılı olarak ortaya çıktığını görüyoruz. Bence Dilhayat kalfa, Fahire Fersan, Vecihe Daryal dediğimiz isimler böyle bir tablonun içinden çıkıp Dilhayat Kalfa saraydan diğerleri de dönemin getirisiyle radyo daha sonra TRT de kendilerini bu şekilde ispat edip fazlasıyla da aranan sazandeler olmak rolünü üstlenmişlerdir (Kişisel Görüşme, 16.10.2018).

Bu araştırma kapsamında yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular da artık amacı değişmiş olsa da aile desteğinin ve kültürel yapısının, kadının mesleki müzik eğitimi almasında ne denli önemli olduğu görüşünü desteklemektedir. Elde edilen verilere göre küçük yaşta, aile içerisinde müzik ile tanışan kız çocukları, meslek olarak müzik seçiminde ailelerinden destek görmüşler ve bu sayede müzik alanında profesyonel olarak varlık göstermişlerdir. Görüşme kişilerinin hemen tamamının, küçük yaşlardan itibaren aile içerisinde müzik ile tanışmış kişiler olduğu görülmüştür. Örneğin eğitimini batı müziği alanında alan Mine Mucur, küçük yaşta ders almaya başlayarak müziğin hep içinde olduğunu şu sözleri ile ifade etmiştir:

Annem beni ve kardeşimi de konserlere götürürdü, alanı Türk Sanat Müziği idi, dolayısıyla müzik, küçük yaşlarımdan itibaren hep hayatımda vardı. Annemin ders aldığı hocası, ablam ve benim kulak yeteneğimizin olduğunu fark etmiş, böylece onların yönlendirmesi ile müziğe başladım. Evde piyano olması ve annemin müziğin içinde olmasından dolayı şanslı bir çocuktum. Annem Türk Müziği alanında çalışıyordu ancak solfej dersleri de aldığı için evimizde piyano vardı. Bende annemin solfej parçalarını ezberleyerek, 8 yaşından önce notaları öğrenmiştim. Annemin hocası, Hülya Saydam, konservatuarın kurucularından biriydi, benim piyano çalmamda öncü oldu (Kişisel Görüşme, 29.11.2019).

Bir diğer görüşme kişisi, Şeyma Ersoy Çak ise Türk klasik müziği alanında mesleki müzik eğitimi almış ve konu ile ilgili görüşlerini şu sözleri ile ifade etmiştir:

Anneannem ud çalarmış. Annem ve teyzemde ud çalardı. Teyzem konservatuara gitmek istemiş ancak dedem o dönemdeki kültürel yapı dolayısıyla göndermemiş, 1970’ li yıllar. Ben küçükken ailemin müziğe olan ilgisi nedeniyle meşkler olurdu ben de tamburu o sayede gördüm (Kişisel Görüşme, 17.12.2019).

Profesyonel meslek yaşamına batı müziği alanında devam eden Binnur Ekber’in şu sözleri de aile desteğinin önemine dikkat çekmektedir:

Kuşaklar boyu sanatçı bir aileden geliyorum. Babam bestekâr Şevki Bey’in torunudur. Babaannem Vecihe Daryal’ın hocası olacak kadar kanuni. İstanbul operasının kurucusu, opera sanatçısı Tenor Aydın Gün de dayım olur, babam da operada suflör idi. Evimizde, hayatımda müzik hep vardı. Ailemin yönlendirmesi ile disiplimli bir çalışma içerisine girmiş bulundum (Kişisel Görüşme, 22.11.2019).

Yine profesyonel müzik hayatına, halk müziği alanında devam eden Mercan Erzincan, mesleki yaşamına dair aile yapısının önemini şu sözleri ile ifade etmiştir:

Müzik kariyerim çocuk yaşlarda başlayan bir merakı. Bu merakımı keşfeden ailem sayesinde Sivas’tan İstanbul’a taşındık çünkü bu branşta ilerlememi istiyorlardı. Sonrasında da eşim bana çok yardımcı oldu ve ilk albümümü 1997 yılında üniversite son sınıfta iken çıkardım. Bundan sonraki her aşamada da eşim Erdal Erzincan yardımcı oldu. Evlendikten sonra da sahne çalışmaları, dersane olarak birlikte yol aldık, dolayısıyla en büyük destekçim eşim oldu (Kişisel Görüşme, 22.12.2019).

Yine görüşme kişilerinden profesyonel meslek yaşamına Türk klasik müziği alanında devam eden Güzin Değişmez’in konu ile ilgili görüşleri şöyledir:

Babam iş hayatına atılmam ya da başka bir şehirde okumama müsaade etmedi. O dönem ki zihniyet, kızlar okulunu bitirir, baba ocağından, koca ocağına geçer şeklinde idi. Bizim ailede hiç çalışan kadın yoktu, ben birkaç çalışan kadın gördüm ben de çalışmak istedim ama izin çıkmadı. Babam sesimin farkında idi evde çok sıkıldığımı anlayınca beni Bursa Musiki Cemiyeti’ne gönderdi. Mesleki anlamda müzik hayatım bu şekilde başlamış oldu (Kişisel Görüşme, 24.12.2019).

Yine Türk klasik müziği alanında, profesyonel meslek yaşamına devam eden Melahat Gülses ise aile desteği ile ilgili görüşlerini şu sözleri ile dile getirmiştir:

6 yaşlarında Aksaray’da “gezek” denilen, ailelerin birbirlerinin evinde veya yazları piknik şeklinde gerçekleştirdikleri, müzikli neşeli toplantılarda şarkı söylemeye başladım. Ben o dönemlerde, Saadettin Kaynakları, Selahattin Pınarları babamın sesinden dinleyerek büyüdüm (Kişisel Görüşme, 06.03.2020).

Görüldüğü üzere, bu araştırma kapsamında görüşülen ve müzik alanında başarı sağlamış kadın müzisyenlerin tamamı, aile yaşamlarında müzik sanatıyla erken yaşta tanışma şansına sahip olan ve bu noktada aile desteği ile yola çıkan kişilerdir. Bu sanatçılar, müziği meslek olarak seçme tercihlerinde, aile desteğinin ve ailenin kültürel yapısının ne denli etkili olduğunu vurgulamışlardır.

2.2. Sosyal Çevre

İnsanın sosyal bir varlık olması, gelişim sürecini devam ettirebilmesi için, toplum içerisinde yaşamasını, toplumu oluşturan diğer bireyler ile ilişki içerisinde bulunmasını gerektirir. Bireylerin her türlü değer yargıları, inançları, bakış açıları, içinde buldukları sosyal çevrenin etkisi altındadır ve bu değerler geleneksel bir yapının oluşmasına da zemin hazırlar. Ancak bireyin sosyal çevre ile uyum içerisinde olması genel bir huzur ortamı yaratırken, bazı istisnai durumlar, örneğin eğitim, gelir düzeyi,

sosyal statüler, aynı sosyal çevre içerisinde yaşayan bireyler arasında farklı zihniyetlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çiğdem Tuba Koç (2019) bu zihniyet farkını, Osmanlı toplum yapısı üzerinden anlatır, orta ve üst sınıfa mensup ailelerin bir kısmının kızlarının eğitime önem vererek eve gelen özel hocalar ile onların eğitim hayatlarını önemsediklerini ifade eder (s. 66-67).

Geleneksel Türk toplumundaki bu kültürel yapı II. Meşrutiyet ile birlikte değişmeye başlarken, Cumhuriyet ile birlikte kızların eğitime önem ve değer verilmeye başlanması, bazı çevrelerde farklı zihniyet yapılarının oluşmasında etkili olmuştur. Bu farklı zihniyet yapıları, müziğin üç farklı alanını temsil eden Türk klasik müziği, halk müziği ve batı müziği bağlamında da farklı yansımalar bulmuştur. Batı müziği alanında, Avrupa kültürünün yansımaları, bu alanda çalışan kadın sanatçılar için bir avantaj oluştururken, müziğe sanat bağlamında önem ve değer atfedilirken, Türk klasik müziği alanında müzik eğlence kültürü olarak görülmüş, halk müziği alanında ise müzik geleneksel bir yapı içerisinde varlık bulmuştur.

Görüşme kişilerinden elde edilen bulgular da sosyal çevrenin kadın sanatçılar üzerindeki etkisini kanıtlar niteliktedir. Örneğin, Melahat Gülses' in şu sözleri, batı müziği icra ortamı ile Türk klasik müziğinin icra ortamı arasındaki bu farkı dile getirmektedir;

Türk klasik müziğinin temsil ortamları, daha çok eğlence kültürüne yönelik olması açısından diğer müzik türlerine örneğin batı müziğine göre daha fazla kaygı duyulan ortamlar olarak algılanmakta. Geleneksel yapı bazı şeylerin daha rahat geçmesine ya da daha çekincelerle geçmesine neden oluyor. Batı müziğinde batı kültürü sebebiyle bu tarz şeylerle daha az karşılaşırız. Ataerki Türk ailesinde kadın kısmı evde oturur zihniyeti var (Kişisel Görüşme, 16.13.2020).

Türk klasik müziği alanında profesyonel müzik yaşamına devam eden Güzin Değişmez, bu konudaki görüşlerini şu sözleri ile ifade etmiştir:

Taşrada daha da göze batıyorsunuz. İzin alamayınca bir süre cemiyete gizli saklı gittim. Annemin giysilerini giydim ki sokakta genç kız olduğum fark edilmesin diye. Orada yaşadığımız her şey göze batan şeylerdi. Yine de babam mesleki anlamda müziğe olan arzumu destekledi, zaten O'nun sıkıntısı çevre baskısı idi (Kişisel Görüşme, 24.12.2019).

Yine Türk klasik müziği alanından Şeyma Ersoy Çak'ın konu ile ilgili görüşleri şöyledir:

Ailem, performans açısından kadınlar için profesyonel müzik yaşamının sıkıntılı olduğunu düşünüyordu. Biz lisedeyken herkes işe giderdi ancak gidilen işler gece hayatı olduğu için kendi yaşantımızdan dolayı ona dâhil olamadım çünkü hep erkekler çalışıyordu, 1996 lı yıllar. Müzik yapılan yerler (çalı açısından) Beyoğlu'nda erkek egemen bir ortamdı dolayısıyla performans açısından kadınlar kısıtlanmış oluyordu. Kızlar daha çok solist olarak var olmaya çalışıyorlardı. Bazı kadınlar önde olarak, cesaret göstererek solistlik yapıyorlardı ancak çalgı icrasında erkekler daha baskındı birbirlerini çağırırlardı, bir kadın tamburi bulmak çok zordu (Kişisel Görüşme, 17.12.2019).

Oysa icra alanı batı müziği olan Binnur Ekber'in şu sözleri, çok daha farklı bir sosyal çevreye dikkat çekmektedir:

Mesleki anlamda ne Viyana'da ne de Türkiye'de hiç bir güçlük yaşamadım. Hem çevre, hem aile, hem de hocalarım tarafından hep destek gördüm. Çok fazla konser ve turnelere katıldım (Kişisel Görüşme, 22.11.2019).

Binnur Ekber ile aynı alanda profesyonel müzik yaşamına devam eden Mine Mucur’un görüşleri de buna benzer bir durumu ifade eder.

Otellerde piyano çaldığım ortamlar varlıklı ailelerin olduğu ortamlardı. Hanımların birçoğu bana hayatta en çok istedikleri şeyin, benim gibi piyano çalabilmek olduğunu söylerlerdi. Bu arzu, ne kadar varlıklı ya da sosyal statünüz olsa da müzik söylemek ya da enstrüman çalmanın bir ayrıcalık olduğunun ifadesidir. Artık kadın olmak ya da erkek olmak değil iyi olmak önemli, iyi isen her yerde varsın diye düşünüyorum (Kişisel Görüşme, 29.11.2019).

Görüldüğü üzere profesyonel anlamda meslek yaşamlarına batı müziği alanında devam eden Ekber ve Mucur’un meslek yaşamlarına dair sosyal çevrenin yansımaları, Türk klasik müziği alanındaki görüşme kişilerinin söylemlerinden farklıdır.

Halk müziği alanında ise kadın sanatçıların müzik kariyeri, toplumsal olarak ait oldukları gelenek iç içe bir durum sergilemektedir. Cenk Güray’ın aşağıdaki sözleri bu konuda oldukça dikkat çekicidir:

Halk müziğinde durum Türk klasik müziğindeki gibi değil pek. Aynı oranda iyi bağlama çalan her yaşta kızlar var. Bu yeni değil, her dönemde var. Halk müziğindeki ozanlık geleneği erkek adına ne ise kadın için de odur. Örneğin Şahturna, yine Yavuz Bingöl’ün annesi Şahsenem Bacı, her ikisi de ozan, biz bunların derli toplu bağlama çaldığını biliyoruz. Sazende sayılabilecek kadar iyi bağlama çalan ve bestecilik adına bağlamayı kullanan yüzlerce kadın var ve bunlar profesyonel olarak da bağlama ile sahnede. Günümüze gelince virtüöz derecesinde Güler Duman mesela, birçok kadın var. Dolayısıyla kadınlar azınlıkta denebilecek bir durum yok zira Anadolu kültürü bunları eşit durumda temsile yöneliyor (Kişisel Görüşme, 16.10.2018).

Halk müziği alanında, görüşme kişilerinden, hem sesi hem de sazı ile profesyonel meslek yaşamına devam eden Mercan Erzincan, Anadolu müzik geleneği bağlamında destek görürken, müzik icra ortamlarında, sosyal çevre açısından yaşadığı sıkıntıları şu sözleri ile ifade etmiştir:

Enstrüman anlamında da tuhaf bir bakış açısı var. Aslında çalgı erkek işidir gibi bir zihniyet var. Belki bir erkek ile bir kadın aynı statüde, aynı seviyede ama erkek çabalamıyor. O zaten erkek olduğu için eline saz yakışıyor ama benim ekstra çabalamam gerekiyor. Bu algıyı yıkmak için kadınların hep daha fazla efor sarf etmesi gerekiyor. Kadın ama baskıları da iyi, fena değil vs. Belki batı müziğinde, sanat müziğinde böyle değildir ama halk müziğinde durum bu (Kişisel Görüşme, 22.12.2019).

Görüldüğü üzere sosyal ortamın kültürel algısı, o toplumu oluşturan bireylerin zihniyet yapıları üzerinde etkili olmuş, Türk klasik müziği ve halk müziği icra ortamlarında müzik, eğlence unsuru olarak görülürken, batı müziği icra ortamlarında müzik, sanat unsuru olarak kabul görmüştür.

2.3. İnanç Kültürü

“Din, insanın yaşadığı dünyayı anlama ve kendini bu dünyada belli bir konuma yerleştirme modeli olarak çalışan bir mekanizmadır. İnanç ise bu modelin geçerliliğini kişiye kavratan yaşam biçimine dönük dinamik bir güçtür” (Güneş & Beyazıt, 2010, s. 30). Bu bağlamda kültürün en yaygın aktarıldığı alan olarak inanca ait değerler önem kazanmıştır. Yaratılan ilk insandan itibaren bugüne gelinceye dek, yaşamsal ihtiyaçlarını giderme çabasında olan toplumlar aynı zamanda manevi hazzı ulaşabilmek ve huzura kavuşabilmek amacıyla dans ve müzik eşliğinde tanrıya ulaşma gaye ve gayreti

içerisinde olmuşlardır. Böylece dinsel ritüeller gelenekselleşmiş, gelenekler ise dinselleşmiş ve kültürel algının oluşumunda etkin olmuştur. Cenk Güray'ın şu ifadesi de bu olguyu destekler niteliktedir:

Müzik, insanlığın ilk zamanlarından beri inanç sistemleri ile etkileşim halinde biçimlenmiştir. Dolayısıyla müzik gelenekleri, dine dair simgeleri her zaman bünyelerinde barındırıp aktarırlarken, inanç sistemleri de her dönem müziğin ifade gücünden istifade etmişlerdir (Güray, 2017, s. 45).

Yine Gönül ve Altuntuğ'un şu sözleri inanç kültürü ve sanatın ne denli iç içe olduğunun ifadesidir:

Sanatı sürekli olarak besleyerek toplumların tarihinde, yaşayış tarzlarında, maddi ve manevi kültür unsurlarında yer edinmiş olan din, uzun bir tarihi estetik deneyimin ardından medeniyetlere de şekil ve yön vermiştir. Sanatın doğup, büyüüp ve gelişmesinde insanın yaratılışında var olan bu estetik zevk, inançlarla birlikte tarih boyunca önemli bir rol üstlenmiştir. Medenî toplumlarda sanat, insanları ruh bakımından besleyen ve yücelten bir duygudur. Sanattan anlama ve zevk alma durumu, toplumların sahip oldukları din ve sanat terbiyesinin kültürdeki yansımaları vücuda getirmektedir (Gönül & Altuntuğ, 2014, s. 44).

Buradan yola çıkılarak denilebilir ki toplumlar inanç ritüellerini, kendi gelenek ve görenekleri temelinde harmanlayıp, kültürel yapılarını belirlerler. Bu ritüeller hem kültürel yapı hem de tanrıya ulaşma noktasında, toplumların sanat yaşamını da belirleyen unsurlardır. Öyle ki İslam çatısı altında varlık bulmuş olmalarına rağmen Alevilik, Bektaşilik, Mevlevilik gibi oluşumların kendi sınırları içerisinde, kadın ve erkeğin toplumsal statüleri, inanç ritüelleri, gelenek ve görenekleri, sanat yaşamları farklı şekillerde vücut bulmuştur. İslam kültüründe kadın için sınırları belirlenmiş bir yaşam alanı sunulmasına karşın, Alevi inanç sisteminde asıl olan insandır, cinsiyetin ise bir önemi yoktur. İnanç önderleri Hz. Ali ve eşi Hz. Fâtıma'ya aynı derecede değer atfedilmesi, kadın ve erkeğin eşit haklara sahip olmaları sonucunu doğurmuştur. Örneğin Türk halk müziği alanında sesi ve sazı ile eser icra eden Mercan Erzincan, Alevi inanç kültürünün bir sonucu olarak sazından hiç vazgeçmemiştir. Şu sözleri de inanç kültürünün müzik yaşamını nasıl etkilediğini ortaya koyar niteliktedir:

Alevi kökenli bir aileden geldiğim için bağlamannın kutsallığı bizim için âşikâr. Üniversiteye başladığım gün bağlamayı elime almış oldum. Biz Alevilerde can vardır. Bizde can vardır, cins yoktur. Cem evinde, bir dinde herkes eşittir. Kadın, erkek ayrımı yoktur. Kırklar meclisi bizim için kutsal bir anlatıdır ve bu mecliste 17 tanesinin kadın olduğu anlatılır. Kadın erkek eşittir (Kişisel Görüşme, 22.12.2019).

Görüşme kişilerinden Cenk Güray'ın Alevi inanç kültürüne dair şu sözleri bu bağlamda oldukça açıklayıcı niteliktedir:

Anadolu kültürü, kadını ve erkeği eşit durumda temsile yöneliyor. Bu durum Alevi gelenekten geliyor. Aleviliğin müzikal kaynaklarında, aktarımda, kadın ve erkek eşit durumda. Müzik temsili adına kadına da bir işlev yüklediği için kadın kendini doğal olarak temsil ediyor. Alevi kültüründe yetişen bir kız çocuk kendi dini ve kültürel geleneklerini bağlama ile ifade etme sorumluluğunu hissediyor. Çünkü müzik geleneği yaşamın içinde zaten var. Yaşamsal aktarım bağlama ile yapılıyor. Burada erkeklerle kadınlara verilen şans tamamıyla aynı, kültürel bağlamdaki temsilleri birebir eşit (Kişisel Görüşme, 16.10.2018).

Yine Alevi-Bektaşî kültürünün temsilcilerinden Ezgili Kevser'in inanç kültürü bağlamında ki şu sözleri de dikkat çekici niteliktedir:

Geldiğim yeri asla unutamam. Yürekten saygım var bu kültüre ama devam ettiriyor musun, o yolu sürüyor musun dersen her zaman katkım olsun isterim, oluyor da. Ama gidip de cemlerde zâkirlik yapmıyorum. Çünkü ben artık dinler üstü bir felsefeye yöneldim. Beni dinler üstü bir düşünceye sevk edenin de Alevi kültürü olduğunu söyleyeyim. Çünkü bu ‘Kâbem insandır’ diyen bir kültür (Akt: Koloğlu, 2019, s. 128).

Anadolu’daki inanç geleneklerinden bir diğeri olan Mevlevî inanç geleneğinde ise ‘semâ’ bir ibadet biçimidir, Allah’a ulaşmanın bir yoludur ve Mevlevihanelerde, mutlaka mûsikî ve dans eşliğinde yapılır. Semâ’nın ibadet şekli olmasından dolayıdır ki, kadın ve erkeğe has olmak üzere farklı şekilleri olması da mümkün değildir. Sezai Küçük’ ün şu ifadeleri de bu konuda bir kanıt niteliğindedir. Küçük, kadınların erkeklerle birlikte sema etmelerine izin verilmese de, Mevlevilikte kadınların önemine dikkat çekmektedir ve şu sözleri ile konuya açıklık getirmektedir:

Geçmişte bazı kadınların sema öğrenmek için yaşlı Mevlevî dedelerden ders aldıklarını biliyoruz. Ancak semazen kadınlar toplumun önünde değil, kendi aralarında sema ederlermiş. Aynı zamanda bazı Mevlevî tekkelerinde pek çok Mevlevî kadın şeyhlik de yapmıştır. Şeyhler Mevlevî tekkelerinin yöneticisidir. Genellikle Mevlevîlerde şeyhlik babadan oğula geçtiği için, bazı tekkelerde erkek çocuğu olmayan şeyhlerin yerine kızları Post’a oturmuştur. 17. Yüzyılda Kütahya Mevlevihanesi’ nin şeyhi Cemile Hatun, Afyon Mevlevihanesi’nin şeyhi ise Destine Hatun ve Güneş Hatun’du (Küçük, 2004, s. 52).

Oya Ayman, günah olduğu düşüncesi ile yirmi beş yıl öncesine kadar, kadınların topluluk önünde sema edemediklerini ancak bugün onlarca kadın semazenin, erkek semazenlerle birlikte sema ayinlerine katıldığını ‘National Geographic’ dergisinin, 2004 yılı Nisan sayısında ‘Kadın Semazenler’ başlığı ile yaptığı çalışmasında yayınlamıştır. İstanbul’da, Galata Mevlevihanesi’nde sema ayinine katılan Mevlevî kadınların, ‘Tanrı huzurunda herkes eşittir’ düşüncesi ile kadınların günah olduğu için semaya katılmayacağı görüşüne karşı çıkmakta olduklarını yazmış ve Türkiye’nin ilk kadın semazeni, Didem Edman’ın (1968), 1993 yılından bu yana sema ayinlerine katıldığını ifade etmiştir. Sema ayinine katılan kadın semazenlerden, Burcu Sağlam, Didem Edman, Deniz Evren, Carole Douglas Ökten gibi semazen kadınlar semaya çıktıklarında günah olduğuna dair eleştiriler aldıklarını ancak ibadetin cinsiyeti olamayacağını, ibadet ederken Tanrı’nın sınıf ayrılığı gözetmediğini ve cinsiyetin bir önemini olmadığını dile getirmişlerdir (Ayman, 2004).

Türk klasik müziği alanında görüşme kişilerinden Şeyma Ersoy Çak’ın şu sözleri inanç kültürü bağlamında önem arz etmektedir:

Kültürel yapı, toplumların sosyal psikolojisi, dinler, kadın erkek algısını oluşturan, görev ve sorumluluklarını belirleyen olgulardır (Kişisel Görüşme, 17.12.2019).

Görüldüğü üzere, sosyo-kültürel bağlamda kadın ve müzik ilişkisini belirleyen unsurlar içerisinde, inanç kültürünün etkisi azımsanamayacak derecede önem arz etmektedir. İnanç kültürü, sosyal yapının şekillenmesi, kadın ve erkeğin statülerinin belirlenmesi ve kadının mesleki kariyeri üzerinde belirleyici unsur olması açısından oldukça etkilidir. Bu bağlamda Cenk Güray’ın şu sözleri de dikkat çekici niteliktedir:

Bugün bakıldığında hangi alan olduğu açısından bir fark yok artık. Kadın sanatçılar eleştiri yerine takdir görüyor. Ancak bazı mutaassıp çevrelerde halen az da olsa maalesef eleştiriliyor. Bunların örneğini zaman zaman yaşıyoruz. Özellikle erkek sazandelerin tercih edilmesine tanık oluyoruz. Bu tamamen dini tutuculukla alakalı bir durum (Kişisel Görüşme, 16.10.2018).

Kadın müzisyenlerin mesleki kariyerleri açısından değerlendirildiğinde, inanç kültürünün belirleyici bir unsur olduğu görülmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre, Türk müziğinin üç farklı alanını temsil eden, Türk klasik müziği, Türk halk müziği ve Batı müziği alanlarında, kadın müzisyenler meslek yaşamları içerisinde, sosyal ve kültürel bağlamın aile yapısı, sosyal çevre ve inanç kültürü değişkenlerine bağlı olarak, farklı avantaj ve/veya dezavantajlarla yol almışlardır.

Batı müziği icra alanında, aile yapısı, büyük bir önem arz etmektedir. Elde edilen bulgular sonucunda bu alanda müzik icra eden kadınların tamamı küçük yaşlarında aile içerisinde müzikle tanışmışlardır.

Örneğin, görüşme kişilerinden Mine Mucur'un müzik kariyerinde annesi etken olmuştur. Annesi de müzisyendir. Bir diğer görüşme kişisi Binnur Ekber'in ise sanatçı bir aileden gelmesi, bu sayede müzikle iç içe bir hayatın içerisinde olması, profesyonel meslek yaşamında büyük bir avantaj sağlamıştır.

Sosyal çevre, Batı müziği alanında eser icra eden kadın sanatçılar açısından avantajlı bir durum sergilemektedir. Bu alanda eser icra eden kadın sanatçıların icra ortamlarında, müziğin sanat olarak değer görmesi, mesleki anlamda başarının yolunu açmıştır.

Görüşme kişilerinden Mine Mucur'un ifadesi ile icra ortamlarında, varlıklı ailelere mensup kadınların birçoğunun hayatta en çok istedikleri şeyin kendisi gibi piyano çalabilme arzusu içerisinde olmaları oldukça çarpıcı bir örnektir. Yine Binnur Ekber'in gerek yurt dışı gerekse Türkiye'de yaptığı çalışmalar sosyal çevre açısından destek görmüş ve takdir edilmiştir.

İnanç kültürü bağlamında, icra ortamlarının sanata değer veren kişilerce oluşturulması, müziğin bir sanat dalı olarak kabul görmesi, muhafazakâr olmayan kişiler tarafından destek görmesi, Batı müziği alanında eser icra eden kadın sanatçıların, mesleklerindeki ilerleme ve başarı açısından dezavantaj olarak görülmemektedir.

Muhafazakâr kesim tarafından, cinsiyet bağlamında, kadının kamusal alanda özellikle de müzik icrası alanındaki çalışmaları hoş görülmez iken, Batı müziği alanında çalışan kadın müzisyenler için inanç kültürü, dezavantajlı bir durum sergilememiştir.

Klasik Türk müziği icra alanında, aile yapısı, Batı müziği alanında eser icra eden kadın sanatçılara göre daha farklı bir durum sergilemektedir. Klasik Türk müziği alanında müziğin eğlence kültürü içerisinde yer bulması, aileler açısından daha farklı bir durum sergilemiştir. Aileler bir taraftan, mesleki anlamda, kızlarının müzik eğitimi almalarını desteklerken diğer taraftan da içinde yaşadıkları sosyal çevrenin kültürel yapısı gereğince sıkıntılı bir süreç geçirmişlerdir.

Örneğin, görüşme kişilerinden Güzin Değişmez, babası tarafından profesyonel müzik yapma arzusunun desteklediğini ancak sosyal çevrenin muhafazakâr tutumu nedeniyle birtakım kaygılar yaşadıklarını dile getirirken, bir diğer görüşme kişisi Melihat Gülses de aynı şekilde babasının mesleki anlamda müzik seçimini desteklediğini ancak sosyal çevrenin tutucu zihniyeti nedeniyle yaşadıkları

kaygıları dile getirmiştir. Çok sesli Türk müziği alanı ile kıyaslandığında aile içerisinde müziğin meslek olarak değil ancak müziğin sevilen bir alan olarak görülmesi nedeniyle aile desteği belli sınırlar içerisinde yansıma bulmuştur.

Sosyal çevre bağlamında, Türk klasik müziği alanında eser icra eden kadın müzisyenler, Batı müziği alanında eser icra eden kadın müzisyenler ile farklılık göstermektedir. Sosyal çevrenin muhafazakâr tutumu, gerek kadın müzisyenler gerekse aileleri tarafından dezavantajlı bir durum sergilemektedir.

Güzin Değişmez’in ifadesi ile İstanbul’da bir konser öncesi afişlerde konsere dair resimlerinin yayımlanması, ailesinin yaşadığı muhitte hoş karşılanmamış hem kendisi hem de ailesi için rahatsız edici bir durum sergilemiştir.

Yine Melihat Gülses’in meslek olarak müziği tercih etmesi sosyal çevre tarafından destek görmemiştir, çünkü yaşadığı çevrede, kadınların çalışması hoş karşılanmamaktadır. Bir diğer görüşme kişisi Şeyma Ersoy Çak ise benzer şekilde sosyal çevrenin tutumu dolayısıyla müzik eğitimine önem vermiş ancak icra ortamları konusunda son derece seçici ve titiz davranmıştır.

İnanç kültürü bağlamında, klasik Türk müziği alanında eser icra eden kadın müzisyenler, batı müziği alanına göre dezavantajlı bir durum sergilemektedirler. Muhafazakâr kesim tarafından, inanca dair değerler bağlamında, kadının ev dışında meslek hayatının hoş karşılanmaması, kadının kamusal alanda varlık gösterebilmesi açısından zor bir süreci beraberinde getirmiştir. Bu durum kadın müzisyenlerin meslek hayatlarında oldukça titiz davranmalarını ve seçici olmalarını gerekli kılmıştır.

Türk halk müziği icra alanında, aile yapısı bağlamında, batı müziği ve Türk klasik müziği alanlarına göre daha farklı bir durum söz konusudur. Müzik, halk kültürü içerisinde yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda aile yapısı açısından müzik, kadın, erkek gözetmeksizin, özelde ailelerin genelde ise toplum içerisinde varlık bulmuştur. Ancak, klasik Türk müziği alanı ile benzer olarak, geleneğin içinde var olan müzik kültürü, icra ortamlarında, eğlence temelinde varlık bulmuştur. Eğlence veya meşk ortamlarında, örneğin düğünlerde, kadın müzisyenler kadınlar arasında daha etkin bir konum sergilerken, genele hitap eden müzik, erkekler tarafından yürütülmüştür. Kadın sanatçıların profesyonel müzik yaşamı bu açıdan klasik Türk müziği alanı ile benzerlik göstermekte ve aile içerisinde destek bulmaktadır. Örneğin, görüşme kişilerinden Mercan Erzincan’ın ifadesi ile müzik yeteneği ailesi tarafından keşfedilmiş ve ailesi kızlarının profesyonel anlamda müzik eğitimine devam edebilmesi için Sivas’tan İstanbul’a taşınmıştır.

Sosyal çevre açısından, Türk halk müziği alanında, gelenek bağlamında kadın müzisyenler destek görürken, icra ortamlarında, bazı güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Görüşme kişilerinden Mercan Erzincan’ın ifadesi ile kadın müzisyenler, mesleki anlamda erkek müzisyenler ile aynı statü ve seviyede olmalarına rağmen, icra ortamları açısından daha titiz ve seçici davranmak durumunda kalmışlardır. Bunun sebebi ise bu alanda da, Türk klasik müziği alanında olduğu gibi müziğin eğlence unsuru olarak görülmesidir. Ancak Cenk Güray’ın ifadesi ile Türk klasik müziğinden farklı olarak Türk halk müziği içerisinde, ozanlık geleneği erkek ve kadın için fark gözetilmeksizin icra alanı bulmuş, sosyal çevre açısından da değer görmüştür. Anadolu kültürü kadını ve erkeği eşit durumda temsile yöneltmiştir.

İnanç kültürü bağlamında, Türk halk müziği alanı, Batı müziği ve Türk klasik müziği alanlarına göre, daha farklı bir yapı sergilemektedir.

Örneğin, Alevi inanç kültüründe, müzikal anlamda erkek ve kadına verilen şans tamamıyla eşit durumdadır. Çünkü Alevi inanç kültüründe müzik geleneği, yaşamın içinde var ve müzik, özellikle de bağlama icrası, inanç ritüeli olarak kadın ve erkek ile birlikte, cinsiyet gözetilmeksizin yapılmaktadır. Yaşamsal aktarım hem erkek hem de kadın tarafından bağlama ile yapılmaktadır. Alevi inanç kültüründe, müzik ve dansın ibadet unsuru olması dolayısıyla cinsiyet ayrılığı gözetilmemektedir. Kadın ve erkek eşit şartlarda müzik icra edebilmektedir.

Mevlevi inanç geleneğinde ise, ibadet biçimi olan 'sema', Allah'a ulaşmanın bir ritüeli olması dolayısıyla kadın ve erkeğe has olmak üzere farklı bir yapı sergilememekte, birlikte yapılmaktadır.

İnanç kültürü bağlamında Türk halk müziği alanı, sosyal yapının şekillenmesi, kadın ve erkeğin statülerinin belirlenmesi ve kadının mesleki kariyeri üzerinde belirleyici unsur olması açısından farklı bir önem arz etmektedir.

Gerek Batı müziği gerek Türk klasik müziği gerekse Türk halk müziği alanında yaşanan bu farklılıklar, sosyal ve kültürel yapının zihniyet algısı ile doğrudan ilgilidir. Görüşme kişilerinden elde edilen bulgular sonucunda, Batı müziği alanında eser icra eden kadın müzisyenler, Türk klasik müziği ve Türk halk müziği alanında eser icra eden kadın müzisyenlere göre daha avantajlı bir yapı sergilemektedirler. Türk klasik müziği alanı ile Türk halk müziği alanları ise benzer bir durum sergilemektedir.

Türkiye'de, her biri farklı bir kültür alanını temsil eden, Batı müziği, klasik Türk müziği ve Türk halk müziği alanlarında öne çıkmış kadın sanatçıların icracı kimlikleriyle, bu alandaki yolculukları, kültürel bağlamda değerlendirilmiştir. Kadın müzisyenler profesyonel anlamda, meslek icralarında, sosyal ve kültürel bağlamın aile yapısı, sosyal çevre ve inanç kültürü değişkenlerine bağlı olarak farklı mesleki güçlüklerle karşılaşmışlardır. Bugün gelinen süreç bu özverili ve zorlu yolculuğun bir sonucu olarak gurur verici bir durum sergilemektedir.



KAYNAKÇA

- Balcıgil, O. (2018). *Afife Jale*. Destek Yayınları, İstanbul.
- Çıtı, P.A., & Gülün, S. (2019). *Türkiye'de kadın ve müzik*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Çakır, S. (2016). *Osmanlı kadın hareketi*, Metis Yayınları, İstanbul.
- Göher, F. (2010). 21. *Yüzyılın Eşiğinde Kadınlar, Değişim ve Güçlenme - Yetiştikleri sosyo-kültürel ortam açısından Türk kadın bestecilerindeki değişim*. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Yayını, İzmir.
- Gönül, M., & Altuntuğ, O. (2014). *İstem Dergisi*. Dinler ve Musiki. Sayı 24.
- Güler, A. (2018). *Atatürk ve Kadın Hakları*. Halk Kitabevi Yayınları, İstanbul.

- Güneş, M. ve Beyazıt, E. (2010). *21. Yüzyılın Eşiğinde Kadınlar, Bildiri Kitabı Cilt II*. Farklı dinsel düşünüşler. Aynı kadınlar. Dinç Ofset, İzmir.
- Güray, C. (2017). *Bin yılın mirası*. Pan Yayıncılık, İstanbul.
- Koç, Ç.T. (2019). *Modernleşme sürecinde Batı’da ve Osmanlı’da feminizm ve kadın dergileri (1869-1927)*. Gece Akademi, Ankara.
- Koloğlu, D. (2019). *Müzikle yaşayan kadınlar*. Kara Plak Yayınları, İstanbul.
- Küçük, S. (2004). *National geographic Türkiye*. Kadın Semazenler. Nisan sayısı.
- Öner, N. (1984). *Erdem Atatürk Kültür Merkezi Dergisi*. Zihniyet farklılıkları ve kültür. Türk Tarih Kurumu Basımevi. Aralık sayısı. Ankara.

Kişisel Görüşmeler

Binnur Ekber,	22.11.2019,	Ankara.
Cenk Güray,	16.10.2018,	Ankara
Güzin Değişmez,	24.12.2019,	telefon irtibatı.
Melahat Gülses,	06.03.2020,	telefon irtibatı
Mercan Erzincan,	22.12.2019,	telefon irtibatı
Mine Mucur,	29.11.2019,	telefon irtibatı
Murat Salim Tokaç,	16.10.2018,	Ankara
Şeyma Ersoy Çak,	17.12.2019,	telefon irtibatı



20. YÜZYIL DÜNYA VE TÜRKİYE KENTLEŞMESİ ÜZERİNE BİR DERLEME*

 Ceyhan YÜCEL^a

Öz

20. yüzyıl tüm Dünya’da her açıdan geniş çaplı ve hızlı değişimlere sahne olmuştur. Sanayi Devrimi sonrasında bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ve bunların sosyal ve mekânsal sonuçları, tüm dünyada üretim ve tüketim ilişkilerini yeniden şekillendirmiştir. Kentler bu değişimlerin izlerinin en açık görüldüğü yerler olmuştur. Sanayileşmeye bağlı olarak nüfus hızla artmış, kent sayısı ve kentsel alan büyümüş, kentlerde toplumsal katmanlaşma ve işbölümü yeniden oluşmuştur. Bu süreçte kentsel alanda ekonomik ilişkiler yeniden kurulurken, kentsel mekânın planlanması ve düzenlenmesi gibi konular da yüzyılın başından sonuna kadar farklı ölçek, teknik ve içerikte ele alınmıştır. Bu gelişmeler, doğrudan ya da dolaylı Türkiye’de de etkilerini ve sonuçlarını göstermiş; Dünya’daki ekonomik politikalar ve toplumsal niteliklerde görülen değişim Türkiye kentleşmesini etkilemiştir.

Bu çalışma, 21. yüzyılın ilk çeyreğini tamamlamak üzere olduğumuz dönemde, geride bıraktığımız yüzyılda Dünya’da ve Türkiye’de ortaya çıkan kentleşme dinamiklerinin bütüncül bir bakışla derlenmesini amaçlamaktadır. Çalışmada önce Sanayi Devrimi sonrasında yaşanan gelişmeler ve bunların kentler ve kentleşme süreci üzerindeki sonuçlarına değinilecek, sonrasında Türkiye’deki 20. yüzyılda yaşanan kentleşme süreci Türkiye’nin kendine özgü dinamikleri ile birlikte özetlenecektir. Makalede, Dünya’da ve Türkiye’deki kentleşme dinamiklerinin kentsel politika ve planlama yaklaşımları üzerinde yarattığı dönüşüm 20. yüzyıl gelişme evreleri içinde özetlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Şehir Planlama, Kentleşme, 20. Yüzyıl, Türkiye



A REVIEW OF WORLD AND TURKEY URBANISATION IN THE 20TH CENTURY

Abstract

The 20th century has been the scene of wide ranging and rapid changes all over the world. The developments in science and technology after the Industrial Revolution and their social and spatial results have reshaped the production and consumption relations in the world. Cities are the places where the traces of these changes have been seen most obviously. As the results of the Industrial Revolution the population and the number of the cities has increased, the urban area has grown and the social stratification and division of labor have been re-shaped. While the economic relations have been re-established, some new issues such as the planning and

* Bu çalışma, Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (Proje ID: 1364- FBA-07-18) tarafından desteklenmiştir.

^aDr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, ceyhanyucel@erciyes.edu.tr

organizing of the urban area have evolved and developed in different scale, technic and content from the beginning to the end of the 20th century. This process has made direct or indirect effects and created consequences on Turkey's urbanization experience as well.

This study aims to present a review of the urbanization dynamics in the world and Turkey in the 20th century through a looking back from the first quarter of 21st century. The developments within the post-industrial revolution era and their consequences on cities and urbanization process are presented in the study at first. Then, the urbanization process experienced in the 20th century in Turkey is summarized through the Turkey's own dynamics. The paper compiles the urbanization dynamics of the 20th century through the origins of the change in urban areas after the Industrial Revolution and summarizes the transformation of policies and planning approaches to urban space in different periods of the 20th century.

Key Words: Urban planning, Urbanisation, 20th Century, Turkey



Giriş

Orta Çağ'dan modern dünyaya geçişin en önemli unsuru olan Sanayi Devrimi'nin kentsel alanlardaki toplumsal ve mekânsal izdüşümleri en yoğun olarak 20. yüzyılda gözlenmiştir. Endüstriyel teknolojideki yeniliklere bağlı olarak büyüyen/değişen üretim miktarı ve teknikleri beraberinde, üretim ve tüketim miktarları, pazarlama ağları, üretim mekanları ve emek işgücü sayıları, kentsel nüfus büyüklükleri ve kentsel mekân büyüklükleri ön planda olmak üzere her alanda ölçek büyümesi yaratmıştır.

Orta Çağ sonrası modern dönem, çok sayıda üretken ve hizmet sunan kentlerin varlığından çok, toplumun tümünün oldukça hızlı bir kentleşme ile karşı karşıya kalmaları ve nüfusun çoğunun kentlerde yaşamaya başlaması ile nitelendirilir. Modern dönem kentleri, ekonomilerine göre, Orta Çağ kentlerine göre yüksek derecede uzmanlaşmış ya da çeşitlenmiş; daha önceki üretici kentlerin tersine, çeşitli hizmetleri sunmak üzere ve daha çok kendi nüfusları için üretimde bulunacak şekilde gelişmişlerdir (Hatt & Reiss, Jr, 1957; Alkan & Duru, 2002a).

19. Yüzyıl boyunca yaşanan gelişmelerin uzantısında, 20. yüzyıl sanayi kentinin biçimlenmesini tamamladığı dönem olmuştur. Sanayi kenti, eşi görülmemiş bir büyüklükle, köklerinden kopmuş nüfusun akınıyla, denetimsiz bir genişlemeyle, elverişsiz yaşam koşullarıyla ve karmaşasıyla tanımlanmaktadır. Kuşkusuz burada bahsedilen olumsuzluklarda, yukarıda bahsedilen ölçek büyümesinin halen elde var olan orta çağ yerleşme mekânı üzerinde gerçekleşmiş olmasının etkisi olmuştur. 20. Yüzyıla dönülürken Londra, maruz kaldığı göç patlamasıyla nüfusunu 900 binden 4,5 milyona çıkarmış, artan sanayileşmeyle birlikte kırsal özelliklerini ve doğal güzelliklerini koruyan kent niteliğini de yitirmiştir. Bu süreçte sanayi kentinin yaşanabilir bir kent olmadığı yönünde bir farkındalık ortaya çıkmış (Alkan & Duru, 2002b) ve farklı alanlardan kişilerce ideal kentlere yönelik kent şemaları ortaya atılmıştır. Ağırlıklı ABD ve İngiltere'de, 19. yüzyıl ve 20. yüzyıl başında Güzel Şehir (City beautiful) hareketi ve Bahçeşehir (Garden City) düşüncesi, Ebenezer Howard'ın "Bahçe Kent" tasarımı, Le Corbuisuer'in "Radiant Kent" ve Frank Lloyd Wright'ın "Broadacre Kent" tasarımları bu türden modernist çabaların öne çıkan örnekleri olarak gösterilebilir. Bu süreçte kapitalist kente için eşitsizlikler

ve sorunlar mekânsal düzlemde sorun olmaktan çıkarılmakta, yaşanılabilir kentlerin yaratılması hedeflenmektedir (Şengül, 2002).

Endüstri dünyasındaki yükseliş kentleri yeniden şekillendirmiştir. Bu dönüşüm, ticaretin yerine sermaye kullanımı ile zenginlik yaratılmasına dayalı yeni bir ekonomik sistemin yaratılması ve teknolojik değişimin birleştirilmesi ile sağlanmıştır. Böylece sanayi şehri 19. yüzyıldan itibaren kentleşmenin yeni bir biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreç küresel şehirler sisteminin kilit noktaları olan bazı kentlerin öne çıkmasını sağlamıştır. Manchester, Chicago, Detroit, Pittsburgh, Almanya'nın Ruhr bölgesinin şehirleri (Essen, Dortmund) ve kuzeydoğu Fransa (Lille gibi). Hızlı bir şekilde büyüme gösteren bu kentlerden, örneğin Londra 1801'de nüfusu 100.000'i aşan tek şehir olarak Birleşik Krallık nüfusunun %4.7'sine sahip olarak Avrupa'nın en büyük kenti iken, sadece yüzyıl sonra 1901'de nüfusu 100.000'i aşan ve Avrupa toplam nüfusunun %25.9'unu kapsayan 35 şehir ortaya çıkmıştı. Endüstri şehrinin yükselişi, fabrika üretim biçimi yanında, ucuz konutlardan oluşan ve üretim alanlarına yakın yeni konut bölgelerinin yaratılışını da beraberinde getirmiştir. Ancak bu ucuz yeni konut alanlarının yaşam ve çevresel koşullarının olumsuzluğu ciddi sağlık sorunları yaratmış, 19. yüzyıl boyunca kentsel altyapı hizmetlerinin önemini anlaşılmasıyla bu sorunların çözümünde ilerleme sağlanmıştır (Thorns, 2002).

1. 20. Yüzyılda Dünyada Kentleşme ve Planlama

1.1. 20. Yüzyılda genel ekonomik değişim ve kentsel bağlamdaki sonuçları

Orta çağ sonrasında ortaya çıkan kentsel dünya, üç ana gelişmenin ürünü olarak şekillenmiştir. Birincisi, dünyanın kendisi, ekonomi ve sosyal aktivitenin küreselleşmesiyle entegre ve uyumlu bir bütün olmuştur. Daha önce yerel ölçekte ve birbirlerinden ayrı olan piyasalar birleşmiş; küresel kurumlar ve organizasyonlar tarafından koordine edilen üretim ve tüketimin dünya çapındaki örüntüsü, bunların yerini almıştır. Yine, daha önce yerel ölçekte olan sosyal örüntüler ve ilişkiler genişleyerek küresel hale gelmişlerdir. İkinci gelişme kentlerin yeni alanlara doğru yayılarak sayılarının ve büyüklüklerinin artması sonucunda kentsel nüfusu ve alanı olmayan çok az bölgenin kalmış olmasıdır. Üçüncü gelişme, çok sayıda insanın ve dünya nüfusunun büyük bir oranının kentlerde yaşamakta olması ve köken ve karakter olarak kentsel yaşam tarzlarını takip etmesine bağlı olarak küresel toplumun dönüşümüdür (Clark, 1996). Bu gelişmelere ilişkin Clark (1996) tarafından yapılan derleme Tablo 1'de özetlenmiştir:

Tablo 1. Global Kentsel Gelişimin Ana Aşamaları (Clark, 1996)

	1500-1780	1780-1880	1880-1950	1950-
BİRİKİM TÜRÜ				
Ekonomik biçimlenme	Merkantilizm	Endüstriyel kapitalizm	Tekelci kapitalizm	Kurumsal kapitalizm
Varlık kaynağı	Mal ticareti	Üretim	Üretim	Üretim ve dağıtım
Üretimi temsil eden ünite	Atölye	Fabrika	Çokuluslu şirket	Ülkelerarası şirketler, küresel fabrika
DÜNYA-SİSTEMİ KARAKTERİSTİKLERİ				
Mekân ilişkileri	Ticaret rotaları	Atlantik havzası	Uluslararası	Küresel
Arz sistemi	Sömürgecilik	Sömürgecilik/Emperyalizm	Devlet emperyalizmi	Şirket emperyalizmi
Egemen güç	Birleşik iller/şehirler, Akdeniz şehir devletleri	Britanya	Britanya, ABD	ABD
KENTSEL SONUÇLAR				
Dönem başındaki kentleşme düzeyi (%)	2	3	5	27
Dönem boyunca kentleşme alanlar	Avrupa limanları	Britanya	Kuzeybatı Avrupa, Amerikalılar, imparatorluk kıyıları	Afrika ve Asya
Egemen şehirler	Venedik, Cenova, Amsterdam	Londra	Londra, New York	New York, Londra, Tokyo

Kentleşme süreçlerini etkileyen dönüşümün ilk evresi, geç 18. yüzyıldan itibaren şekillenen kapitalist ekonominin etkisiyle yaşanmıştır. Emek, ürün ve kar kavramları ile ilerleyen üretim süreci imparatorluklarca gereksinim duyulan hammadde ve yeni pazar arayışları ile şekillenmiştir. Bu kapitalist süreç, bir yandan üretim aktivitesini ve emek gücünü bir yerde yoğunlaştırdığından, kentsel büyümeye ve kent sayısının artışına yol açmış, diğer yandan ticaretin artan hacmi bağımlı deniz aşırı alanlardaki kentleşmeyi canlandırmıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru, tekelci kapitalizm endüstriyel kapitalizmin ve sömürgeciliğin yerini almış, ekonomik faaliyetlerin oldukça büyümüş olan ölçeği, imparatorlukların kontrolünde ve her sektörde az sayıda üretici ile oluşturulan uluslararası piyasa ile belirgin hale gelmiştir. Tekelci kapitalizm, endüstriyel devletlerin hızla artan nüfusunun oluşturduğu ürün talebine yanıt olarak ortaya çıkmış; bu durum üreticileri ağır, işlenmemiş ürün imalatından geniş

kapsamlı tüketici malları ve hizmetlerinin üretimine doğru çeşitlenmeye yöneltmiştir. Avrupa'daki merkez ekonomiler daha üretken hale gelmiş, böylece pek çok fabrika tesisinin hem evde hem çeperde, pek çok alanda pek çok işleyle uğraşan çokuluslu şirketler halinde güçlenmesi söz konusu olmuştur. Tekelci kapitalizm, çeperlerin çok daha acımasızca sömürülmesine yol açmıştır. Endüstriyel faaliyetlerin giderek büyüyen ölçeği, hammadde kaynaklarının uluslararası teminini ve üretilen ürünlerin uluslararası pazarlanmasını gerektirmiş; böylece merkez bölgelerin başarısı denizaşırı bölgelerde egemenlik ve kontrol sağlayabilme becerisine bağımlı hale gelmiştir. Bu ya İngiliz ve Fransız imparatorluklarının 20. yüzyılın başında en büyük sözcüleri olduğu resmi emperyalizm ile ya da, örneğin ABD endüstrilerince denendiği şekilde, şirketlerin gücü ve etkisi ile olmuştur. Tekelci kapitalizm, çeperde kentsel gelişmenin sınırlı kalmış olmasının yanında, genişleyen merkezde ileri düzeyde kentsel büyüme ve şehirleşme yaratmıştır. 20. Yüzyılın ilk yarısındaki kentleşme Avrupa, Amerikalılar ve Avustralya'da çok hızlı ve yaygın olmuş, Dünyanın geri kalan kısmı büyük oranda bu süreçten etkilenmemiştir (Clark, 1996).

Bu dönüşümde anahtar faktör, küçük ölçekli ve çoğunlukla bir aile elindeki ilk kapitalist üretim araçlarının 20. yüzyıl boyunca önce ulusal, sonrasında uluslararası ölçekte ve milenyumda da küresel ölçekte şirketler haline dönüşmesiyle sonuçlanan endüstriyel üretimin doğasındaki değişimdir. Ford şirketi bu anlamdaki en tipik örnektir. Fordizm olarak adlandırılan bu sistem içerisinde araba satışlarını artırmak için, işçilerin araba almalarını kolaylaştırmak ve araba kullanmaya zaman bulmalarını sağlamak için işçi ücretleri artırılmış ve çalışma saatleri düşürülmüştür. Bu sayede tüketimin artırılması ile ulaşılan nokta mal üretiminin de kitlesel hale gelmesidir (Harvey 1990; Amin, 1994; Thorns, 2002). Modernizmin zirve noktası, 20. yüzyıldaki Fordizm ve refah devleti anlayışının hâkim olduğu dönem olarak kabul edilir. Bu dönemde hem ekonominin hem de devletin ana etkinliği, üretimi ve ürün çıktılarını artırma ve tüm bireyleri kitlesel tüketimin giderek standartlaştırılan örüntüsü içerisine katılması amacı ile şekillenmiştir. Bu dönem alt-kentleşmenin büyüdüğü ve insanların kendi arsalarında ürettiği kendi tek aile evlerinin ortaya çıktığı dönemdir (Thorns, 2002).

Büyük ölçekli ve montaj hattı teknolojileri üzerine kurulan kitlesel üretim yapan endüstrilerin gelişimi ile nitelenen Fordizm, hiyerarşik yapıdaki organizasyonlarda standartlaştırılmış malların, önce ulusal ölçekte sonrasında ise uluslararası boyutta pazara sahip olan bir üretim ve pazarlama ağını yaratmıştır. Büyük fabrika tesislerinde işçilerin ürünün tamamı üzerinde çalışmaktan daha çok, montaj hattında tek bir görevi üstlendiği ve buna bağlı olarak işçiler arasında uzmanlaşma ve farklılaşma gerektiren bu işleyiş üretim miktarını da artırmıştır.

1950'lerde kentsel örüntünün büyük kısmı ABD, Rusya, Birleşik Krallık ve Fransa'nın ekonomik ve politik emperyalizmi ile ilişkili olarak nüfus yoğunlaşma süreçleri ile açıklanmaktadır. Kanada, Güney ve Ota Amerika'daki yüksek düzeyde kentsel gelişme İngiliz ticaretinin ve yakın zamanda ABD ile şirket bağlantılarının bir mirası olarak görülürken, Rusya'da, Orta ve Doğu Avrupa'da sınırlı kentsel gelişme olmuştur. Bu dönemde nüfusun sadece dörtte biri kentsel alanlarda yaşamış olmasına rağmen, 1950'de kentsel dünyanın ana niteliği, merkezin egemen ekonomilerindeki kentleşme döngüsünün tamamlanmış ya da tamamlanmak üzere olmasıydı (Clark, 1996). Bu süreçte, kentlerin hızla

büyümesinin ve nüfusun kentleşmesinin kentlerin mekânsal ve maddi yapılarında yarattığı derin etkinin çarpıcı mekânsal bir sonucu kentleşmiş toplumun baskın yerleşme biçimi olan metropoliten kent olmuştur. Metropoliten alanlar, her biri kendi etkinliklerinde ve kurumlarında az çok uzmanlaşmış birden çok merkezin ve yerleşim yerinin bulunduğu yerler olarak tarif edilmiştir (Hatt & Reiss, Jr, 1957; Alkan & Duru, 2002a).

1980'ler ve 1990'lar, küresel ve yerel değişimlerin uzantısında, ekonomik yeniden yapılanma ve sanayisizleşme ile bunların şehrin mekânsal ve sosyal yapısı üzerinde yarattığı değişiklikler üzerine çalışmaları ortaya çıkarmıştır (Smith, 1980). Bu süreçte, bir süre Neo-Marxist görüş tarafından ekonomik birikimin niteliklerini ve sosyal düzenin doğasını ortaya koyan çalışmalar ağırlıkta olmuş ve Fordizm'den Post-Fordizm'e geçiş söylemiyle kentsel işgücü ve işsizlik ile kentsel emek gücünün değişen doğası ele alınmıştır (Massey 1984, Bluestone and Harrison 1986). Daha sonra 1980'lerde, üretimden ziyade tüketimin rolü şehrin şeklinde kilit etki olmuş ve biçime daha büyük önem verilmeye başlanmıştır (Thorns, 2002).

Küresel pazarlarda önemli bir yer edinme ve "küresel kent" olma yarışı sonucunda, endüstri-sonrası kentlerin önce merkezlerinde, sonraları eski sanayi, liman alanları gibi terk edilmiş alanlarda ve tarihi ve kültürel mirasın yoğunlaştığı alanlarda, kentsel canlandırma ve yeniden geliştirme projeleri aracılığıyla, yepyeni mekânlar üretilmeye başlanmıştır. Bu yeni kentsel peyzaj içerisinde kamusal mekânlara özellikle ayrı bir önem atfedilmiştir. Kamusal mekânların artan öneminin arkasındaki temel neden, bu tür mekânlar sayesinde yatırımcıların ekonomik faydalarının artmasıdır. Yatırımcılar, nitelikli kamusal mekânların, içinde buldukları alanların emlak değerlerini yükselttiğini ve uzun-vadede yatırım potansiyellerini artırdığını fark etmişlerdir (Ercan, 2016).

1980 sonrası endüstri-sonrası kentlerin merkezlerinin canlandırılması, ticaretin tekrar kent merkezlerine çekilmesi amacıyla üç yeni kamusal mekân üretilmiştir: 'kent içi alışveriş merkezleri', 'özelleştirilmiş meydanlar' (corporate plazas & atria) ve 'yerüstü ya da yeraltı yaya ağları'. Endüstri-sonrası kentin önemli özelliklerinden biri de 'megaticaret alanları'dır. Ticaret, ofis, konut, otel ve eğlence alanlarının bir arada bulunduğu bu karma kullanımlı büyük ticari alanların en büyük özelliği, iyi tasarlanmış, ayrıcalıklı, zengin görüntülü kamusal mekânlara sahip olmalarıdır. Mega-ticari alanların yanı sıra, endüstri-sonrası kentlerde, turizm ve kültürel odaklar ya da konut, ofis, ticaret alanları olarak restore edilen tarihi bölgelerin kamusal mekânları, belirli bir temaya odaklanılarak tasarlanmaktadır (Ercan, 2016). Korunaklı kapalı siteler, endüstri-sonrası kentlerin en önde gelen mekânsal öğelerinden biridir. Endüstri-sonrası kentlerin 'kentsel karargâhları' ya da 'yeni kaleleri' olarak adlandırılan bu sitelerin kamusal mekânları, kamunun erişimine kapatılmış sokaklardan, yeşil açık alanlardan ve yaşayanların ortak kullanım alanlarından oluşmaktadır. Bu tür mekânlar, elektronik kamera sistemleriyle izlenen, içe dönük tasarımları, tek girişli, çıkmaz sokaklarıyla, erişimi sınırlı, çok ayrıcalıklı kamusal mekânlar yaratırlar (Punter, 1990).

Sanayi devrimi sonrasında yaşanan kentleşme süreci hem mekânı hem de yeni bir boyut kazanan kentlileri/toplumunu anlamaya ve açıklamaya yönelik kentsel analizler/araştırmaları da ortaya çıkarmıştır. 19. yüzyıldan itibaren kurumsallaşmaya başlayan sosyoloji biliminin de öncüsü niteliğinde olan ve

birbirine karşı nitelikte başlıca dört okul (Comte (1876), Durkheim (1960), Toennies (1956), ve Weber (1921)), bu değişim ve dönüşümleri açıklayan yaklaşımlar olarak ön planda olmuşlardır. Şehir üzerine ilk yazarlar kentsel büyümeyi ve kent yaşamının kır ya da taşra yaşantısından nasıl farklılaştığını açıklamak istemişlerdir. Dolayısıyla, Toennies (1956) ve Durkheim (1960) gibi yazarlarla, kırsal ve kentsel yaşam tipolojileri yaratan güçlü bir “karşıt” teori geleneği ortaya çıkmıştır. Sık sık “kaybettiğimiz dünya” için nostalji, küçük ölçeğin kırsal dünyası, kişisel olmayandan ziyade kişisel “toplum”, şehrin büyük ölçekli heterojen dünyası ile üst üste gelen bir kentsel yaşam görüşü sağlamışlardır. 1920’lerde Chicago Okulu, ekolojik analizler, Darwinci rekabet ve piyasa ekonomisi ile şekillenen alternatif bir kentsel analizler geleneğinin merkezi olmuştur. Kent sürekli bir göç dalgasına maruz kalmış ve bu baskın/hâkim süreçlerin bu istila, süreklilik ve hâkimiyet olduğuna yönelik bir görüş yaratmıştır. Daha sonra Wirth (1938), Chicago’da yazarak, kentleşmeyi bir yaşam tarzı olarak ele almış ve bunu büyüklük, yoğunluk ve şehrin heterojenliğinin bir sonucu olarak görmüştür. Toparlayıcı bir şekilde, bu süreçler kentsel yaşam için ve yakın bilgi ve samimiyete dayalı ilişkiden kişisel olmayan ve resmi doğası olan ilişkiye doğru değişen sosyal ilişkiler için daha büyük bir karmaşıklık ve ölçek yaratmıştır (Thorns, 2002).

1.2. 20 Yüzyılda Kentsel Mekân Çalışmaları ve Planlama Anlayışının Gelişimi

20. yüzyılda yaşanan ve yukarıda ifade edilen dinamikler kentsel mekân ile ilgili çalışmaların da farklı çerçevelerde ele alınmasına olanak vermiştir. Bu bağlamda, kentsel planlamaya yaklaşımlar, kentsel mekâna yönelik arayışlar ve planlama politikaları bağlamında ele alınacaktır.

1.2.1. Kentsel mekâna yönelik arayışlar:

Kentlerin bir bütün olarak ele alınarak planlanması düşüncesi kentlerde yaşanan değişim ve dönüşümün sonucunda 19. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır. Radikal reformist bir fikirler dizisi olarak 1890’larda şekillenmeye başlayan bu hareket, kentlerin büyütülmesi ya da güzelliklerin korunması gibi hedefleri de olmakla birlikte, ağırlıklı olarak yeni gereksinimleri karşılamak üzere toprak reformuna ve konut reformuna dayanmaktaydı. İngiltere’de, 20. Yüzyıldan itibaren yeni reformcuların ve profesyonellerin katılımı ile ilerletilen kent planlama düşüncesinin yerleşmesinde Bahçe Şehir ve Kent Planlama Kurumu (Garden City and Town Planning Association), Ulusal Konut ve Kent Planlama Konseyi (The National Housing and Town Planning Council) ve Kent Planlama Enstitüsü (Town Planning Institute) en dikkat çeken ve ana rolleri üstlenen kurumlardır. Bu yeni hareketin ortaya koyduğu fikirler bahçe şehir ya da uydu kentler gibi öncü girişimlerle somut ifadelerini bulmuşlardır. Şehirsel büyümeye ilişkin daha stratejik bir konsept, geniş çaplı yerleştirilmiş sosyal şehirler ve bölgelere ayrılmış yerleşme düzeni (zoning) vb. kavramları bir araya getirerek oluşturulmuştur (Ward, 2004).

20. Yüzyılda ekonomide yaşanan reformlar ve büyümeler ile halk sağlığı ve konut sektöründe ortaya çıkan gelişmeler kentlerdeki nüfus sayısını daha da artırmıştır. Ekonomik sistemlerde yukarıda özetlenen gelişmeler kent formu ve dokularında da etkisini göstermiştir. Ulaşım teknolojisinde yaşanan gelişmelerin de etkisiyle kentlerde bu kez yoğunlaşmış kentsel formdan, çoğu batı kentinde tipik olarak

görölmeye başlanan daha yaygın bir kent formuna yönelik bir dönüşüm yaşanmaya başlamıştır (Saunders, 1990).

1950'lere kadar ulaşan süreçte, üretilen yeni kentsel mekânların, geçmişin kentsel özelliklerini ele alarak mekân tasarımını ön planda tutan ve bu görüntüsüyle daha çok geçmişin kültürel birikimini mekân tasarımına uygulamayı hedefleyen bir tavır ile tasarlandığı görölmüştür. Hebbert ve Sonne (2006), bu konuda 20 yüzyılda dikkate alınabilecek başlıca örnekleri şu şekilde sıralamıştır:

- Daniel Hudson Burnham ve Edward Herbert Bennett'nin 1909 yılında hazırladığı "Plan of Chicago" raporu,
- Henry Aldridge'in 1915 yılında hazırladığı "Case for Town Planning. A practical manual for the use of councillors, officers and others engaged in the preparation of town planning schemes" başlıklı rehber,
- Raymond Unwin'in, 1909'da yayınladığı "Town Planning in Practice: An Introduction to the Art of Designing Cities and Suburbs" başlıklı isimli eseri,
- Albert Erich Brinckman'ın hem meydanların tasarımı (1908) hem de genel şehir planlama konularını (1920) ele aldığı "Platz und Monument (1908)" ve "Stadtbaukunst. Geschichtliche Querschnitte und neuzeitliche Ziele (1920)" başlıklı çalışmaları,
- Werner Hegemann ve Elbert Peets'in 3000 yıla varan kent tarihi örneklerini ele aldığı "American Vitruvius: An Architects' Handbook of Civic Art (1922)" yayını,
- Karl Popper'ın "The Poverty of Historicism (1957) başlıklı kitabı,
- Lewis Mumford'ın kentsel tarih döngülerini ele aldığı "Culture of Cities (1938)" adlı kitabı,
- Ernst Egli'nin üç ciltten oluşan kentsel tasarımın tarihçesi niteliğindeki eseri "Geschichte des Städtebaus (1959-1967),
- Erwin Gutkind'in sekiz cilt halinde yayınladığı "International History of City Development (1964-1972)" başlıklı eseri,
- Kentsel mekân düzenlemesinde tarihselci bakış açısını ön plana alan Sigfried Giedion'un "Space Time and Architecture. The Growth of a New Tradition (1941)", Eliel Saarinen'in "The City. Its Growth – Its Decay – Its Future (1943)" ve Arthur Korn'un "History Builds the Town (1953)" başlıklı kitapları (Hebbert & Sonne, 2006).

1950'lerin sonlarında Saverio Muratori tarafından Venedik için yapılan kent tarihi çalışması kapsamında hazırlanan tipolojik planlar, Aldo Rossi'nin "Architettura della Città (1966)"sı, Anglo-Sakson dünyasında Colin Rowe ve Fred Koetter'ın "Collage City"si kentsel mekanda tipoloji çalışmaları ile ön plana çıkarken, Kevin Lynch ve Edmund Bacon kentsel tasarımı, tarihi sokakların ve mahallelerin analizleri açısından tanımlamıştır. Bunların yanı sıra, yüzyılın sonuna doğru post-modern anlayışın gelişmesiyle birlikte yerelliğe yapılan vurgunun artışıyla Leonardo Benevolo'nun "Storia della città" ve "Storia dell'urbanistica" adlı eserleri, Wolfgang Braunfels'in "Abendländische Stadtbaukunst"u, Michael Hesse'nin "Stadtarchitektur" incelemesi, Spiro Kostof'un "The City Shaped" ve "The City Assembled" kitapları, ve daha yakın dönemde geçmişin tiplerinden sistematik bir kentsel teori oluşturmada daha toparlayıcı bir çaba olarak Andres Duany, Elizabeth Plater-Zyberk ve Robert Alminana'nın 2003'te yayınladığı "New Civic Art: Elements of Town Planning" ön plana çıkmaktadır (Hebbert & Sonne, 2006).

Kentleşme dinamiklerinin 20. yüzyıl süresince geçirdiği dönüşümü Freestone ve Gibson (2006) kültür bağlamında farklı bir perspektifle ele almışlardır (Tablo 2). Yazarlar Ebenezer Howard'ın "Garden City" diyagramını periferideki kır evleri ve merkezdeki daha büyük kamu binaları ile kentsel yerleşmede endüstri devrimi sonrası yeni bir formun ideal bir ifadesi olarak ele alırken, Daniel Burnham ve Edward Bennett'in 1909 yılı Chicago Planı'nı kültürel ve sanatsal arayışları ile planlama bağlamında güzel bir şehrin ifadesi ve klasiği olarak değerlendirmektedirler. 20. yüzyıl başındaki tarihselci perspektifle eski kentleri bir kültür kaynağı ve sanat eseri olarak gören bakış açısının, yüzyılın ortalarına doğru gelişen fonksiyonel ayrıştırmaya dayalı bölgeleme tekniği ile kaybolmuştur. Kültürel alanların da ayrı bir kullanım türü olarak sınırlı alanlar içinde düzenlenmeleri kentsel mekân ve kültür ilişkisini koparmıştır. Bu anlamda Le Corbusier'in Radiant City'si kültür ve kent ilişkisi açısından sosyal ayrıştırıcı biçimde kalmıştır. Bölgeleme (zoning) tekniğinin uygulanması ile ortaya konan kültürel bölgeleme, Patrick Abercrombie'nin formüle ettiği (Abercrombie vd., 1945) "survey-analiz-plan" yaklaşımı ile sembolleştirilen kentsel survey/analiz çalışmaları ile (tarih, arkeoloji, mimari, iletişimler, endüstriyel survey, nüfus, sağlık koşulları, konut, açık mekanlar, toprak kullanımı, peyzaj, yönetim, finans, kamusal servisler vb. başlıklarda) daha da yerleşik hale gelmiştir (Freestone & Gibson, 2006).

Tablo 2. Fiziksel – ekonomik - kültürel planlama paradigmalarının bir değerlendirmesi (Freestone & Gibson, 2006)

Dönem	Paradigmalar	Kuramcılar ve uygulayıcılar	Yerler, planlar ve örnekler
1900ler– 1910ler	Bir sanat eseri olarak şehir	Daniel Burnham	Paris ve Viyana modelleri; güzel şehir hareketi; Chicago Planı; Canberra Planı
1910ler– 1950ler	Kültürel bölgeleme	Harland Bartholomew Patrick Abercrombie	Kentsel-kültürel merkezler; komşuluk kentsel olanakları, fonksiyonel şehir ve 2. Dünya Savaşı Sonrası master planlar
1960lar– 1970ler	Başat/öncü hizmetler/tesisler	Robert Moses	Lincoln Merkezi; JFK Merkezi; Sydney Opera Binası
1960lar– 1970ler	Toplulukların kültürleri	Jane Jacobs	Topluluk sanatları hizmetleri/tesisleri; miras hareketi; topluluk kültürel gelişimi; sosyal planlama
1980ler– 1990ler	Kentsel gelişmede kültür	İlerici kent yönetimleri Pasqual Maragall Sharon Zukin	Kültürel rejenerasyon ve kültür endüstrileri stratejileri; festival pazarları; yerel ekonomik kalkınma; Avrupa Kültür Başkenti; Barcelona; Bilbao; Baltimore; Glasgow; Manchester
1990ler– 2000ler	Yaratıcı şehir	Charles Landry Richard Florida Allen Scott	Sanat ve kültürel planlama stratejileri; kentsel tasarım; kültürel bölgeler; kültürel turizm; Huddersfield; Helsinki; Berlin

Kültürel bölgelemenin modern planlama teknikleri ile yerleşik hale gelmesi, 1950'lerde kentsel mekânda hiyerarşik bir görüntü de sunmuştur. Merkezi sivil ve entelektüel hizmetlerin yer aldığı bir kent merkezi ile günlük ihtiyaçları sağlayan alt-kentsel topluluk ve komşuluk merkezlerinin sunduğu

fonksiyonel farklılık 1960'larda Jane Jacobs tarafından sert bir şekilde eleştirilmiştir (Jacobs, 1961). 1970'lerden itibaren, kültürün yeni anlamlarının ve yeni benimsenme şekillerinin serbest kalmasıyla şehirlerin doğası da değişmeye başlamış, yapılı çevre mirası yeniden değerlendirilmiş ve güçlü bir tarihi koruma ve miras koruma hareketi gelişmiştir. Komşulukların kentsel yenileme programlarından korunması ve terkedilmiş yapıların ve çevrelerinin adapte edilerek yeniden kullanımı, öncelikli estetik ve güzellik faydalarının ötesine geçerek, mülk değerlerini dengelenmesine (sonrasında şişirilmesi), sanat ekonomisinin teşvik edilmesine ve yeni ticari ve kamusal yatırımların çekilmesine ulaşmıştır. 1980'ler ve 1990'ların başları ise planlamada en dramatik ve belirleyici kültürel dönüşümü ortaya çıkarmıştır. Fordizm'in yıkılışı, endüstrisizleşme gibi ekonomik yeniden yapılanma süreçlerinin olumsuz anlamda katalizör etkisi yarattığı bu dönemde yeni yatırım kaynakları, istihdam olanakları ve daha avantajlı alan üretimine yönelik arayışları ortaya çıkarmış ve küreselleşmenin yeni bir ekonomik çevresi piyasa yanlısı ve küçük hükümetli neo-liberalizme eşlik etmiştir (Freestone & Gibson, 2006).

1.2.2. Planlama Politikaları

Sanayi devriminin yarattığı hızlı kentleşme bir yandan mevcut dokularda tahribat yaratarak kent mekânlarının sağlıklılaştırılması ve güzelleştirilmesi adına müdahalelere yol açmış, diğer yandan endüstri toplumunun ve bu toplumun yaşam alanı yeni kentlere yönelik modelleri ortaya çıkarmıştır. Yukarıda da değinildiği gibi, 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başında kentlerin planlanması adına çabalar daha çok fiziksel mekân düzenleme ile sınırlı kalmıştır.

Kentlerde giderek büyüyen sorunlar karşısında konuya disiplinli yaklaşım 19.yüzyıl sonlarını bulmuştur. Camillo Sitte'nin "The Art of Buildings Cities (1889)" kitabı, Stubben'in "Staedtebau (1890)" kitabı, Tony Garnier'in "Cite Industrielle (1904)" projesi, Robert Unwin'in temeline yoğunluk kriterini aldığı ve nüfus yoğunluğu, ulaşım, konut biçimlenmesi vb. sorunlarla ilişkili olarak değerlendirmelerde bulunduğu "Nothing Gained by Owercrowding (1918)" başlıklı kitabı ve Patrick Geddes'in tedaviden önce teşhis prensibine dayanarak ortaya koyduğu plandan önce survey (analiz/araştırma) yaklaşımını çalışmalarında uygulaması, o dönemde bilimsel gelişmelerin de etkisiyle kentsel alanda pozitivist analitik çalışma yöntemlerinin yerleşmesini sağlamıştır (Suher, 1996). Kent planlama bağlamında ulaşılan bu yeni bakış açısı sonrasında rasyonel geniş kapsamlı planlama anlayışını ortaya çıkarmıştır. Bu yönde bir planlama yaklaşımının benimsenmesiyle şehir ve bölge planlama disiplini ile ilgili kurumsal otoritelerin geliştirilmesi üzerine bir vurgulama yapılmıştır. Bunun en etkin sonucu konut, endüstri, ticaret, alış-veriş ve eğlence alanlarının birbirlerinden mekânsal olarak ayrı ayrı düzenlenmelerini öngören bölgeleme (zoning) ve diğer benzer düzenleyici aygıtlarla kentsel kullanım alanlarının ayrılması olmuştur (Thorns, 2002).

1940'lı yıllardan itibaren bahsedilen bu yeni fikirlerin kamu yönetimi organlarının kent planlama politikalarına girmesiyle, planlama disiplininin bağımsızlığı da resmi bir nitelik kazanmıştır. 1960'lardan sonra, kent planlamanın önceki özerk entelektüel düşünce geleneği körelmeye başlamış, planlama alanındaki gelişmeler daha çok kentsel politika süreçlerinde yoğunlaşmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan önce bir şekilde marjinal etki bırakabilmiş çarpıcı bir düşünce olarak gelişen kent planlama, 1940'larda savaş döneminin devlet kontrolündeki ekonomisi içerisinde, özel mülkiyete ve kalkınmaya ilişkin

öncelikleri de sınırlandıran ana kuvvet olmuştur. 1950'lerde bu müdahaleci tutum (devletin hala aktif olduğu fakat açık bir şekilde kapitalist, piyasa ekonomisine dayalı olan) karma ekonomiye yol açarken, kentsel değişim sürecinde kent planlama daha az yönlendirici bir rol üstlenmiştir. 1970'lere kadar, kent planlama imardaki özel sektör kaygılarını bastırmaktan çok dizginlemeyi tercih etmiştir. Dikkat çekici değişim, 1980'lerde kent planlama beklentilerinin sıkı bir şekilde piyasa kontrolündeki kentsel değişim süreçlerinin hizmetine sunulmaya başlanmasıyla yaşanmıştır (Ward, 2004).

20. Yüzyılın ortalarından itibaren oluşan planlama anlayışının ve sisteminin en belirgin sonucu geniş kapsamlı planlama anlayışının yerleşmesi olmuştur. 1950'li yıllardan itibaren ekonomik ve kalkınma amaçlı rekabetin artması yanında sosyal konuların da planlama gündemine girmesiyle geniş kapsamlı planlama anlayışı 70'lere kadar etkili olmuştur. Bu planlama anlayışı, bilimsel yöntemler kullanılarak yapılan araştırma ve analiz çalışmalarını temel alan, alan kullanımına dayalı olarak uzun vadede geleceği kontrol etmeyi amaçlayan ve kentsel mekânın kullanım bölgelerine ayrılması tekniği (zoning) ile kararlar alan kamu ya da devlet organlarının kamu yararı adına kontrol gücünü elinde bulundurduğu bir sistem olarak tarif edilmektedir (Campbell & Marshall, 2002).

Planlama alanında teknik yönden yaşanan bu gelişmeler diğer yandan politika alanında da farklı tartışmalara sahne olmuştur. Avrupa ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri'nde başta olmak üzere, sanayi devrimi sonrası ekonomik gelişme ve rekabet ortamında, toplumsal ve bilimsel gelişmelerle şekillenen modernist ortamda üretilmiş ve 20. yüzyıl ortalarında uzun bir dönem yaygın bir şekilde benimsenerek uygulama pratiği bulmuş olan geniş kapsamlı planlama anlayışı 60'lardan başlayarak ekonomik ve politik yönden eleştirilmeye başlanmıştır.

Bu eleştirilerin başta gelenlerinden biri Aşamalı Planlama anlayışı olarak tarif edilmiştir. Bu anlayışa göre, toplumsal yapıdaki farklı çıkar gruplarının, kendi güçleri ve etkinlikleri oranında planlamaya etki edeceğini ve bundan ötürü bütüncül bir kamu yararı anlayışının gerçekleştirilmesinin mümkün olamayacaktır (Ersoy, 2007). Geniş kapsamlı planlama anlayışı karşısında öne sürülen bir diğer görüş de Savunucu Planlama anlayışı olmuştur. Toplumdaki zayıf ya da dezavantajlı grupların planlama süreçlerine katılımlarının sağlanmasının gerekliliğini savunan ve Davidoff (1965) tarafından sistematik bir çerçeveye oturtulan bu görüş, kapsamlı planlamanın planlama sürecini teknik bir süreç olarak algıladığını ve planlama sürecinin siyasal içeriğini göz ardı ettiğini, bu çerçevede de, araçları vurgularken, amaçları ve planlamanın çıktılarını dışladığını öne sürmektedir (Şengül, 2002).

Geniş kapsamlı planlama anlayışına 60'larda ve 70'lerde Marksist anlayışla yapılan eleştiriler bir diğer çarpıcı politik tutumu ortaya koymaktadır. Şengül (2002)'de uzun bir değerlendirmesi yapılan bu eleştirilerde, özellikle Harvey, Castells ve Lefebvre'in eleştirileri planlamanın ve devletin rolünü ile kamusal alanın ve toplumsal sınıfların çıkarları açısından sorgulamaktadır. Yine aynı bağlamda, Jacobs modernist planlama anlayışının yukarıdan aşağı bir dayatma olarak yerel toplulukların ve onların yarattığı organik kentsel yapının dinamiklerini anlamaktan uzak kaldığını ve kentleri düzenlemek adına demokratik ve katılımcı mekanların ortadan kaldırıldığını öne sürmekte; Friedman (1998); Scott (1998); Watson ve Gibson (1995) ise sivil toplumun yeniden inşa edilmesinin gerekliliğini ifade etmektedir (Şengül, 2002).

1980'lerde girişimcilik ve serbest piyasa süreçlerinde yaşanan gelişmelerle devlet ve özel sektör arasında planlama ve kalkınma süreçlerindeki rollerin yeniden ele alındığı neoliberal politikaların etkin olduğu bir süreç başlamıştır. Özelleştirme ve kuralsızlaştırmayı temel alan bir biçimde devletin geri çekilmesi ya da etkinlik alanlarını ve biçimini yeniden düzenlemesi, planlama kurumunu yeniden tanımlarken, kent mekanının biçimlendirilmesinde planlamanın rolü daha da sınırlanmış ve piyasa güçleri bu süreçte daha güçlü bir konum kazanmıştır. Bir yandan uluslararası alanda rekabetçiliğin ve gelişme hedeflerinin ön plana çıktığı bu dönemde diğer yandan yerel değerlerin, yerelliğin ve yerle ve bölgesel yönetimlerin ön plana çıkarıldığı bir ortam söz konusudur. 1990'larda daha kısa vadeli ve çabuk karar almaya yönelik stratejik planlama yaklaşımlarının ortaya çıkmasıyla, daha katılımcı bir işleyiş hedefi ile bu planlama yaklaşımında planlamada devletin tekelinin azaltılmasının hedeflendiği ve daha katılımcı bir işleyişin oluşturulması adına yönetim kavramı ile ifade edilebilecek yönetim anlayışını savunan görüşlerin ortaya çıktığı görülmektedir. Habermas (1984) tarafından ortaya konan yukarıdan aşağı teknik bir rasyonalite yerine, aşağıdan yukarıya katılımcı bir rasyonalite anlayışını ifade eden İletişimsel Planlama Yaklaşımı ve iktidar olgusunu devlet merkezli olmaktan çıkarıp toplum merkezli bir anlayışla kavrayan ve sivil topluma öncelik veren (Forester 1989) Müzakereci Planlama Anlayışı, bu görüşlerden en ön planda olanlarıdır (Şengül 2002).

Genel bir bakış açısıyla, 20. yüzyıl ortalarına kadar planlamanın faaliyet alanı daha çok fiziksel mekân düzenleme üzerine yoğunlaşırken, 1950'lerden itibaren planlamanın rolünün tasarımcıdan, bilimsel araştırma ve analizlere göre rasyonel kararlar alan plancıya doğru dönüştüğü, 1980'lerden itibaren ise yönetici ve iletişimci plancı rolüne doğru bir dönüşümün olduğu görülmektedir (Taylor, 2009).

2. 20. Yüzyılda Türkiye'de Kentleşme ve Kent Planlama

20. yüzyıl Türkiye için Osmanlı İmparatorluğu'nun sona ermesi ve yeni bir ülkenin kurulması süreci açısından oldukça önemli bir döneme karşılık gelmektedir. Bu dönem, hem Dünya'da yaşanan ve birinci bölümde bahsedilen geniş çaplı değişim ve dönüşümün etkilerinin görüldüğü, hem de gelişmeler karşısında maruz kalınan batılı emperyalist etkilerin olumsuz sonuçlarının görüldüğü ve ulusal bağımsızlık mücadelesinin başarılmamasının ardından yeni bir ülkenin kuruluş çabalarının yoğunlaştığı bir dönem olarak başlamıştır. Sonrasında ise ekonomik, toplumsal ve politik düzlemde yaşanan büyüme ve gelişmeler, dünyada yaşanan gelişmelerin de etkisi altında konjonktürel değişimlere uğramıştır. Bu bağlamda, özellikle kalkınma politikalarında merkezi yapının baskın olduğu bir yapıdan, sonrasında liberal ve neoliberal politikalara doğru şekillenen bu gelişmeler, kentler ve kent planlama alanı üzerinde önemli etkiler etki bırakmıştır.

2.1. Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde durum

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, batılı ülkelerle ekonomik ve siyasi ilişkilerini geliştirmesiyle hızlanan değişim ve yenileşme hareketleri 19. yüzyılda en yoğun dönemini yaşamıştır. Bu bağlamda, Tekeli, Türkiye için belli bir modernleşme sürecinin, Cumhuriyetin ilk yıllarını da kapsayacak şekilde 19. yüzyılın ikinci yarısında başladığını belirterek, bu dönemi "sıkılğan modernite projesi" olarak adlandırmakta ve bu modernite projesinin kurumlarının bu dönemde oluşmaya başladığı

tespitini yapmaktadır (Tekeli, 2009). Osmanlı sosyo-mekânsal yapılanmasında, oldukça eşitsiz gelişmiş bir tarihsel ve mekânsal işbölümünün sonucu olarak, İstanbul baskın kent olma özelliğini taşımaktadır. Ancak bu İstanbul'un diğer kentler üzerinde koşulsuz bir kontrol sağlamış olduğu anlamına gelmemekte, kentlerin birçoğu bu dönemde, kurumsallaşmamış da olsa, yerel seçkinlerin fiili denetiminde, belli bir özerkliğe sahip olarak yerleşme sistemi içinde yer tutmaktadır (Şengül, 2017).

Sanayi devrimi sonrası batılı imparatorluklarının sömürgeleştirme politikaları Osmanlı İmparatorluğu üzerinde de etkili olmuş ve ekonomi kapitalist batıya açılmıştır. Örneğin, emperyalist batı ile kurulan ilişkilerde yarı-koloni pozisyonunda olan Osmanlı'da demiryolları gibi altyapı yatırımları yabancı kaynaklıydı. Bu süreçte yoğunlaşan batılılaşma çabaları sonucunda, 1839'da Tanzimat Fermanı'nın ilanı ile sembolleşen bir dizi reformun yönetim ve ekonomik alanda gerçekleştirildiği görülmektedir. Birinci bölümde değinildiği gibi, 19. yüzyılda Avrupa'da kentsel planlama kurumsallaşmaya başlarken hedeflerin başında kentlerin sağlıklılaştırılması ve güzelleştirilmesi geliyordu. Ancak, Osmanlı'da kentlerin (İstanbul ön planda olmak üzere) başlıca problemi ise büyük ölçekli yangınlar ve atlı arabaların yer aldığı trafiğe yayaların uyumuydu. Bu açıdan, 19 yüzyılda yoğunlaşan reformlar, kente ilişkin yeni altyapı yatırımlarını ve kurumsal düzenlemeleri de beraberinde getirmiştir. İstanbul'da uygulanmak üzere çıkarılan ve imar ve inşaat ile ilgili düzenlemeler içeren Ebniye Beyannamesi (1848) ve Ebniye Nizamnamesi (1849), ilk belediye yönetimi olarak İstanbul Şehremaneti'nin kurulması (1855), Şehremaneti bünyesinde İntizam-ı Şehir Komisyonu'nun kurulması (1856), Sokaklara Dair Nizamname'nin çıkarılması (1858), arazi politikasını düzenlemek amacıyla Arazi Kanunnamesi'nin çıkarılması (1858), Turuk ve Ebniye Nizamnamesi'nin çıkarılması (1863) ve Ebniye Kanunu'nun 1882'de yenilenmesi bu dönemdeki ilk önemli adımlardır (Aksoylu, t.y.).

Tekeli, Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde başlayan ve 20. yüzyıl başında yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarını da kapsayan süreçteki çağdaşlaşma çabalarının iki farklı kanalın çalışmasıyla yeni kurumsal düzenlemeleri yönlendirdiğini ifade etmektedir. Bunlardan birincisi ülkenin uluslararası ticarete açılması ve kapitalistleşme sürecinin işlemeye başlaması, diğeri ise ülke merkezi yönetiminin geliştirdiği kurumsal reformlar ve altyapı projeleridir. Bu süreç temelde merkezden yönlendirilen ve tepeden gelen bir modernleşmedir (Tekeli, 2009).

2.2. 20. Yüzyılda Türkiye'nin kentleşme süreci

20. yüzyılda Türkiye'nin yaşadığı kentleşme süreci, cumhuriyetin ilanı ile birlikte boyut ve içerik değiştirmiş ve sonrasında çeşitli kırılma ya da sıçrama noktalarıyla seyrini değiştirmiştir. Günümüze kadar gelen süreçte kent sayısını ve kentli nüfusu ile kentleşme düzeyini artıran, zaman içinde kazanılan birikim ve deneyim ile kurumsal ve profesyonel düzeyde teknik altyapısını geliştiren ancak diğer yandan makro düzeyde ciddi sorunlarla karşı karşıya kalan Türkiye'de bu dinamikleri belirleyen ana faktörler ekonomik ve politik gelişmeler olmuştur.

Türkiye'nin cumhuriyetin ilanından itibaren 20. yüzyıl içerisinde geçirdiği kentleşme sürecinin ele alınmasında literatürümüzde farklılaşan tarihlenmeler bulunmakla birlikte bunların hemen hepsi bu zaman bölümlenmesini Türkiye'nin geçirdiği belli başlı politik ve ekonomik olaylara göre yapmaktadır.

Türkiye'nin 20. yüzyılda geçirdiği kentleşme sürecinin evrelerini oluşturan belli başlı olaylar şu şekilde sıralanabilmektedir:

- 1923'te Cumhuriyetin ilanı
- 1939'da İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması
- 1950'lerde çok partili sisteme geçişle iktidar değişimi
- 1960'ta yapılan askeri darbe
- 1980'de yapılan askeri darbe

Sıralanan bu olaylar, dönemlerinin politik, ekonomik ve toplumsal uygulamalarını etkilemiş ve kentleşme sürecinin seyrini ciddi şekilde değiştirmiştir. Bu süreci Tekeli, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemini de kapsayacak şekilde başlıca beş dönemde ele almaktadır:

- Birinci dönem; Osmanlı İmparatorluğu'nun dünya kapitalizmine eklemlendiği 19. yüzyılın ikinci yarısından Cumhuriyet'in ilanına kadar geçen süreyi kapsayan sıkışan modernite dönemi,
- İkinci dönem; Cumhuriyetin başlangıcından, İkinci Dünya Savaşı sonuna kadar uzanan süreyi kapsayan dönem,
- Üçüncü dönem; popülist bir modernite projesinin uygulandığı İkinci Dünya Savaşından 1960'a kadar geçen dönem,
- Dördüncü dönem; 1960'lardan 1980'lere kadar uzanan hızlı kentleşme dönemi,
- Beşinci dönem; 1980 sonrasında modernite projesinin aşınmaya başladığı yılları kapsayan dönem (Tekeli, 2009).

Bu süreci sosyo-politik bağlamda ele alan Şengül ise bu dönemlemeyi yine Tekeli'nin zaman eşiklerine paralel olarak şu şekilde yapmaktadır:

- Birinci dönem: Ulus-devletin kentleşmesi: 1923-1950 arası
- İkinci dönem: Emek gücünün kentleşmesi: 1950-1980 arası
- Üçüncü dönem: Sermayenin kentleşmesi: 1980 sonrası (Şengül, 2017)

Cumhuriyetin ilanından günümüze kadar olan süreçte Türkiye'nin siyasal tercihleri ve ekonomik sistem seçmeleri adına iki temel kırılma noktası olarak 1950 ve 1980 yıllarına dikkat çeken Görgülü ve Görgülü, bu tarihlere göre Türkiye'nin 20. yüzyılını üç döneme ayırmakta, buna ilave olarak 2000 ve sonrasında ise ne zaman biteceği tam olarak kestirilmese de bir dördüncü dönem olarak ele alınmasını gerekli görmektedir (Görgülü ve Görgülü, 2010). Aksoylu ise bu dönemlemeyi cumhuriyetin ilanı olan 1923 yılını, planlı dönemin başlangıcı olarak ele aldığı 1956 yılını ve sonrasında planlı dönem sonrası olarak ifade ettiği 1984 yılını eşik olarak yapmaktadır (Aksoylu, t.y.).

20. yüzyıl Türkiye'sini ekonomik gelişmeler açısından ele alan Sakarya (2014), Cumhuriyetin ilanıyla birlikte Türkiye'de farklı ekonomik dönemler yaşanmış olduğunu dile getirerek bu dönemlerin ekonomiye yönelik farklı politikaların geliştirilmesi, krizler, krizlerin aşılmasına yönelik politikalar,

siyasi yapı ve siyasi yapının değişimi, askeri müdahaleler gibi farklı etkenlere bağlı olarak değiştiğini ifade etmiştir. Bu kapsamda yapılacak dönemlemede, iktisadi paradigmalara bağlı olarak 1960, 1980 ve 2002 yıllarının temel kırılma noktaları olarak yaşandığını belirtmiş ve incelemesini 1960-1980, 1980-2002 ve 2002-2012 yılları arası olacak şekilde 3 ayrı dönemde gerçekleştirmiştir (Sakarya, 2014).

20. yüzyıl ortalarında ortaya çıkan ve Ülkemize özgü bir olgu ve kavram olarak gecekondular konusu üzerinde yoğunlukla duran Erman (2012), “sanayileşmeksizin kentleşme” olarak batıdan farklılaştığını dile getirdiği Türkiye kentleşmesini, cumhuriyetin ilk yıllarını ayrı bir şekilde ele alarak, 1950-1980 arası ve 1980-2010 arası olarak iki ayrı dönemde incelemiştir (Erman, 2012). Yine, konut politikaları üzerinden değerlendirmeler yapan Çoban, Türkiye’nin 20. yüzyılını,

- 1923-1950 Dönemi: Devlet memurlarının konut sorunu,
- 1950-1980 Dönemi: Emekçinin barınma sorunu
- 1980 Sonrası Dönem: Sermaye birikiminin kurtarıcısı olarak konut

başlıkları altında üç farklı dönemde ele almıştır (Çoban, 2012). Türkiye kentleşmesini yönetsel bağlamda ele alan Ökmen ve Parlak, İlhan Tekeli’nin söylemi uzantısında dönemlemeyi şu şekilde yapmıştır:

- 19. yüzyılın ikinci yarısından Cumhuriyet’e kadar geçen süre,
- Cumhuriyetin ilk yıllarından 1950’li yılların ikinci yarısına kadar geçen süre,
- 1950’lerin ikinci yarısından 1980’lerin başına kadar geçen süre,
- 1980’ler sonrası dönem (Ökmen & Parlak, 2008).

20. yüzyılda Türkiye kentleşmesini sosyo-politik açıdan tartışan Yılmaz ve Çitçi ise dönemlemelerini aşağıdaki şekilde dört başlık altında yapmıştır:

- Düşük Kentleşme Dönemi (1923-1950)
- Kırsal Çözülme Kaynaklı Kentleşme Dönemi (1950-1960)
- Kentsel Gelişme Dönemi (1960-1980)
- Kentsel Dönüşüm Dönemi (1980 ve Sonrası) (Yılmaz ve Çitçi, 2011).

Bir önceki başlıkta özetlenen çalışmalar farklı amaç ve bağlamlarda gerçekleştirilmiş olsa da hepsinin yaptığı dönemlemelerde, Türkiye’nin 20. yüzyılda yaşadığı ekonomik, politik ve toplumsal gelişmelerin kırılma noktası olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışma kapsamında Türkiye’nin 20. yüzyıldaki kentleşme süreci, başlıca şu dönemler altında özetlenmeye çalışılacaktır:

- 1923-1950’ler arasında kentleşme - Cumhuriyetin kuruluş yılları
- 1950’ler ve 1980’ler arasında kentleşme - Planlama ve büyüme dönemi
- 1980’ler ve 2000’lerin başı arasında kentleşme - Mekânsal sermaye dönemi

2.2.1. 1923-1950'ler arasında kentleşme - Cumhuriyetin kuruluş yılları

Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılmasının ardından batılı kuruluş felsefesiyle yaşamına başlayan Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş süreci, aynı zamanda kentleşme süreci adına da yeni bir dönemin başlangıcını ifade etmektedir. Batının son birkaç yüzyıldır sanayileşmeyle birlikte yaşadığı gelişimi yaşamamış olan ancak kurucu kadrosunda bu değişim ve dönüşümün fikrî altyapısını barındıran yeni ülkede, bu süreçte önemli ekonomik, toplumsal ve politik adımlar atılmıştır.

Tekeli bu adımları, Ankara'nın da başkent ilan edilmesi, ülkede iç pazar bütünlüğünü sağlayacak bir demiryolu programının uygulanması, ithal ikamesine yönelmiş bir sanayileşme programının oluşturulması ve bu program kapsamında demiryolu üzerindeki küçük kentlerde yer alacak fabrikaların kurulması ve ulus devlet yaratma projesinin toplumsal yönünü oluşturan ve tüm yerleşmelerde kurulan halkevlerinin kurulması olarak dört başlıkta ele almaktadır (Tekeli, 2009).

Bu dönemin ilk yıllarında, devletin öncü olarak izlediği politikalarla tarımsal üretim büyümüş, ulusal gelirden sağlanan reel artış tüm sosyal sınıf ve tabakalara yayılmıştır. Devletin ekonomik yatırımlara yön verdiği devletçilik yıllarında Anadolu'ya ağırlık veren kalkınma politikaları, ulaşım ağının ulusal pazarı bütünleştirmek üzere önemli ölçüde genişletilmiş olmasının da katkısıyla, sadece sanayi ile sınırlı kalmamış, yer seçim kararı ile desteklenmiş ve gerçekleştirilmiş kamusal yatırımlar Anadolu'ya olabildiğince dengeli dağıtılmaya çalışılmıştır (Şengül, 2001). Sanayi kuruluşlarının hemen hemen çoğu Marmara ve Ege Bölgesi dışında, nüfusu on bini aşmayan ve demiryolunun geçtiği yerleşim yerlerinde kurulmuştur (Keleş, 2008).

1930'dan sonraki dönem devletçilik ve korumacılık politikalarının ön planda olduğu ilk sanayileşme dönemi olarak tanımlanırken, 1940'larda savaş koşulları nedeniyle denetimsiz enflasyon ve yokluk koşulları ortaya çıkmış; savaş sonrasında ise tüm sosyal grupların mutlak durumlarının ve yaşam koşullarının düzeldiği, reel gelirin arttığı ancak mülk gelirlerinin milli gelirden aldığı payların arttığı ve ücretli maaşlı grupların görece durumlarının gerilediği bir dönem olmuştur (Boratav, 2004).

Bu dönemde ekonomik politikalarla birlikte atılan yönetsel adımlar, yeni devletin kent ve kent yönetimi adına uygulayacağı mevzuatın da temellerini ortaya koymuştur. Bu açıdan, Ankara'nın başkent oluşunun doğurduğu gereksinimle 1928'de Ankara Şehri İmar Müdürlüğü kurulmuş, sonrasında 1930-1935 yılları arasında çıkarılan yasalar ile Osmanlılardan kalan mevzuat değiştirilerek yeni bir kurumsal düzenlemeye gidilmiştir. Bu yasalar, 1580 Sayılı Belediye Kanunu (1930), 1593 Sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (1930), 2290 Sayılı Yapı ve Yollar Kanunu (1933), 2033 Sayılı Belediye Bankası Kuruluş Kanunu (1933), 2722 Sayılı Belediye İstimlak Kanunu (1934) ve 2763 Sayılı Belediyeler İmar Heyetinin Kuruluşuna İlişkin Kanundur (1935) (Tekeli, 2009). Belediyeler Bankası, 1945'te kentler için altyapı hizmetleri yanında plan ve harita hazırlama yetkisine de sahip olacak şekilde İller Bankası'na dönüştürülmüştür (Aksoylu, t.y.).

Belediye Kanunu'nun çıkarılması modern kentin inşa sürecinin ve devletin kentlerde varlığını göstermesinin en önemli araçlarından biri olarak belediye örgütlülüğünün kurulmasını sağlamıştır. Bu kanunla, nüfusu 2000'in üzerinde tüm yerleşmelerde belediye yönetimi kurulması öngörülmüş ve belediyelere kentleşmenin hemen hemen her alanında önemli görevler tanımlanmıştır. Böylece,

Osmanlı'da sadece büyük kentlerde var olan belediye örgütlenmesinin bütün kentlere yaygınlaşması sağlanmıştır. İmar planlarının hazırlanması ve uygulanması ise, 1930 tarihli Belediye Yasası'nda belediyelerin zorunlu görevleri arasında gösterilmiş, nüfusu 2000'in üzerinde olan her yerleşim yeri için imar planı hazırlanması zorunluluğu getirilmiştir, ancak daha sonra bu nüfus sınırı 20.000'e çıkarılmıştır (Şengül, 2017).

Ancak yeni ülkede nüfusun azlığı bir diğer önemli gerçek olarak ön plana çıkmıştır. Bundan ötürü ilk yıllarda nüfus açığını gidermek ve ülke topraklarını besleyerek kalkınmanın güdücü ögesi olacak nüfus kaynağının yaratılması amaçlanmıştır. Gerek sağlık mücadelesiyle ölüm oranlarında sağlanan azalma gerekse doğumların artırılması yolundaki girişimler toplumda yüksek doğurganlık eğilimi ortaya çıkarmış ve ülke nüfusu hızlı bir gelişme temposu yaşamıştır (Yılmaz & Çitçi, 2011). 1927'deki ilk sayımda 3,5 milyona yakın kentsel nüfus ve 13,5 milyondan biraz fazla toplam nüfusa sahip olan ülkede bu değerler 1950'de 5,2 milyon kentsel nüfus ve 15,7 toplam nüfusa erişmiştir (Tablo 3). 1950'lere kadar geçen süreç tarıma dayalı ekonomiye bağlı olarak, nüfusu köylerde toplanmış bir toplum yapısı ortaya koymaktadır. Bu dönemde, nüfusu 100.000'in üzerine çıkan kent sayısı 1927 yılında iki, 1950 yılında ise beş; nüfusu 10,000'i geçen yerler kent sayıldığında, toplam nüfus içinde kentsel nüfusun oranı 1927 yılında %16.4 iken, 1950 yılında ancak %18.5 olmuştur (Çoban, 2012).

Tablo 3. 1927-1950 arasında Türkiye'de demografik değişim (TÜİK)

Yıl	Kentsel		Kırsal		Nüfus	Nüfus Artış Oranı (%)
	Nüfus	Oran (%)	Nüfus	Oran (%)		
1927	3.305.879	24.22	10.342.391	75.78	13.648.270	--
1935	3.802.642	23.53	12.355.376	76.47	16.158.018	2.13
1940	4.346.249	24.39	13.474.701	75.61	17.820.950	1.98
1945	4.687.102	24.94	14.103.072	75.06	18.790.174	1.06
1950	5.244.337	25.04	15.702.851	75.96	20.947.188	2.20

Türkiye'de kent ve kent planlamaya ilişkin ilk sistemli çalışmalar Cumhuriyet'in ilk yıllarında gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Cumhuriyet'in ilanının ardından Ankara ve İstanbul'un planlanması için uluslararası yarışma açılmış, İstanbul için Alman Herman Elgötz'ün planı kabul edilmiş ancak bu plan uygulanmamıştır (Aksoylu, t.y.). Ancak daha sonra, 1936'da Türkiye'ye davet edilen Fransız mimar Henry Prost, İstanbul Belediyesi'nde görev alarak 1951 yılına kadar İstanbul planlarını hazırlamış ve imar uygulamalarını yönetmiştir (Bilsel, 2010). Ankara için ise ilk plan Cumhuriyet'in ilanından iki ay sonra Alman sermayesi ile kurulan Keşfiyat ve İnşaat Türk Anonim Şirketi'ne havale edilmiş ve bu şirketin planlarından Carl Christoph Lörcher ilk planı hazırlamıştır. Ancak daha sonra bu planın yetersiz görülmesi üzerine yeni bir yarışma açılmış ve bu yarışmaya Prof. Herman Jansen, Prof. J. Brix ve Fransız Léon Jausseley davet edilmiştir. Yarışmayı kazanan Jansen, 1938 yılına kadar Ankara'nın planlamasını yönlendirmiştir (Tekeli, 2010). Jansen 1930-1939 yılları arasında Mersin, Adana, Ceyhan, Gaziantep ve İzmit'in de planlarını hazırlamış, yine bu dönemde Fransız Jack H. Lambert ise Erzurum planını hazırlamıştır (Aksoylu, t.y.).

Cumhuriyetin ilk yıllarındaki gerek yasal düzenlemeler gerekse plan elde etme yönündeki çabalarla ortaya konan planlama yaklaşımı, etkinliğini 1980'li yıllara sürdürmüştür. Daha ziyade merkezi kurumlar eliyle yapılan ya da yaptırılan planlar, harita mühendislerinin faaliyet alanı olmaktan çıkarak mimarlığın hüner alanı içinde ele alınmaya başlandı. Bu değişim "güzel kent" anlayışının Türkiye'de yayılmaya başlamasının sonucudur. Artık kentin parçalarının planlamasıyla yetinilmemekte, kentin tümü planlanmaktadır. Bu planlama genellikle var olan kent dokularına saygılı olmayan modernist bir planlamaydı. Yeni bölgelerde bahçeli evler düzeni önerilmiştir. Bu batıda gelişmiş olan "bahçe kent" ütopyasının Türkiye'ye yansımasıdır (Tekeli, 2009). Bu planlarla birlikte üretilen yeni mimari üsluplu kamu yapıları ise birçok kent ve kasabada ana bulvar üzerinde ve anıtlarla bütünleşmiş bir meydan ve kesişme noktasıyla tamamlanan temsiliyet mekanları olarak anlam bulmuştur (Şengül 2017).

Bu dönemde dikkat çeken bir diğer konu da özellikle yeni başkent olan Ankara'da, özellikle devlet memurları açısından ortaya çıkan konut gereksinimidir. Bürokrasinin merkezi olmasından ötürü artan nüfusunun konut ihtiyacını karşılamak ve devlet personelinin barınması için aranılan çözümler sonucunda kooperatifçilik başarılı bir yenilik olmuştur. 169 üyeli Bahçeli Evler Konut Kooperatifi, o dönem Avrupa'da örnekleri çok görülen bahçeli kent konutlarından oluşan modern bir mahalle olarak hayata geçirilmiştir (Tekeli, 2010).

Cumhuriyetin ilk yıllarında özellikle Ankara'da ihtiyaç duyulan yeni kamu binalarına yönelik gereksinimden kaynaklanan mimari arayışlar kentsel mekânda dikkat çekmektedir. Bu dönemde inşa edilmiş olan kamu binalarında eklektik bir biçimde de olsa, yeni kurulan ulus devleti sembolik düzeyde temsil edecek bir stilin ortaya konulması amaçlanmıştır (Şengül, 2017). 1924'te ilk belediyeçilik dergisi olan İstanbul Şehremaneti Mecmuası İstanbul Şehremaneti'nce yayınlanması, 1926'da Camillo Sitte'nin *Der Städtebau nach seinen Künstlerischen Grundsätzen* adlı eserinin Şehir Mimarisi adıyla çevrilmesi, 1927'de Ed. Joilland'ın Şehircilik kitabının yayınlanması mimarlık kültürünün yerleştirilmesi adına ilk adımlar olarak ortaya çıkarken; Seyfi Arkan, Emin Onat ve Sedat Hakkı Eldem gibi gençlerin modern mimarlık konusunda hünerlerini geliştirmek için 1928 yılında Avrupa'ya gönderilmesi önemli adımlar olmuştur (Tekeli, 1986). Bunun yanı sıra, yurt dışından özellikle Avusturya ve Almanya'dan çağrılan uzmanlar hem gerçekleştirdikleri uygulamalar hem de kurdukları okullar ve verdikleri eğitimlerle yeni tasarımcıların yetişmesini sağlamışlardır. Ernst Egli, Martin Wagner (İstanbul'un planlanması için), Gerhard Kessler, (sosyal siyaset uzmanı), Bruno Taut, Clemens Holzmeister, Gustav Oelsner, Paul Bonatz ve Ernst Reuter bu süreçte ön plana çıkan isimlerdir (Tekeli, 2010).

2.2.2. 1950'ler ve 1980'ler arasında kentleşme - planlama ve büyüme dönemi

1945 yılında sona eren 2. Dünya Savaşı'nın ardından, Türkiye demokratikleşme yolundaki arayışları sonrasında 1946 yılında çok partili sisteme geçmiş, ardından 1950 yılında yapılan seçimlerde Cumhuriyet'in kurucu partisi Cumhuriyet Halk Partisi'nden Demokrat Parti'ye doğru bir iktidar değişimine uğramıştır. Bu değişim, Cumhuriyetin kuruluşundan beri uygulanmakta olan ulusal politikalar ve kalkınma yöntemleri konusunda da radikal bir farklılaşmayı ortaya çıkarmıştır.

2. Dünya Savaşı'ndan sonra, Dünya'nın ekonomi ve politikalarının iki kutuplu sistemi oluşturma sürecine doğru evrilmesi sürecinde, Amerika'nın kapitalist dünyanın hegamonik gücü olarak üçüncü dünya toplumlarını pazar ekonomisine entegre etmeye yönelik bir politika izlediğini belirten Erman, bu bağlamda Türkiye'de özellikle tarım sektörünün Marshall Planı ile Amerika tarafından desteklendiğini vurgulamaktadır. Bu süreçte tarımda makineleşme sağlanmış, üretim ve pazar ilişkisini güçlendirmek için yeni bir karayolu ağı oluşturulmuştur (Erman, 2012). Türkiye için dünya kapitalizmi ile bütünleşme dönemi olan bu süreçte, 1954-1961 yılları arasında tarım sanayi büyüme hızının gerisinde kalmış, kırsal ve kent arasında nüfus akımları 1950'den sonra hızlanmış; tarımda makineleşme ise tarım işsizliği ve topraksızlaşma, kırsal çözülme ve kentlere nüfus akışına sebep olmuştur (Şengül, 2007). Ancak, bu göç dalgası büyük kentlerde gelişen sanayi sektörünün gereksiniminden kaynaklanan ya da istihdam edebileceği bir nüfus olmadığı için enformel sektörün ortaya çıkmasına yol açmıştır. Dönemin politikaları uyarınca kaynakların önceliği endüstrileşmeye yönlendirildiğinden kentsel alanlardaki bu nüfus ve altyapı gereksinimlerine yönelik çözümler üretilemediği için konut, yol, altyapı ve sosyal hizmetler konularında yeni göç edenler kendi olanakları ile bu gereksinimlerini gidermeye başlamışlardır. Türkiye'ye özgü bir kavram olarak gecekondulaşma ve inşaat sektöründe yap-satçılık bu süreçte ortaya çıkmıştır (Keyder, 1989; Güler, 1998; Şengül, 2007; Erman, 2012).

1950 ve 1960 yılları arasında, savaş öncesinde iç pazara hapsolmuş ülke ekonomisinin, özellikle tarımda modernizasyona ağırlık verilerek dışa açılma süreci başlamıştır. Liberalleşme söylemi içinde özel kesime önem vermeye başlanmış, demiryolları ağırlıklı altyapı yatırımlarından karayolu ağırlıklı altyapı yatırımlarına geçilmiştir. Tarımda hızlı bir makineleşmeyle birlikte, geçimlik ya da yerel pazarlar için sınırlı artık üreten bir yapıdan, ulusal ya da uluslararası pazarlar için uzmanlaşmış üretim yapan bir yapıya doğru geçilmiş, teknolojik gelişmeler tarımda verimliliği artırmış ve bunun sonucunda kırsal kopmalar hızlanmıştır. Bu dönemde atılan önemli adımların başında 1956'da 6785 Sayılı İmar Kanunu'nun çıkarılışı ve 1958'de 7116 Sayılı Yasayla İmar ve İskân Bakanlığının kurulması gelmektedir. Bu düzenlemelerle, hızlı kentleşme karşısında planlama, konut ve yapı malzemeleri konularında uzman bir bakanlık kurularak dönemin kentleşme sorunlarına ve gereksinimlerine bir çözüm bulunmaya çalışılmıştır (Tekeli, 2009).

1960 yılında yapılan askeri darba sonrası dönem, on yıllık Demokrat Parti iktidarlığının sona erdirmiş ve ekonomi politikalarında önemli değişimlere sahne olmuştur. Demokrat Parti döneminin ilk yarısında uygulanan ekonomi politikaları, ekonomide bir iyileşme sağlamış olmakla birlikte dönemin ikinci yarısında bu durum sürdürülemezdir. Bu dönemin en çarpıcı yeniliği ekonomik politikaların "planlı kalkınma" modeli ile gerçekleştirilmeye çalışılması olmuştur. Ekonominin bütünsel olarak planlanması anlayışını temel alan bu dönem Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulmasını ve bu kurumca hazırlanacak beş yıllık kalkınma planları aracılığı ile ekonomik gelişmenin sağlanmasını öngörmektedir. 1963 yılında "Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı" onaylanarak yürürlüğe girmiştir (Boratav, 2013). Bu dönemde yapılan yeni yasal düzenlemelerle tarımda desteklemeler artmış, işçilerin sosyal hizmetleri ve yasal haklarında iyileştirmeler yapılmış ve hizmet sektörüne aşırı büyüme gerçekleşmiştir (Şengül, 2007).

1960-1970 yılları arasında kamu yatırımları beş yıllık plan ve programlara uygun olmak, özel sektör yatırımları ise bu programlar ile uyumlu olmak zorundadırlar. Bu kapsamda dönem kamu

sektörüne emredici, özel sektöre ise yol gösterici şeklinde yorumlanabilir. Kamu yatırımları, özel sektörü destekleyecek şekilde ara mallara (demir, çelik, çimento, kâğıt, petrol, madencilik vb.) yöneliktir. Bu dönemde ulaşım, liman, enerji ve iletişim alanlarında yatırımların yapılması yerli sanayinin gelişmesinin önünü açmıştır ancak yine de özellikle enerji ve teknoloji konusunda dışa bağımlı bir yapı etkisini sürdürmüştür. 1970 döneminde ise ithal ikamesi yapılmaya çalışılan ürün tipinde değişimler yaşanmış, dayanıklı tüketim mallarının yanında teknolojinin daha yoğun kullanıldığı, otomobil vb. ürünler de üretilmeye başlanmış ancak bu teknolojilerin ithal ediliyor olması yine dışa bağımlılığı artırmıştır (Suğur, 1998; Boratav, 2013; Sakarya, 2014).

Bu ekonomik gelişme süreci içinde, endüstrileşmenin hızlanması ve endüstrileşme stratejisinin yeniden tanımlanması, kentlerin nüfuslarının aşırı artması, kentlerin yerleşme alanı sınırlarının belediye sınırları dışına taşarak büyümesi ve kentsel ulaşım araçlarının sayı ve çeşitlerinin çoğalması gibi etkenler bu dönemde kentleri biçimlendiren önemli etkenler olmuşlardır (Osman, 1998; Yılmaz & Çitçi, 2011).

1950'lerde kapitalist piyasa ile entegrasyon çabası ile şekillenen Türkiye kentleşmesi, yukarıda da değinildiği gibi tarım sektöründeki müdahaleler ve henüz şehirlerde kırdan gelen nüfusu istihdam edebilecek kadar gelişmemiş olan endüstri sektörü nedeniyle kentlere yönelik aşırı bir nüfus hareketi yaratmıştır. Ancak bu kentleşme süreci batıda 19. yüzyıl sonrasında yaşandığı gibi endüstrileşmeye dayalı bir göç hareketi ile olmamış, daha çok 3. dünya kentleşmesi olarak ifadelendirildiği şekliyle, hızlı şehirleşme, aşırı şehirleşme ya da çarpık şehirleşme olarak yorumlanmıştır. Çoğunlukla kamu arazileri üzerine kurulan gecekondualarda yaşayan nüfusun oranı, kent nüfusunun 1955'te %4.7'si iken 1960'ta %16.4'ü, 1970'te %23.6'sı, 1980'de %26.1'i ve 1995'te %35'i olmuştur. Önceleri barakalar şeklinde başlayan gecekondualar, zaman içerisinde çıkarılan aflar, yasalar ve yönetmeliklerle mahallelere ve kentsel yerleşme alanlarına dönüşmüş, bu süreçte arsa spekülasyonu ve kentsel rant önemli bir sorun olarak gündemde olmuştur. Çoğunlukla, metropolitenleşme sürecine girmiş büyük kentler etrafında ortaya çıkan gecekondualar, Türkiye kentleşmesinin 1960'lardaki simgesi olmuştur. Türkiye kentleşmesinin bu dönemde ortaya çıkan bir diğer niteliği Batı Anadolu, özellikle Marmara Bölgesi'nin yüksek düzeydeki kentleşme düzeyine karşın, Karadeniz ve Doğu Anadolu'nun büyük oranda kırsal kalmasına yol açan dengesiz kentleşme gerçeğidir (Erman, 2012).

Türkiye'de İkinci Dünya Savaşı sonrasında beri süren kentleşmenin niteliğinde, gecekondualaşma olgusunun dışında, 1960'lardan itibaren nitelik değişimi de söz konusu olmuştur. Büyük kentlerde hava kirliliği gibi çevre sorunlarının ortaya çıkması, metropoliten ölçekteki tek kent olan İstanbul'a, Ankara ve İzmir'in eklenmesi, yerleşmelerin büyümesiyle belediye sınırlarının yetmemesine bağlı olarak büyük kentlerin çevresinde yeni belediyelerin oluşması ve çoklu belediye yönetimlerinden oluşan metropoliten alanların ortaya çıkması ve otomobil üretimi ve sahipliliğinin artmasıyla yüksek gelirli grupların kent dışında alt kentlerde yaşama eğiliminin başlaması bunlardan başlıcalarıdır. Kentlerde ölçek büyümesine bağlı olarak yapı sunum biçimlerinin değişmesi, tekil yap-satçılık yanında sermayelerin bir araya getirilmesiyle toplu konut sunum biçimlerinin gelişmesi, konut ve küçük sanayi tesisleri şeklinde kooperatifçiliğin yaygınlaşması, yüksek öğretim kuruluşları, sağlık kuruluşları gibi kamu hizmetlerinin binaları ile özel kesimin büyük kuruluşlarının yerleşkeler halinde inşa edilme eğiliminin yükselmesi kentlerin biçimlenişini etkilemiştir (Tekeli, 2009).

Tekeli, 1960'lardan itibaren ulusal şehirleşme ve bölgesel politikalarından sıklıkla söz edilmiş olmasına rağmen bu amaçlarla başarılı planlama müdahalelerinin yapıldığını söylemenin güçlüğünü dile getirmektedir. Bu dönemde bölge planlamasından çok söz edilmiş ve İmar ve İskân Bakanlığı'na bu konuda yetki de verilmiş olmasına rağmen uygulanması mümkün olmamıştır. Zonguldak, Doğu Marmara, Antalya ve Çukurova'da büyük ekipler kurularak çok disiplinli çalışmalarla, bölge planları yapılmış ve yayınlanmış ancak uygulanma olanağı olmamıştır. 1960'lı yılların ikinci yarısında İmar ve İskân Bakanlığı, İstanbul, Ankara ve İzmir'de Metropolitan Planlama büroları açmış, bu bürolarda örgütlenen disiplinlerarası ekipler çağdaş planlama tekniklerini kullanarak bu alanlar için planlar yapmışlardır. Arazi kullanma ve ulaşım modelleri ilk kez bu çalışmalar sırasında geliştirilmiştir. İmar ve İskân Bakanlığının icracı kapasitesini güçlendirmek açısından 1969 yılında 1164 sayılı yasayla Arsa Ofisi bu bakanlığa bağlı olarak kurulmuştur. Ancak bu dönemim en önemli adımı, ilk defa kaçak yapıların kavramsal olarak tanımlandığı ve kabul edildiği yasa olan 775 Sayılı Gecekondu Yasası'nın 1966'da çıkarılması olmuştur (Tekeli, 2009).

1960'lı yıllar boyunca politik ve toplumsal düzlemde gecekondu'lara karşı yaklaşım yumuşamaya başlamıştır. Bu süreçte, ilk yıllarda kendi olanakları ile iyileştirdikleri konutlarına yönelik, yol, su, elektrik, altyapı ve ulaşım gibi devlet tarafından sağlanan gecekondu'lular, kentsel hizmetleri içeren talepler yanında, mülkiyet hakkını kazanmaya yönelik tapu elde etme taleplerini de ileriki süreçlerde elde etmişlerdir (Şengül, 2017).

Bu dönemde şehircilik alanında akademik ve bilimsel altyapının oluşturulması adına da önemli adımlar atılmıştır. Daha önceki dönemde Almanya'dan Türkiye'ye gelen ve 1935-1946 yılları arasında Siyasal Bilgiler Okulu'nda şehircilik dersleri veren Ernst Reuter burada Şehircilik Araştırma Enstitüsü'nün kurulması çalışmalarına başlamıştır. Bu Enstitü o dönemde kurulamamış, ancak 1953'de İskan ve Şehircilik Enstitüsü adı ile öğrencisi Fehmi Yavuz'un öncülüğünde hayata geçirilmiştir. Bu enstitünün adı daha sonra 1986'da Ernst Reuter İskân ve Şehircilik Araştırma ve Uygulama Merkezi olmuştur (Ülker, 2018).

Fehmi Yavuz'un "Ankara'nın İmarı ve Şehirciliğimiz" adlı 1952 tarihli araştırması Ankara örneği üzerinde Türkiye'de kent planlamasının uygulamada karşılaştığı sorunlardan planlama pratiğini geliştirmek için sonuçlar çıkarmaya çalışan ilk monografidir. Kapsamlı rasyonalist planlama anlayışı Türkiye'de uygulamaya girmesinde, Esat Turak, Tuğrul Akçura ve Aydın Germen gibi kent planlarının eğitimlerini tamamlayarak Türkiye'ye dönmeleri ve Bayındırlık Bakanlığında Şehircilik Fen Heyeti içinde çalışmaya başlamalarının etkisi olmuştur. Bu çevrenin etkisiyle gelişen görüşler İmar ve İskân Bakanlığının 1958'deki kuruluşunda etkili olacak; yeni planlama anlayışı içindeki çalışmalar ise 1960 sonrasında etkili olmaya başlayacaktır. Bu süreçte, bir önceki dönemin fiziki biçimlendirme kaygıları ağır basan kent planlaması yerine, çok disiplinli, çok yönlü araştırmalara dayanan kapsamlı bir rasyonalist planlama anlayışı benimsenmektedir. 1961 yılında ODTÜ'de Şehir ve Bölge Planlama Bölümü'nün kurulması bu dönemde şehircilik disiplininin kurumsallaşması adına önemli bir adım olmuştur (Tekeli, 2009).

Demografik değerler açısından ele alındığında, 1950'ler ve 1980'ler arası dönemde hem ülke nüfusunun hem de kentsel nüfus oranı arttığı gözlenmekte (Tablo 4), bunun yanı sıra kentsel yerleşme sayısında da belirgin bir artış olduğu görülmektedir (Tablo 5).

Tablo 4. 1950-1980 arasında Türkiye'de demografik değişim (TÜİK verilerinden derlenmiştir)

Yıl	Kentsel Nüfus	Oran (%)	Kırsal Nüfus	Oran (%)	Nüfus	Nüfus Artış Oranı (yüzde)
1950	5.244.337	25.04	15.702.851	75.96	20.947.188	2.20
1955	6.927.343	28.79	17.137.420	71.21	24.064.763	2.78
1960	8.859.731	31.92	18.895.089	68.08	27.754.820	2.85
1965	10.805.817	34.42	20.585.604	65.58	31.391.421	2.46
1970	13.691.101	38.45	21.914.075	61.55	35.605.176	2.52
1975	16.869.068	41.81	23.478.651	58.19	40.347.719	2.50
1980	19.645.007	43.91	25.091.950	56.09	44.736.957	2.07

Tablo 5. Keleş ve Payne (1984)'ün derlemesine göre 1980'e Kadar Türkiye'de Kentsel Nüfusun Büyümesi (Şengül, 2017)

Kentsel Nüfus Aralıkları	Kentsel Nüfusun Yüzdesi ve Kentlerin Sayısı							
	1927		1945		1975		1980	
	%	Kent Sayısı	%	Kent Sayısı	%	Kent Sayısı	%	Kent Sayısı
10.000-20.000	24.0	38	23.2	58	12.5	154	10.8	166
20.000-50.000	28.9	23	25.0	30	16.5	89	15.2	112
50.000-100.000	9.3	3	11.5	6	9.5	24	10.7	23
100.000 ve üzeri	37.8	2	40.3	4	61.5	25	63.3	29
Toplam	100.0	66	100.0	98	100.0	292	100.0	330

2.2.3. 1980'ler ve 2000'lerin başı arasında kentleşme - mekânsal sermaye dönemi

Türkiye 1980'lere yine bir askeri darbe ile girmiştir. 1950'lerden sonra izlenmeye başlanan liberal politikalar, 1970'lerde yaşanan ekonomik dalgalanmaların da etkisiyle daha da serbest piyasa yanlısı bir içeriğe kavuşmuştur. Uluslararası alanda ortaya çıkan küreselleşme olgusu ilk olarak gelişmiş ülkeleri, daha sonra da gelişmekte olan Türkiye gibi ülkeleri etkilemiş ve Türkiye de bu küresel ağa 1980'lerden itibaren eklenmeye başlamıştır. Dışa açık bir ekonomik yapının olduğu bu dönem iktisat bilminde genel olarak liberal dönem kavramı ile nitelendirilmektedir. Türkiye'de liberal politikaların en sembolik

düzenlemesi olan 24 Ocak kararları 1980 yılında alınmış ama uygulanması darbe sonrası sivil hükümet döneminde 1983 yılından itibaren gerçekleşmiştir (Boratav, 2013).

Tekeli (2009), bu dönemde, Türkiye'nin küresel ağa eklenmek için üç stratejik tercihinin önem taşıdığını belirtmektedir. Bunlardan ilki, 1980 yılına kadar izlenen iç piyasaya dönük, ithal ikamesiyle kalkınma modelinin terk edilerek dışa açık ihracata yönelik bir kalkınma modelinin benimsenmesi; ikincisi altyapı politikalarında telekomünikasyon yatırımlarına öncelik verilmesi; üçüncüsü ise sermaye piyasalarının, serbest ticaret ve üretim bölgelerinin kurulması, bankacılık yapısında önemli reformların yapılması gibi küresel ekonominin gerektirdiği yeni kurumların geliştirilmesidir. Bunların sonucunda halen en büyük kent olan İstanbul'un görece önemi artarak nüfusu 9 milyonu aşmıştır. 1980 sonrasında ekonomik alandaki bu yeniliklerin yanı sıra, turizm yatırımlarına yönelik teşviklerin artması, dinlenme faaliyetlerinin gelişmesi ve seracılığın yaygınlaşması sonucu ülkenin batı ve güney kıyıları, kapitalin ve nüfusun mekânda yeniden dağılımında paylarını artırmıştır (Tekeli, 2009).

1980'li yıllardaki bu dışa açık büyüme stratejisi, sermayenin kentleşmesi olarak yorumlanan ve kentsel gelişme dinamikleri açısından yeni bir aşama olarak ele alınan bir dönemi de başlatmıştır (Şengül, 2017). Üretimi koruyan ikameci politikaların terkedilmesi üretim sektöründe yatırım yapmayı caydırıcı bir etki yaparken, üretimden kaçışın hızlanmasına koşut olarak sermaye ve devletin elindeki birikimlerin dikkate değer bir bölümü finans sektörüne yönelmiştir. Finansallaşma olarak özetlenen bu süreçte kentsel yapıyı çevre de yatırım arayan sermayenin önemli hedeflerinden biri haline gelmiştir (Eraydın, 1988). Bir başka anlatımla, sermaye birikiminin çevrimleri arasındaki dengenin yeniden tanımlanmasının önemli sonuçlarından biri özellikle büyük kentlerin özel ve devlet yatırımlarının giderek artan biçimde hedefi haline gelmesi olmuştur (Balaban, 2010'dan aktaran Şengül, 2017). Yine buna paralel olarak yabancı sermayeye yönelik yaptığı yeni düzenlemelerle çok uluslu şirketlerin Türkiye pazarında etkinliği artmıştır (Şengül, 2017).

Türkiye'de daha önce devlet kontrolünde ulusal kalkınmacı sanayileşme döneminde üretim ile meşgul olan özel sektör, 1980'lerden itibaren arsa piyasasında kar aramaya başlamış ve bunun sonucunda emlak ekonominin ana motoru haline gelmiştir. Devlet bu süreçte bir önceki dönemde giderek yayılmış olan gecekondular alanlarını konut piyasası ile entegre etmiştir. 2918 Sayılı İmar ve Gecekondular Mevzuatına Aykırı Yapılara Uygulanacak Bazı İşlemler ve 6785 Sayılı İmar Kanunu'nun Bir Maddesinin Değiştirilmesi Hakkında Kanun ile daha önceki dönemde yapılmış gecekondular yeni imar hakları kazanmışlar, müteahhitler bu dönemde önemli etkinlik alanı elde etmişlerdir. Böylece kent dışındaki gecekondular alanları ıslah imar planları ile piyasa sürecine dahil olma olanağı elde etmişlerdir (Erman, 2012).

1990'lardan itibaren yerel yönetimlerin de güçlenmesiyle benimsenen sıfır gecekondular politikası bu alanların dönüştürülmesi için çabaları da hızlandırmıştır. Varlıklı kesimler için alışveriş mekanları, spor kompleksleri, ofis yapıları vb. olanaklara sahip daha lüks konutlar üretebilmek için gecekondular alanlarının temizlenmesi yerel yönetimlerin gündeminde yer tutmaya başlamış, daha sonra TOKİ'nin de katılımı ile bu dönem kentsel dönüşüm projelerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Ancak özellikle eski gecekondular alanlarının niteliği düşünüldüğünde, bu kentsel dönüşüm projeleri kentsel yoksulların daha dış kentsel alanlara doğru zorla yer değiştirildiği, dönüşen alanların ise tüketim, eğlence ve turizm gibi

farklı kullanımlarla daha üst sınıfların kullanımını amaçlayan “megaproje”lere konu edildiği alanlar olmuştur (Erman, 2012).

Gerek bazı Anadolu kentlerinde yaşanan ekonomik canlanma gerekse Avrupa Birliği uyum süreci politikalarının etkisiyle, kırsal politikaların benimsendiği, kırsal alanlarda tarıma dayalı sanayinin geliştirilmesi yönündeki teşviklerin söz konusu olduğu ve GAP gibi büyük projelerin göçü tersine çevirmede kullanılmaya başlandığı dönemdeki çabalar 1990’larda da kırdan kente göçü önleyememiştir. Bu yeni dönemde de kronik işsizlik, aşırı nüfus yoğunlaşması, sağlık, suç, sosyal ayrışma ve politik huzursuzluklar gibi sorunlar artarak devam etmiştir (Erman, 2012).

Türkiye’de kentleşme süreci, 1980 sonrasında artan liberalleşme eğilimleri ve 1990’larda belirginleşen küreselleşme sürecinde iki temel olguyla karşı karşıya kalmıştır. Bunlardan birincisi, yerel yönetim ile kent ve kentleşme olgularının yakın ilişkisi bağlamında önceki dönemlere nazaran daha da artan metropolitenleşme, diğeri ise kentlerin uluslararasılaşması ve dünya kenti olma niteliğinin öne çıkmasıdır (Ökmen & Parlak, 2008).

1980’lerden sonraki süreçte metropoliten merkezler de mekânda çarpıcı değişikliklere sahne olmuştur. Merkezi iş alanının kent içi ulaşımın zaman-uzaklık ilişkilerine bağlı olarak belli yönlerde ilerlemesi, yeni yapılan gökdelenler ile yeni prestij alanlarının oluşturulması, merkezi iş alanları ya da sanayi alanlarının kent mekanındaki dağılımında ortaya çıkan değişimler, kentin ölçeğindeki büyüme ve kent içi ulaşımın örgütlenmesindeki değişimler sonuçta konut alanlarında da önemli değişiklikler yaratmıştır. Özel otomobil sahipliğinin gelişmesiyle birlikte, kentin çevresini oluşturan gecekondu halkaları aşularak merkeze daha uzak konumlarda yüksek ve orta gelirli grupların konut alt kentleri oluşmaya başlamış; eski gecekondu alanlarında ise çok katlı fakat düşük standartlı apartmanlaşma gelişmiştir. Bu gecekondu halkasının kentin yüksek gelirliilerinin bulunduğu konut eksenlerine yakın kısımlarında gecekonduların tasfiyesi, onun yerine yüksek gelir gruplarına dönük, yüksek standartlı konutların alması projeleri geliştirilmeye başlanması ise 2000’lerden sonra hızlanmıştır (Tekeli, 2009). Bu süreçte 1980’den sonra toplu konuta ilişkin yapılan yasal düzenlemeler ve Toplu Konut İdaresi’nin kurulması ile 3194 Sayılı İmar Kanunu ile planlama yetkilerinin yerel yönetimlere bırakılması konut ve inşaat sektörünü hızlandırmıştır.

1990’lardan itibaren ön plana çıkan konulardan biri de uzun süre ihmal edilmiş olan kentsel altyapıya yönelik yatırımlar olmuştur. Bu yatırımların büyük bölümünün özel sektöre verilen ihaleler yoluyla gerçekleştirilmesinden ötürü, bir anlamda kamu eliyle yapılan kentsel yatırımlar aracılığıyla bu dönemde piyasaya önemli büyüklüklerde kaynak aktarımı yapılmış ve böylece büyük ölçekli sermaye gruplarının yatırımlarını kentlere yönlendirdiği görülmüştür. Büyük ulusal ve uluslararası inşaat şirketleri yeraltı raylı sistemleri, toplu konut ve altyapı gibi büyük inşaat projelerinde yer almaya başlamışlardır. Bu süreçte, tarihi kültürel miras alanları da bu metalaşma sürecine konu olmuş; miras varlığının bir bölümü tahrip edilirken, bir bölümü otel ve benzeri türden kültürel miras algısının dışında kullanımlara tahsis edilmeye başlanmıştır. Bu süreçte orman, mera ve sit alanlarının yapılaşmaya açılması, kıyılara yönelik tehditler, kamu binaları ve fabrikaların özelleştirme ve satış yoluyla spekülative nitelikteki yatırımlara konu olmaları, kamusal kaynakların kentsel mekânın sermaye birikim sürecinde sömürülmesinin önünü açmıştır. Daha önceki dönemlerde kentler, büyük ölçüde yeniden üretime

yönelik işlevleriyle öne çıkarlarken, son dönemde, diğer birçok ülkede de olduğu gibi, iktidar ilişkileri, emek ve metaların üretim ve yeniden üretiminin mekânı olma işlevinin ötesine geçerek kent mekanının kendisinin metalaşması biçiminde bir gerçekle karşı karşıya kalmaktadır (Şengül, 2017).

Büyük sermayenin kentsel gelişmeden doğan değerlerden pay almaya başladığı, büyük sermayenin kentsel rantlara ve kentsel tüketim alanlarına ilgisinin arttığı bu dönemde sanayi altyapısı ve dış ticaret olanakları gelişmiş metropoller ulusal ve uluslararası sermaye ile ilişkilerini geliştirmiş ve Denizli, Kayseri, Gaziantep gibi kentler yanında turizm merkezi olan kentler ön plana çıkmış ve ülkenin batısındaki Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgeleri öne çıkmaya başlamıştır (Doğan, 2001). Ekonomi dünyasında Anadolu Kaplanları olarak tanımlanan bu kentler ekonominin liberalleşmesi ile küresel pazarla, özellikle ihracata yönelik üretim aracılığıyla bütünleşmeye başlamış ve 1990'larda sermaye birikimi oluşturmaya başlamış, 2000'lerden sonra ise bu sermaye birikimini kentlere yansıtılmışlardır. Büyük alışveriş merkezleri (AVM), beş yıldızlı oteller, korunaklı siteler yapılmakta ve büyüyen kentli orta sınıflar için yeni tüketim mekânları yaratılmaktadır. Güçlenen yerel yönetimler markalaşma çabalarına girmekte, eski kent merkezleri yıkılarak ya da restore edilerek, orta ve üst gelir gruplarının ve turistlerin kullanımına açılması hedeflenmekte, iş adamları bu yaklaşım ile yatırımlarını kentlere yöneltmektedir ve yerel yönetimler özel sektörle kurdukları ortaklıklar ile kentlerini yönetmektedir. İnşaat sektörünün neoliberal ekonominin lokomotifi haline gelmesiyle, TOKİ-belediye işbirliği çerçevesinde yürütülen kentsel dönüşüm projeleri, dönüştürücü ve rant yaratıcı rolleri ile ön plana çıkmaktadır (Erman, 2013).

1980'lerden sonraki dönemde Türkiye nüfusu önemli oranda artmıştır. Metropolitenleşme eğilimine bağlı olarak büyükşehir yönetimlerinin sayısı artmış, ülke bütününde kentli nüfus oranı kır nüfusunu geçmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. 1980 sonrasında Türkiye'de demografik değişim (TÜİK verilerinden derlenmiştir)

Yıl	Kentsel		Kırsal		Nüfus Artış	
	Nüfus	Oran (%)	Nüfus	Oran (%)	Nüfus	Oranı (%)
1980	19.645.007	43.91	25.091.950	56.09	44.736.957	2.07
1985	26.865.757	53.03	23.798.701	46.97	50.664.458	2.49
1990	33.326.351	59.01	23.146.684	40.99	56.473.035	2.17
2000	44.006.274	64.90	23.797.653	35.10	67.803.927	1.83

1980'den 1990 yılına kadar gelindiğinde nüfusu bir milyonu geçen kent sayısı ise İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana olmak üzere sadece 4'tür. Buna karşın, 2000'e gelindiğinde hem kent sayısı hem de kent nüfusu artmakta, ancak artışın çoğunluğu büyük kentlerde olmaktadır (Tablo 7). 2000'li yıllara gelindiğinde nüfusu bir milyonu aşan kentlere Bursa da katılmıştır.

Tablo 7. Türkiye'de 1980-2000 yılları arasında kent sayısı (TÜİK verilerinden derlenmiştir)

Kentsel Nüfus Aralıkları	Kent Sayısı		
	1980	1990	2000
10.000-20.000	166	191	193
20.000-50.000	112	134	152
50.000-100.000	23	64	76
100.000 ve üzeri	29	80	99
Toplam	330	469	520

Sonuç Yerine

Dünya, Sanayi Devrimi sonrasında 19. ve 20. yüzyıllarda en çarpıcı değişim ve dönüşümü yaşamıştır. Bu süreçte bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler dönemin emperyalist devletlerinin lehine ekonomik avantaj sağlamış ve sanayileşme tüm coğrafi ve ekonomik gelişmeleri yönlendirmeye başlamıştır. Sanayinin ekonomideki ağırlığını artırarak ticaretin önüne geçmesi, sermaye birikiminin artışı, üretim ve tüketim ilişkilerinin yeniden kurulması ve üretim-emek yığılmalarının ortaya çıkması yerleşme sistemini de büyük ölçüde etkilemiştir. Kentlerin sayı, nüfus ve alan olarak büyümeleri ve bu süreçte üretim ve pazar ilişkilerinin yeniden kurulması sonucu toplumsal ve coğrafi yapılarda da değişiklikler ortaya çıkmış; buna bağlı olarak toplumbilim ve coğrafya da bu yeni dünyayı ve toplumu anlamak adına yeni gelişen bilim alanları olarak kendini göstermişlerdir. Sanayi Devrimi'nin kentlerde yarattığı ölçek büyümesi sonucunda altyapı olanaklarının da sağladığı avantajla kent büyüklükleri artmış ve metropoliten kentlerle birlikte alt-kentler (uydu kentler) de 20. yüzyıl ortalarından itibaren mekânda yer tutmaya başlamıştır.

Ekonomik, sosyal ve mekânsal boyutta yaşanan bu gelişmeler birer yaşam alanı olan kentlerin düzenlenmesine yönelik çabaları da beraberinde getirmiştir. Önceleri, orta çağdan kalan kentlerin üzerinde yaşanan sorunların da etkisiyle, sağlıklı, düzenli ve güzel şehirlere yönelik idealize edilmiş yerleşme şemalarının ortaya atılmasıyla başlayan bu süreç; 20. yüzyıl içerisinde önce kent tarihine olan ilginin artmasıyla kentsel mekânı oluşturan öğelerin kültürel bağlamı ile birlikte ele alındığı mekân tasarımı ilkelerinin belirlenmesine yönelmiştir. 1950'lerden itibaren ise hem üretim ve pazar ilişkilerinin hem de kentsel mekânın büyümesi ile birlikte, ekonomik kalkınma öncelikli uzun vadeli politikaları içeren bütüncül planlama yaklaşımları ortaya çıkmıştır. Mekân düzenleme tekniğini bölgeleme (zoning) olarak ifade eden bu planlama yaklaşımı, hem toplumdaki farklı gruplar hem de kültürel ve kamusal mekân öncelikleri ile birlikte 60'lar ve 70'lerde ciddi eleştirilere uğramış; 80'lerden itibaren ise yereli ve kültürü ön plana alan post-modernist söylem sonrasında daha kısa erimli stratejik planlama düşüncesine, sonrasında da neo-liberal arayışlara bırakmıştır.

Türkiye'de 20 yüzyılında hedeflenen modernleşme, Osmanlı İmparatorluğu'nun 19. yüzyılda hızlandırdığı batılılaşma çabalarının sistemli ve ulusal düzeye yayılarak vücut bulmuş sonucudur. Cumhuriyetin ilanından itibaren başlayan ve 20. yüzyıl ortalarına kadar gelen süreçte, devletin ön planda

olduğu ekonomik politikalar doğrultusunda tarımsal sanayiye dayalı bir endüstrileşmenin Anadolu'da dengeli bir yerleşme sisteminin sağlanması hedefini de gözeterek şekilde amaçlandığı; bunun için önce ulusal bir demiryolu ağının kurulduğunu ve bu ağ üzerinde belirlenen yerlerde sanayi tesislerinin hayata geçirilmiş olduğu görülmektedir. Bu yatırımlar sonucunda kentli nüfus sayısında da artış sağlanabilmiştir. Ekonomik kalkınma hedefleri yanında büyüyen ve yeni gelişen kentlerde hem planlama hem mimari mekân düzenleme adına yabancı uzmanların yönlendiriciliğinde önemli adımlar atılmış ve böylece teknik ve tasarım adına önemli bir birikim elde edilmiştir.

1950'deki iktidar değişimi sonrasında Türkiye'de ekonomi ve politikada liberal söylemler ön plana çıkmış ve devletin aktör olarak rolünün azalmaya başlamıştır. Buna karşın yine bu dönemde ulusal bir kalkınma politikasının gerçekleştirilmesi için devlet yönlendirici rol üstlenmiş ve Devlet Planlama Teşkilatı'nı kurup beş yıllık kalkınma planları hazırlayarak ekonomi ve kalkınma politikalarını belirlemiştir. Liberal ekonomi ortamında, dış yardımlarla sağlanan kaynaklarla tarım sektöründe modernleşme sağlanarak ilerleme kaydedilmiş, fakat tarımda makineleşmenin de etkisiyle kırdan nüfus kaçıışı başlamış; serbest piyasa koşullarında özellikle İstanbul ve Marmara'da yoğunlaşan endüstri yatırımları ve yönetim merkezi olarak Ankara kırdan kopan bu nüfus için çekim merkezi olmuştur. Bu göç dalgası sonucunda İstanbul ve Ankara'da daha yoğun olmak üzere gecekondu olgusu ortaya çıkmış, gecekondulaşma süreci ile birlikte kaçak ve sağlıksız kentleşme gerçeğiyle karşı karşıya kalınmıştır. Kentsel nüfusun artışına bağlı olarak kent sayısı ve nüfusunda kayda değer bir artış olması, Türkiye'de metropoliten kentlerin oluşumu başlamıştır. Ülke yüzeyinde, cumhuriyetin ilk yıllarında hedeflenen dengeli yerleşme sistemi, batının çekim merkezi olmasıyla bozulmuştur. Göç ve gecekondulaşma süreci ile birlikte ülke coğrafyasında demografik dengenin bozulmaya başlamasıyla kentleşme ve planlamayla ilgili yasal ve teknik düzenlemeler gerçekleştirilmiş, geniş kapsamlı rasyonel planlama anlayışı ile kentlerin planlanması amaçlanmıştır.

1980'lerden itibaren ise ekonomi politikalarının giderek serbest piyasa koşullarına göre şekillendiği, neo-liberal politikalar doğrultusunda devletin ekonomideki rolünün azaldığı ve özelleştirme uygulamalarıyla kamusal kaynakların sermaye kullanımına sunulduğu görülmektedir. Küreselleşme sürecinde üç büyük kentin yanında, Anadolu'da, Kayseri de dahil olmak üzere, yeni kentler üretim ve hizmet sektöründe büyüme göstermişlerdir. 1980 sonrası dönemi karakterize eden en çarpıcı gelişmeler, sermaye hareketliliğinin, sanayi ve üretim faaliyetlerinden kentsel mekâna doğru yönelmesi ve bu doğrultuda yeni kentsel kullanımların ortaya çıkması, kentsel dönüşüm ve kentsel proje uygulamalarının yeni bir planlama aracı olarak imar uygulamalarında yer tutması olmuştur. Dünyadaki yerleşme politikaları uzantısında, 1985 yılında çıkarılan 3194 Sayılı İmar Kanunu ile imar planlaması yetkilerinin yerel yönetimlere bırakılması ile belediyeler giderek güçlenmiş ve bu proje süreçlerinde paydaş olarak daha aktif yer almışlardır.

| 226 | Batının birkaç yüzyıla uzanan sanayi devrimi tecrübesi elde ettiği birikimin ortaya çıkardığı ekonomik, toplumsal ve coğrafi değişim hızı 20. yüzyılda daha da artmış ve bir yüzyıl içinde birbirinden farklı dönemler ve süreçler ortaya koymuştur. Türkiye için 20. yüzyıl ise sanayi devriminin yaşanmadığı bir miras üzerine kurulan yeni ülkenin bu batı deneyimini ve sonuçlarını izleyerek yeni dünya düzeni içinde varlığını ortaya koyma sürecini ifade etmektedir. Cumhuriyetin ilanından itibaren yaşanan kentleşme

süreci ve bu süreci oluşturan dinamikler, evrensel gelişmeleri izleme ve kentsel mekâna aktarabilme konusunda ciddi sorunlar göstermekle birlikte, önemli düzeyde tecrübe ve birikimin de elde edilmiş olduğunu ortaya koymaktadır.

Sanayi Devrimi sonrasında Dünya’da yaşanan hızlı ve geniş çaplı değişimin kent ve kent planlama disiplini açısından özetlenmesini amaçlayan bu derleme, bu sürecin Türkiye’de ele alınışı konusunda da daha kapsamlı çalışmaların gerekliliğini ifade etmektedir. 20. yüzyılda ortaya çıkan ekonomik, politik ve toplumsal gelişmelerin kentsel politika ve planlama alanında yarattığı kurumsal, profesyonel ve mekânsal sonuçların zaman dizgesi içinde daha kapsamlı ele alınması gerekmektedir. Neoliberal planlama politikalarının günümüzde yarattığı kentsel ve mekânsal sonuçların yorumlanmasında, kent planlama çabasının 20. yüzyılda ortaya çıkan ve şekillenen temel değerlerinin tartışıldığı tarihsel bir sorgulamaya gereksinim giderek artmaktadır.



KAYNAKÇA

- Alkan, A. & Duru, B. (Der. ve Çev.) (2002a). 20. yüzyıl kenti, İmge Yayınevi, Ankara
- Alkan, A. & Duru, B. (2002b). 20. Yüzyılda kent ve kentsel düşünce. İçinde A. Alkan & B. Duru (Der. ve Çev.) 20. Yüzyıl Kenti, (ss. 7-25). İmge Yayınevi, Ankara
- Aksoylu, S. (t.y.). A critical outlook to the planning practices of Turkey from the beginning of republican period. <https://www.researchgate.net/publication/242656282>
- Balaban, O. (2010). *Capital accumulation, the State and the production of built environment: the case of Turkey* [Yayınlanmamış doktora tezi]. ODTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü
- Bilsel, F. C. , (2010). Henri Prost's planning works in Istanbul (1936-1951): Transforming the structure of a city through master plans and urban operations. From the imperial capital to the republican modern city. İçinde *Henri Prost s Planning of Istanbul* (ss. 101-165). İstanbul Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul
- Bluestone, B. & Harrison, B. (1986). The great American job machine: The proliferation of low-wage employment in the U.S. economy. *United States Congressional Joint Committee*, Washington D.C.
- Boratav, K. (2004). Türkiye iktisat tarihi 1908-2002. İmge Yayınevi, Ankara
- Boratav, K. (2013). Türkiye iktisat tarihi 1908–2009. İmge Kitabevi, Ankara
- Campbell, H. & Marshall, R. (2002). Utilitarianism’s bad breath? A re-evaluation of the public interest justification for planning. *Planning Theory* 1(2), s.163-187.
- Clark, D. (1996). *Urban world/global city*, Routledge, London
- Comte, A. (1876). *The Course of positive philosophy*. George Bell and Sons, London
- Çoban, A. N. (2012). Cumhuriyetin ilanından günümüze konut politikası. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67/3, 75-108, Ankara
- Davidoff, P. (1965). Advocacy and pluralism in planning. *Journal of American Institute of Planners*, 31(4), 331-338.

- Doğan, A. E. (2001), Türkiye kentlerinde 20 yılın bilançosu. *Praksis*, 2, 97-123
- Durkheim, E. (1960). The division of labour in society. Macmillan, New York.
- Eraydın, A. (1988). Sermaye birikim sürecinde kentler. *DeFTER*, 5, 133-153, İstanbul
- Ercan, M. A. (2016). Endüstri-sonrası kentlerin değişen ve dönüşen kamusal mekânları. *Planlama*, 26(3), 193-203
- Erman, T. (2012). Urbanization and urbanism. İçinde M. Heper & S. Sayari (Eds.), *The Routledge Handbook of Modern Turkey* (ss. 293-302), Routledge, Oxford
- Erman, T. (2013). Küresel ve yerel dinamikler altında 'Anadolu kapıları' kentleri. *İdealKent*, 8, 50-73
- Ersoy, M. (2007). Planlama kuramına giriş. İçinde M. Ersoy (Der.) *Kentsel Planlama Kuramları* İmge Kitabevi, Ankara.
- Forester, J. (1989). Planning in the face of power. University of California Press, Berkeley.
- Freestone, R. & Gibson, C. (2006). The cultural dimension of urban planning strategies: an historical perspective. İçinde J. Monclús & M. Guàrdia (Eds.) *Culture, Urbanism and Planning* (ss. 21-41) Ashgate Publishing, Hampshire.
- Friedmann, J. (1998). The new political economy of planning: the rise of civil society. İçinde: M. Douglas & J. Friedmann (Der.) *Cities for Citizens* Wiley, London.
- Görgülü, Z. & Görgülü, T. (2010). Türkiye'de planlama ve mimarlık alanının son 10 yılı. *Mimarlık Dergisi*, 352, TMMOB Mimarlar Odası, Ankara
- Güler, B. A. (1998). Yerel yönetimler liberal açıklamalara eleştirel yaklaşım. TODAİE Yayınları, Ankara
- Habermas, J. (1984). The theory of communicative action, vol I-II. Polity, Cambridge.
- Harvey, D. (1990). The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change. Blackwell, Oxford.
- Hatt, P. K. & Reiss, A. J. Jr., (1957). The history of urban settlement. İçinde: *Cities and Society* (ss. 175-179) The Free Press, Glencoe, Illinois
- Hebbert, M. & Sonne, W. (2006). History builds the town: on the uses of history in twentieth-century city planning. İçinde J. Monclús & M. Guàrdia (Eds) *Culture, Urbanism and Planning* (ss. 3-19) Ashgate Publishing, Hampshire.
- Jacobs, J. (1961). The death and life of great American cities. Vintage, New York.
- Keleş, R. (2008). Kentleşme politikası. İmge Yayınevi, Ankara
- Keleş, R. & Payne, G. (1984). Turkey. İçinde M. Wynn (der.) *Planning and Urban Growth in Southern Europe* (ss. 165-97) Mansell, Londra
- Keyder, Ç. (1989). Türkiye'de devlet ve sınıflar. Birikim Yayınları, İstanbul
- Massey, D. (1984). Spatial divisions of labour: social structures and the geographies of production, Macmillan, London.
- Osmay, S. (1998). 1923'ten bugüne kent merkezlerinin dönüşümü. İçinde Y. Sey (Ed.) *75 Yılda Değişen Kent ve Mimarlık*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul

- Ökmen, M. & Parlak, B. (2008). Modernleşmeden küreselleşmeye Türk kent yönetimleri: Temel nitelikler, sorunlar ve projeksiyonlar. *KMU İİBF Dergisi*, 15, ss. 199-259
- Punter, J. V. (1990). The privatisation of public realm. *Planning, Practice and Research*, 5(3), ss.9-16.
- Sakarya, A. (2014). Türkiye’de ekonomi politikaları ve ülke mekânında değişim (1980-2012). *MEGARON Dergisi*, 9(4). ss. 243-254
- Saunders, P. (1990). A nation of homeowners. Unwin Hyman, London.
- Scott, J. (1998). Seeing like a state. Yale University Press, New Haven.
- Sencer, Y. (1979). Türkiye’de kentleşme”, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara
- Smith, M. P., (1980) The city and social theory. Basil Blackwell, Oxford.
- Suğur, N. (1998). Türkiye’de sosyal ve ekonomik değişimler. İçinde İ. Güneş (der) *Dünyanın ve Türkiye’nin Yakın Tarihi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1019.
- Suher, H. (1996). Şehircilik. İTÜ Mimarlık Fakültesi Baskı Atelyesi, İstanbul.
- Şengül, H. T. (2001). Kentsel çelişki ve siyaset: Kapitalist kentleşme süreçleri üzerine yazılar. Demokrasi Kitaplığı, İstanbul
- Şengül, H. T. (2002). Planlama paradigmalarının dönüşümü üzerine eleştirel bir değerlendirme. *Planlama Dergisi*, 2002/2-3, ss. 8-30, Şehir Plancıları Odası, Ankara
- Şengül, H. T. (2017). Türkiye’de kentleşme deneyiminin dönemlenmesi. İçinde F. Alpaya & B. Duru (Der.) *1920’den Günümüze Türkiye’de Toplumsal Yapı ve Değişim*, ss. 407-453, Phoenix Yayınevi, Ankara
- Şengül, M. (2007). Kentleşen dünya, “küreselleşme” ve yoksulluk: Türkiye kentleşmesine bir bakış. İçinde A. Mengi (Ed.) *Kent ve Politika-Antik Kentten Dünya Kentine*, (ss. 89-106) İmge Kitabevi, Ankara
- Taylor, N. (2009). Anglo-american town planning theory since 1945: three significant developments but no paradigm shifts from planning perspectives. İçinde E. L. Birch (Ed) *The Urban and Regional Planning Reader* (ss. 96-105), Routledge
- Tekeli, İ. (1986). Türkiye’de 19. Yüzyıl ortalarından 1950’ye kadar kentsel araştırmaların gelişimi. İçinde S. Atauz (Der.) *Türkiye’de Sosyal Bilim Araştırmalarının Gelişimi* (ss. 239-268) Türk Sosyal Bilim Derneği, Ankara
- Tekeli, İ. (2009). Modernizm, modernite ve Türkiye’nin kent planlama tarihi. İlhan Tekeli Toplu Eserleri – 8, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul
- Tekeli, İ. (2010). Almanca konuşan plancı ve mimarların erken cumhuriyet dönemi Ankara’sının planlaması ve konut sorununun çözümüne katkıları üzerine. Goethe-Institut, Bir Başkent Oluşumu: Avusturyalı, Alman ve İsviçreli Mimarların İzleri Projesi, Ankara-2010, <http://www.goethe.de/ins/tr/ank/prj/urs/geb/sie/trindex.htm>
- Thorns, D. C. (2002). The transformation of cities: urban theory and urban life. Palgrave Macmillan, Great Britain
- Toennies, F. (1956). Community and society. Michigan State University Press, Michigan.

TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. www.tuik.gov.tr

Ülker, B. (2018). Sürgünde modern şehircilik aklının terbiyesi. *Toplumsal Tarih – Aylık Tarih Dergisi*, (295), ss. 66-79, Tarih Vakfı, İstanbul

Ward, S. V. (2004). *Planning and urban change*. SAGE Publications Ltd., London-Thousand Oaks-New Delhi.

Watson, S. & Gibson, K. (Der) (1995). *Postmodern cities and spaces*. Blackwell, Oxford.

Weber, M. (1921). *The city*. The Free Press, New York.

Wirth, L. (1938). Urbanism as a way of life. *American Journal of Sociology* 44, ss.1-24

Yılmaz, E. & Çitçi, S. (2011). Kentlerin ortaya çıkışı ve sosyo-politik açıdan Türkiye’de kentleşme dönemleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(35), ss. 252-267.



SULTAN II. ABDÜLHAMİD'DEN PARİS BARIŞ KONFERANSI'NA KÜRTLER*

 Cengiz KARTIN^a

Öz

Coğrafi Keşifler ve Sanayi İnkılâbı ile birlikte batı; öteki olarak tanımladığı kendi coğrafyası dışındaki insanların neye sahip olduğu bilgisini, bölgeye göndermiş olduğu resmi ya da gayri resmi görevlileri marifetiyle elde etmiştir. Bu bilgi toplama sürecini en iyi yöneten devlet İngiltere olmuştur³.

Osmanlı Devleti batının yaşamış olduğu yukarıda bahse konu süreç içerisinde dünyayı yeterince takip edemeyen ve her geçen gün toprak kaybetmek suretiyle Anadolu'ya doğru geri çekilen bir görüntü arz etmiştir. Söz konusu bu durum içerisinde Sultan II. Abdülhamid devri devletin bu kötü gidişatını frenlemeye dönük bazı hamlelerin ve çalışmaların yapıldığı bir dizi çalışmalarla geçmiştir.

Yapılan bütün çalışmalara rağmen devlet kan kaybetmeye devam etmiştir. Sultan II. Abdülhamid'in 1909'da tahttan indirilmesi ve hemen akabinde yaşanan Trablusgarp, Balkan ve I. Dünya Savaşları ise Osmanlı Devleti'nin sonunun gelmesini beraberinde getirmiştir. Yaşanan tüm bu süreç içerisinde Kürtlerin büyük çoğunluğu devlete sadık kalmayı tercih etmişse de azınlıkta kalan küçük bir grup ise İtilaf Devletleri ile iş birliği içerisinde olmuştur. Yapılan bu tercihlerin belirlenmesinde özellikle Sultan II. Abdülhamid döneminde gerçekleştirilen faaliyetlerin çok önemli olduğu bilinmektedir. Çalışma I. Dünya Savaşı sonunda imza edilen Paris Barış görüşmelerini Kürtler özelinde değerlendirmek amacıyla kaleme alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kürtler, II. Abdülhamid, Paris Barış Konferansı, Şerif Paşa, Bogos Nubar Paşa



KURDS FROM SULTAN ABDULHAMİD II TO PARIS PEACE CONFERENCE

Abstract

Following geographical discoveries and the Industrial Revolution, the west acquired the information concerning the people they identified as "others" who lived outside their own geography by means of official or unofficial agents sent to the region. The government that most effectively managed the data collection was England. The British Empire, which was considered as the "Empire on which the Sun never set" of the 19th century, turned the First World War into an achievement battle where the collected information was blended. During this process, the Ottoman state was retreating to Anatolia by losing territories day by day and was unable to keep up with the developments of that era. Considering these conditions, the era of Sultan

* Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından SYL-2014-5582 kodu ile desteklenmiştir.

^a Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, ckartin@erciyes.eu.tr / cengizkartin@gmail.com.

Abdulhamid II included a series of attempts and practices to restrain the dire course of events happening in the state.

Despite these attempts, the state still suffered. The dethronement of Abdulhamid II in 1909 and the subsequent Tripoli and Balkan Wars, and the First World War brought about the end of the Ottoman State. During this process, most of the Kurds were loyal to the state, but a minority of them cooperated with the Allies. It is acknowledged that their preferences were based mainly on the activities carried out during the era of Sultan Abdulhamid II. The study aims to evaluate Paris Peace Conference, specifically in terms of Kurds, that was signed at the end of the First World War.

Key Words: Kurds, Abdulhamid II, Paris Peace Conference, Sherif Pasha, Boghos Nubar Pasha



A. OSMANLI DEVLETİ DÖNEMİNDE KÜRTLER

Kürtlerin kim oldukları, dilleri, yaşadıkları coğrafya ve kimlikleri ile ilgili tartışmalarda ilim insanlarının ortak bir paydada buluşmadıkları anlaşılmaktadır. Konunun etnik köken tartışmasında Jawad (Jawad, 1981, s. 1), Buran (Buran, 2011, s. 43), Olson (Olson, 1998, s. 3), Nebez (Nebez, 2004, s. 15), Çay (Çay, 2010, s. 61); yaşanan coğrafya konusunda Kılıç (Kılıç, 2018, s. 548), Hansen (Hansen, s. 1961, s. 5), Stansfield (Stansfield, 2003, 27), Edmonds (Edmonds, 1958, s. 142); kimlik ve dini inanç konusunda ise Bruinessen (Bruinessen, 2013, s. 18), Atacan (Atacan, 2001, s. 111) ve diğer bazı araştırmacılar birbirinden oldukça farklı yaklaşımlar sergilemiştir. Kürtlerin etnik olarak İrani, Turani, Arabi oldukları gibi yaklaşımlar yaşadıkları coğrafya olarak İran, Türkiye ve Irak ekseninde tartışılmıştır. Yapılan söz konusu bu tartışmalara dini inanç ve kültür konusu da ilave edildiğinde ortak payda birlikten yoksunluk şeklinde ortaya çıkmıştır.

600 yılı aşkın bir süre içerisinde hâkim olduğu topraklarda adaletle yönetim sağlamayı amaç edinmiş olan Osmanlılar döneminde Türklerle Kürtlerle münasebetlerin ağırlıklı olarak Yavuz Sultan Selim döneminden itibaren gelişme göstermiştir. Safevilere karşı gerçekleştirilen seferlerde İdrisî Bitlisi liderliğinde Türklerle birlikte hareket eden Kürtlerin, II. Mahmud dönemine değin yurtluk-ocaklık sistemi ile idare edilmesine bu dönemde son verilmeye başlanmıştır.

Sultan II. Mahmud'un gerçekleştirmiş olduğu ıslahat çalışmaları bağlamında merkezi otoritenin tesisini devletin temel politikası olarak belirleyen Bâb-ı Âli, bunun için pek çok girişimde bulunmuştur (Kılıç, 1997, s. 12). Bu girişimlerin doğuda yansıması genellikle isyan şeklinde karşı koymaya çalışmak olmuştur. Bunda yerel ahalinin serbest bir yaşamı benimsemiş olması ve düzene karşı çıkması, ahalinin liderliğini yapan kişilerin kendi otoritelerinin yok olacağını görmesi, batılı devletlerin bölge üzerinde gerçekleştirdikleri faaliyetler etkili olmuştur.

Söz konusu süreç içerisinde İngiltere'nin konumuna bakıldığında Başbakan William Pitt döneminde başlatılmış olan Osmanlı Devleti'nin toprak bütünlüğünden yana olan siyaset, Sultan II. Abdülhamid dönemine rastlayan William Ewart Gladston'ın başbakanlığı döneminde Osmanlı Devleti'ni parçalamaya dönüşmüştür. (Aslında Osmanlı Devleti'nin bir Avrupa devleti olarak sayılması da Gladstone'ın Maliye Bakanlığını yürüttüğü Kırım Harbi sonrasında imza edilen 1856 Paris Anlaşması ile öngörülmüştü. (Ülman, 1985, s. 276)) İngiltere'nin 19. ve 20. yüzyılda *Güneş Batmayan İmparatorluk*

olarak nitelendirilmesine paralel şekilde düşünüldüğünde Osmanlı Devleti'nin söz konusu tarihlere bu güç karşısında varlık göstermesi pek mümkün değildi. Ancak Sultan II. Abdülhamid dönemi bunun bir istisnai sürecini ifade etmiştir. Kendisinin döneminde genelde batılı devletlerin özelde İngiltere'nin karşısında Doğu Anadolu'nun imparatorluktan kopmaması adına Hamidiye Alayları kurulmuş ve Aşiret Mektebi açılmıştır. Bu faaliyetlerin dış politikaya yansımaları Alman ağırlıklı bir politikanın benimsenmesi olmuştur (Sönmezoğlu, 1985, s. 1184).

Devletin bütün olanakları ile kendi bütünlüğünü korumayı amaç edindiği süreç içerisinde İngilizler; Kürtlerin ağırlıklı olarak Türkler ve Ermenilerle birlikte yaşamış olduğu bölgelere pek çok seyahat icra etmişlerdir. Söz konusu bu seyahatler kaleme aldıkları notlarında bölgenin topoğrafyasını sosyo-ekonomik düzenini ortaya koymaya çalışmışlardır (Kartın, 2013, s. 214-226). Bu çalışmalarla eş zamanlı olarak başta Diyarbakır olmak üzere bölgeye gönderilen konsoloslara da resmî yollarla bilgiler toplamışlar ve bunu Londra'ya bildirmişlerdir. Söz konusu bu raporlarla ilgili The National Archives'da (İngiliz Ulusal Arşivi'nde) oldukça fazla sayıda doküman kayıtlıdır (Diyarbakır özelinde bölge ile ilgili konsolosluk raporlarının birkaçı için bkz. *PRO, FO 78/1017, PRO, FO 78/2104, PRO, FO 78/1306, PRO, FO 78/1607, PRO, FO 78/2050, PRO, FO 195/1211, PRO, FO 195/1617, PRO, FO 195/1804, PRO, FO 195/2125, PRO, FO 195/2147, PRO, FO 78/5284*).

İngiltere'nin bu faaliyetleri Fransa ve Rusya tarafından da dikkatle takip edilmiştir. Nikitin başta olmak üzere bölge ile ilgili raporlar düzenleyen Ruslara karşılık Fransızların İngiltere ve Rusya'nın yanında biraz daha geri planda faaliyet yürüttüğü anlaşılmaktadır. Her üç gücün de burada yürüttüğü faaliyetlerin odağına kendi devlet menfaatlerinin korunması yer almıştır. Bu üç gücün kendi içerisinde ve Osmanlı Devleti'ne karşı yürüttüğü mücadelenin Sultan II. Abdülhamid döneminde oldukça ileri boyutlara ulaştığı anlaşılmaktadır.

1. Sultan II. Abdülhamid Döneminde Kürtler

Devletin kötü gidişatını durdurmak amacıyla Sultan II. Abdülhamid'in kahir ekseriyeti Müslüman olan Doğu Anadolu için düşündüğü çare; Hamidiye Alaylarının kurulması ve İstanbul'da Aşiret Mekteplerinin açılması olmuştur. Ağırlıklı olarak Kürtlerden teşkil edilen (Arap, Çerkes ve Türkmen alaylar da mevcuttu) Hamidiye Alaylarının kuruluş gerekçelerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Bölgenin emniyetinin sağlanması,
2. Rusya'nın Doğu Anadolu'ya sarkmasının önüne geçilmesi,
3. Ermeni isyanlarının önlenmesi,
4. Devletin gücünün ve hamiliğinin bölgede hissettirilmesi,
5. Merkezi yapının sağlamlaştırılması,
6. Göçebe yaşamın yerleşik hale dönüştürülmesi,
7. İngiltere'nin bölgedeki faaliyetlerine bir kalkan vazifesi görmesi,
8. İttihad-ı İslam yaklaşımının bölgede işlerlik kazanması,
9. Aşiretlerin kanunsuz davranışlarının önüne geçilmesi (Kodaman, 2010, s. 131-135; Küçük, 1988, s. 220-222; Şimşir, 2007, s. 214-216).

Hamidiye alayları, sultanın politikasının hedefi değil, fakat vasıtasıydı. Dördüncü ordu kumandanı olan Müşir Zeki Paşa¹ ve Şakir Paşaların teklifi ve iş birliği üzerine Rus-Kazak alaylarından esinlenerek organize edilen Hamidiye Alayları, 1890 tarihinden itibaren oluşturulmaya başlanmıştır. Alaylar, Doğu Anadolu'da yaşayan Türkmen, Karakalpak, Kürt ve Arap aşiretlerinden teşkil edilmiştir (Reynolds, 2011, s. 419-420; Ciment, 1996, s. 42; Gunter, 2004, s. 62 ve 204; Özer, 1990, s. 33). Yalnız bu yapı oluşturulurken aşiretlerin başında bulunan binbaşılardan Türk olmasına karar verilmiştir (White, 2000, s. 60; Chaliand, 1993, s. 25).

Kurulan bu düzenle birlikte sistem içerisinde yer alan aşiretlerin, aşiret reislerinin; devlet katında, sultan nazarında itibarları arttığı gibi, silah ve maddi güç de kazanmışlardır. Bölgede bulunan aşiretler nizami orduda askerlik yapma yükümlülüğünden kurtuldukları gibi, kendilerine vergi muafiyeti de getirilmiştir. Bu geniş imtiyazlar aşiretleri, Hamidiye Alaylarına dâhil olabilmek için büyük bir yarışa soktuğu gibi; kıskançlıkları ve eski husumetleri de canlandırmıştır (Kodaman, 1987, s. 37).

Hamidiye Alayları ile ilgili ilk yazılı nizamname; 1891'de çıkarılmıştır. Çıkarılan nizamnamede özetle, bu teşkilatın kuruluş amacı olarak memleketin düşmana karşı savunulması işinin her ferdin görevi olduğu ve aşiretlerin de bu savunmaya katılmaları gerektiği vurgulanmaktaydı. Buradan da anlaşılacağı üzere Abdülhamit, II. Mahmud dönemine kadar adeta yarı özerk bir şekilde yaşamlarını sürdüren aşiretleri merkeze bağlayarak kontrol altına almaya çalışmıştır. Ayrıca bu nizamname; alayların 4 bölükten az, 6 bölükten fazla olmayacağı, en az 512, en fazla 1.152 mevcudunun olacağı karara bağlanmıştı (Özer, 1990, s. 33; Yıldız, 1991, s. 85; Aydın, 2001, s. 57). Alaylara bağlı olan kişilerin askerlik süreleri 23 sene olup bu süre üçe ayrılmıştır: 17–20 yaş için *İptidaiye*, 20–32 yaş arası için *Nizamiye* ve 32–40 yaş arası için *Redif* ismi verilmişti.

Yukarıda ifade edilmiş olan sistem içerisinde her 4 alay 1 liva olarak kabul edilmiştir. Büyük aşiretlere bir veya birden fazla alay, küçük aşiretlere ise birkaç bölük kurma hakkı verilmiştir. Ancak burada istenmeyen olaylara meydan verilmemesi için merkezî otoritenin veya ordu kumandanlarının emri ile sadece savaş zamanında bu alayların birleşmeleri hukukileştirilmiştir². Devletin bu alaylarda yer alan aşiretlere çeşitli vergi muafiyetlerini de sağlaması ile birlikte, Kürtlerin bu aşiretlere mensup olmak için adeta yarıştığı bir yapı da beraberinde gelmiştir (Ünal, 2007, s. 184; Klein, 2011, s. 2).

Hamidiye Alayları mensupları elbise, hayvan ve eğer takımlarını kendileri tedarik edecekler. Tüfek, cephane ve sancak devlet tarafından verilecekti. Alayların subay kadrosu, İstanbul'daki Süvari Mektebi'ne alınan aşiret çocuklarından teşkil edilecekti. Doğu Anadolu'da teşkil edilmiş olan bu yapı içerisinde yer alacak aşiretler belirlenirken kimi kaynaklarda verilen bilgilere göre Sultan II. Abdülhamid, genellikle zayıf aşiretleri sistemin içerisinde dâhil ederek burada bir denge kurmaya çalışmış (Chaliand, 1993, s. 25), Kürtlerin savaşçı yönlerinin doğru yöne evrilmesini sağlamıştır (Jawad,

¹ Dördüncü ordu kumandanı Müşir Zeki Paşa'nın da desteklediği bu projeye, paşaların büyük bir kısmı karşı çıkmıştır. Buna rağmen Sultan II. Abdülhamit, Zeki Paşa'yı bu işle görevlendirmiştir. Kendisine Erzincan'ı merkez seçen Müşir Zeki Paşa, 1891 ilkbaharında faaliyete geçmiş, ilk iş olarak Mirlivâ Mahmud Paşa'yı Van, Malazgirt, Hınıs taraflarına göndermek suretiyle aşiretlerden Hamidiye Alaylarının kuruluşunu başlatmıştır. 1896'da Erzincan, Dersim, Erzurum, Diyarbakır, Van, Malazgirt, Urfa ve birçok yerde Hamidiye Süvari Alayı oluşturdu. Bu dönemde sadece Erzurum vilayeti dâhilinde 8 alay kuruldu. (Kodaman, 1987, s. 33-34; Çamsöy, 2007, s. 39).

² Şimşir, bu alayların atlı mevcudunu 40 ile 120 arasında göstermiş; ilk kurulduğunda 40 albay ve 150 yüzbaşının alayları askeri yönde eğitmekle işe başladığını kaydetmiştir. (Şimşir, 2007, s. 31).

1981, s. 4; Arfa, 1966, s. 24). Yine bu hedefe dönük olarak teşkil edilen alaylara sadece Sünni Kürt aşiretlerinden alımlar gerçekleştirilmiştir (O'Shea, 2004, s. 79).

Her ne kadar yukarıda ifadesini bulan amaçlara rağmen alayların kurulması sonrasında bir dizi olumsuzlukların da yaşandığı anlaşılmaktadır. Özellikle bölgedeki devletin desteğini arkasına alan aşiretlerin kimi zaman bunu istismar etmesi bölgede kimi karışıklıkların çıkmasını da beraberinde getirmiştir. Ancak bu husus geçici bir süreci ifade etmekle birlikte bundan çok daha kalıcı hale gelme çizgisi izleyen husus: Kürt milliyetçiliğinin ayak sesleri olmuştur (Lynch, 1901, s. 6; Bruinessen 2013, s. 118; Gunter, 2004, s. xxx; White, 2000, s. 63). Yaşanan bu süreçle birlikte Doğu Anadolu'daki Kürtler kendilerine sağlanan imkânlardan dolayı Sultan II. Abdülhamid'e "Bave Kurdan" yani Kürtlerin babası demeyi de ihmal etmemişlerdir (Strohmeier, 2003, s. 16; Driver, 1919, s. 15).

2. İttihat Terakki Dönemi ve I. Dünya Savaşı Sırasında Kürtler

Sultan II. Abdülhamid döneminde İttihad-ı İslam ve Pan-Türkizm hemen hemen aynı sınıf ve tabakalara mensup insan topluluklarında vücut bulmuştur (Kodaman, 2010, s. 136). Sözü edilen bu sosyal katmanların en aydın kesimleri için de boy gösteren 1880'lerdeki Jön Türk hareketi içerisinde Kürt kökenli iki isim Abdullah Cevdet ve İshak Sükuti önemli bir yere sahipti (Bruinessen, 2004, s. 335-336). İttihat ve Terakki Cemiyeti içerisinde ise Paris'teki 1902 toplantısına katılan isimler arasında Abdurrahman Bedirhan da mevcuttu (Kemal, 1992, s. 106).

1908'de II. Meşrutiyetin ilanı ile başlayan süreçte Türk Ocaklarının yanında Kürt Kulüpleri de faaliyetlerine başlamıştı (Çamsoy, 2007, s. 50). Böyle bir ortamda İttihat ve Terakki Cemiyeti genellikle itidalli bir politika takip etmeyi tercih etmişti (Öke, 1992, s. 17).

Bütün bu sürecin bir yansıması olarak kendisini Osmanlı olarak gören Kürt ileri gelen ailelerinin İstanbul'da bulunanlarının bir kısmı İttihat ve Terakki ile birlikte çalıştıklarından İngiltere'nin dikkatini kullanabilecekleri isimler üzerinde yoğunlaştırdığı anlaşılmaktadır. Bu cümleden olmak üzere İngiltere'nin Ortadoğu uzmanlarından Noel İngiliz Dışişleri Bakanlığı'na *Şerif Paşa, Şemdinan ve Bedirhan aileleri için, "Onlar, Batı Kürdistan'da yalnızca bir isimdirler, fakat saygı gören bir isim demiştir* (Kutlay, 1992, s. 313; Özyürek, 2010, s. 107).

Sultan II. Abdülhamid'in önce 1908 yılında ilan edilen II. Meşrutiyet'in ilanı ile pek çok yetkisinin elinden alınması akabinde de 31 Mart Vak'ası ile tahttan indirilmesi ile birlikte İttihat ve Terakki devletin bütün uzuvlarına hâkim olacakları bir ortamı bulmuşlardır. Bu ortam içerisinde imparatorluğun geçici bir özgürlük havasına büründüğü anlaşılmaktadır. İşte söz konusu bu süreçte Kürtler de pek çok cemiyet kurmak suretiyle faaliyet yürütmüşlerdir. Bu cemiyetleri kısaca şu şekilde sıralamak mümkündür:

2.1. Kürt Teavün ve Terakki Cemiyeti:

1908'de İstanbul'da kurulmuştur. Seyyid Abdülkadir'in yanı sıra İsmail Paşazade, Müşir Ahmet Paşa, Dr. Mehmet Şükrü Sekban ve Babanzade Ahmet Naim kurucuları arasındaydı (Bruinessen, 2013, s. 141).

Cemiyet Kürt dilinin gelişimini sağlamak, Kürt kökenli memur atamasının ve meclisteki Kürt kökenli milletvekillerinin etkinliklerinin artmasına olanak sağlayacak ortamı hazırlamak gibi amaçlar

edinmişti (Sekban, 1979, s. 28). Aslında cemiyetin söz konusu bu amaçlarından da anlaşılacağı üzere orta ve uzun vadeli esas hedef bağımsızlığa giden bir yol açmaktı.

2.2. Hevi Cemiyeti:

1912'de kurulmuştur. Cemil Paşazade Kadri, Fuat Temo, Cerrahzade Memduh Selim, Necmettin Hüseyin, Abdülaziz Baban, Ömer Efendi önemli isimlerdir. Cemiyetin finansal işlemlerini Mutkili Halil Hayali takip etmiştir. 1913 yılında cemiyetin bir şubesi Londra'da, diğer şubeleri ise Cenevre ve Münih'de açılmıştır (Göktas, 1992, s. 27).

Cemiyet, kimi araştırmacılara göre Kürt meselesini uluslararası düzleme taşımayı amaç edinmişti (Göldaş, 1992, s. 70; Bruinessen, 2013, s. 142); kimilerine göre de cemiyetin esas amacı bağımsız bir Kürt devletinin kurulmasını sağlamaktı (Şadillili, 1980, s. 33; Çamsoy, 2007, s. 58; Aytepe, 1998, s. 301). Cemiyet üyelerinin Paris barış görüşmelerinde Şerif Paşa ile ortak çalışmayı istemiş olmaları göz önüne alındığında aslında ikinci grup araştırmacıların ifade etmiş olduğu amacın cemiyetin esas hedefi olduğu anlaşılmaktadır (Kurubaş, 1998, s. 201).

2.3. Kürt Tamim-i Maarif ve Neşriyat Cemiyeti:

1919 yılının başlarında kurulmuştur. Eğitim alanında faaliyet yürütmeyi amaç edinmiştir. Cemiyetin ilk yöneticisi Jin dergisinin de yazarı olan Müküslü Hamza Beydir. Cemiyetin kurucu ve politika belirleyicileri Kürdistan Teali Cemiyeti'nin üye ve yönetim kadrosu olmuştur. Cemiyet kendisine Kürtçe sözlük hazırlamaktan okul açmaya, öğretmen okulları kurmaya kadar bir dizi amaç edinmişti (Göldaş, 1992, s. 70-73; Jin dergisi hakkında kısa bir bilgi için bkz. Özcan, 2014).

2.4. Kürdistan Teali Cemiyeti

Tunaya, Kürdistan Teali Cemiyeti'nin kuruluş tarihini 17 Kânunuevvel 1334 (17 Aralık 1918) olarak vermiştir. Tunaya bu tarihi, Dahiliye Nazırı Ali Kemal Bey'in, sadarete göndermiş olduğu 22 Mayıs 1335 tarihli yazısından tespit etmiştir (Tunaya, 1986, s. 186). Sonyel ise cemiyetin kuruluş tarihini 1919 yılının Mayıs ayı olarak vermiştir (Sonyel, 1973, s. 29). Aytepe'ye göre ise Kürt Teali ve Terakki Cemiyeti adıyla da bilinen Kürdistan Teali Cemiyeti 6 Teşrin Sani 1333 (6 Kasım 1917)'de kurulmuştur (Aytepe, 1998, s. 330).

Kürdistan Teali Cemiyeti'nin kurucu ve yöneticileri: Seyit Abdülkadir, Hüseyin Sükrü (Baban), Dr. Sükrü Mehmet (Sekban), Muhittin Nazim, Babanzade Hikmet ve Aziz Bey olarak sıralanmıştır (Tunaya, 1986, s. 187).

Cemiyet üyelerinin çoğuna göre İngilizlere bağlı kalmak sorunların izale olmasını sağlayacaktı (Aytepe, 1998, s. 331). Tunaya'nın vermiş olduğu bilgilere göre aslında cemiyetin kurucuları siyasi bir amaç takip etmeyeceklerine dair hükümete verdikleri teminata rağmen, Kürt bağımsızlığı için faaliyette bulunmaktan geri kalmamıştır (Tunaya, 1986, s. 187).

Aslında yukarıda kısaca ifade edilmiş olan kulüpler marifeti ile yapılan faaliyetler bazı araştırmacılara göre Bedirhan Bey isyanı ile başlayan milliyetçilik anlayışının birer yansımasıydı. İttihat ve Terakki Cemiyetinin ilk yıllarında uyguladığı herkese ve her görüşe özgürlük felsefesi dönemin şartlarında çok da uzun ömürlü olmamıştır. Bu durumu hem Birinci Dünya Savaşının ayak seslerinin duyulmasında hem de gücü tamamen ele geçiren cemiyetin bir müddet sonra güç zehirlenmesine

girmesinde aramak gerekir. Yalnız bu arayışta sadece İttihat ve Terakki Cemiyetini suçlu sandalyesine yerleştirmede adilane bir bakış olmayacaktır. Neredeyse bütün unsurların imparatorluğun bir yerlerinde ayaklanmalar çıkartması, kulüpler marifetiyle bağımsızlık tohumları ekmesi İttihatçıları devletin bütünlüğünü korumak noktasında sıkı tedbirler almaya sev etmiştir. Ancak bu tedbirlerin bir kısmında ölçü kaçırılmıştır.

B. SAVAŞ SONRASI BATILI DEVLETLERİN TUTUMLARI VE KÜRTLER

Osmanlı Devleti'nin Birinci Dünya Savaşı'ndan mağlup olarak ayrılması, başta İngiltere olmak üzere galipler tarafından dünya nizamının yeniden tesisinde büyük bir fırsat olarak değerlendirilmiştir (Açıkses, 2000, s. 209). Manda ve himaye yöntemi ile hâkimiyet sahalarını genişletmeyi hedef alan bu güçler için Arap toprakları ve Kürtlerin yaşamış olduğu yerler petrole bağlantılı olarak değerlendirilmiştir. Oluşturulacak olan stratejinin temeline coğrafi konumun yerleştirildiği bu döngü içerisinde Kürtler edilgen bir konumda yer almışlardır. Bahse konu süreç içerisinde Osmanlı Devleti'nin ciddi bir bunalım içerisinde olduğu, yöneticilerinin bir kurtuluş çaresi aradığı anlaşılmaktadır. Bu reçete içerisinde kurtarılması arzu edilen toprakların kahir ekseriyetinin Müslüman oluşu aslında Osmanlı Devleti'nin elini güçlendiren bir durumdu. Yalnız mesele milliyetçilik akımının yakıcı gerçeklerine gelince Osmanlı Devleti'nin yapısı batılı devletler için avantaj olarak değerlendirilmiştir. Bu coğrafyada binlerce yıldır bir arada yaşayan toplumların birbirinden ayırıştırılması amacına matuf olmak üzere Kürtler de hedef haline gelmiştir. Bu noktada kimi Kürtlerin de buna kayıtsız kalmadığı anlaşılmaktadır.

Durumun nezaketine binaen gerçekleştirilen çalışmalar içerisinde Kürtler söz konusu olduğunda Binbaşı Noel (*PRO, FO 371/5068*), Soane (Soane, 1914, s.), Hay (Hay, 1921) ve Edmonds (Edmonds, 2010) Anadolu ve Irak bölgesinde ciddi çalışmalar yapmışlardır. Çalışmalarının temel hedefine İngiliz devlet menfaatlerini koyan bu kişiler için aslında Kürtler sadece kullanılacak bir araç hüviyetinde olmuştur. Bunlar içerisinde sadece Binbaşı Noel saplantı halinde bir Kürt devletinin kurulmasını amaç haline getirmiştir. Kendisinde bu nedenle yazışmalarda Kürt Lawrence olarak nitelenmiştir (*PRO, FO 371/4192; PRO, WO 32/5226*). Ancak buna rağmen hiç kuşkusuz ki Noel için bile Kürtler, Ortadoğu coğrafyasında İngiliz menfaatlerinin korunması için araçtan öte bir anlam taşımamıştı. Kendisinin Londra'ya yazmış olduğu raporların satır aralarında da bunu tespit etmek mümkündür (*PRO, FO 371/4192*).

Kürtler özelinde Fransa ve Rusya'nın politikası ise aslında edilgen bir konumdadır. Fransa'nın Sykes-Picot Anlaşması ile Musul bölgesini eline geçirme fırsatını Birinci Dünya Savaşı'nın seyri içerisinde İngilizlere kaptırması ile Kürtlerle münasebeti oldukça sınırlı kalmıştır. Rusya her ne kadar Minorsy başta olmak üzere kimi diplomatlarının sahadaki faaliyetlerine herhangi bir sınırlama getirmemişse de (Minosky, 2008, s. 11 ve 17) aktif şekilde sahada da yer almamıştır. Fransa'nın tutumu Anadolu topraklarında Ermenilerle Kürtlerin münasebetleri üzerine yoğunlaşmışken (Yıldız, 2005, s. 32), Suriye içerisinde kalan Kürtlerle ilgili de bir politika belirleme ihtiyacı hissetmemiştir (Lazarev, 1989, s. 133).

C. PARİS BARIŞ KONFERANSI VE KÜRTLER

Birinci Dünya Savaşı'nın İtilaf Devletleri tarafından kazanılmasının akabinde yapılacak olan barış anlaşmalarının hazırlıkları dünya kamuoyunu oldukça meşgul etmiştir. Dünya tarihinde o güne değin bu denli bir yıkımın olmadığı düşünüldüğünde aslında savaş sonunda gerçekleştirilecek olan barış anlaşmalarının de önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Söz konusu bu öneme binaen Paris'te pek

çok ülkenin temsilcileri Birinci Dünya Savaşı'nın getirdiği yıkım sonrasını inşa etmek için toplanmıştır. Buraya katılan devletlerin her biri farklı beklenti ve hesaplarla konferansta bulunmuştur (Devletlerin konferanstan beklentileri için bkz. Parmar, 2004, s. 25-27; Atlanta Constitution, 1921).

Paris Barış Konferansı 18 Ocak 1919-10 Ağustos 1920 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Hiç şüphesiz ki konferansa damgasını vuran devlet, güneş batmayan imparatorluk olarak nitelenen İngiltere olmuştur (Kırkpınar, 2004, s. 62). İngiltere'yi bu konferansta temsil eden kişilerden biri olan Winston Churchill, "barış için barış" söylemi ile emperyalist siyasetini perdelemeyi hedeflemiştir (Dockrill-Fisher, 2001, 77). Bu hedef aslında konferansta İngiltere'nin temsilcisi olarak katılan Başbakan Lloyd George tarafından da benimsenmiştir (Dakland Tribune, 27 Haziran 1919, s. 3; Manitoba Free Press, 7 Haziran 1919, s. 22).

Birinci Dünya Savaşının galip ve mağlup olanların temsilcilerinin katıldığı konferansın devam ettiği süreçte etkili olan dört önemli devlet başkanı vardı. Bunlar: ABD Başkanı Wilson, İngiltere Başbakanı Lloyd George, Fransa Başbakanı Clemenceau ve İtalya Başbakanı Orlando'ydu (Callahan, 1920, s. 94). Konferansın sonuçlarına bakıldığında ise ABD Başkanı Wilson'ın istediklerini alamadığı anlaşılmaktadır (Lansing, 1921, s. 77-103; Herron, 1921, s. ix; One Who Knows Them, 1921, s. 3-4). Bu durumun temel nedeni İngiltere'nin nasıl bir dünya tasavvuru sorusuna ustalıkla ve sinsice emellerini gizlemek suretiyle kendisinin cevap vermesinde gizlidir.

Barış konferansında Kürtlerin varlığı ile ilgili bilgiler çelişkilidir. Çelişki Şerif Paşa'nın şahsının ötesinde Kürtlerin olaylara bakışında gizlidir. Başta Anadolu'da yaşayan Kürtler olmak üzere Irak ve Suriye'de yaşayan Kürtlerin de bu konferansta bir temsilcisinin olmadığını çeşitli tarihlerde kamuoyuyla paylaştıkları anlaşılmaktadır. Anadolu ekseninde meselesinin değerlendirilmesi halinde Kürtlerin temsilci olarak konferansa herhangi bir katılımcı göndermedikleri hatta 23 Nisan 1920 tarihinde açılmış olan TBMM'nin içeriş^dulunan Kürtlerin kendilerinin temsilcisi olduklarını defaten Paris'e bildirdikleri anlaşılmaktadır. Bu bildirimde özellikle Erzurum, Bitlis ve Diyarbakır illerinde mukim Kürt liderlerin öncü oldukları anlaşılmaktadır (BOA, 107/ 104; BOA, 659/106)

İngilizler açısından meselenin irdelenmesi halinde ise İngilizlerin Şerif Paşa haricinde Süreyya Bedirhan , Abrürrezzak Bedirhan, Abdülkadir, Mahmud İbn Hafid, Milli Aşireti lideri Mahmud Bey'in temsilci olarak Paris'te yer alabileceğini düşündükleri anlaşılmaktadır. Düşünülen bu kişilerin durumları ile ilgili Driver 1919'da kaleme almış olduğu çalışmasında³ Süreyya Bedirhan'ın; uzun yıllardır Kürtlerden uzakta olması ve gazeteci kimliğinden dolayı, Abdülkadir ve Abdürrezzak Bedirhan'ın yine Süreyya Bedirhan gibi hem Kürtlerden uzakta hem de İstanbul'da yaşamalarından dolayı, Milli Aşireti lideri Mahmud Bey'in ise nüfuzunun olmamasından dolayı Paris'te temsilci olmalarının mümkün olmadığını kaydetmiştir. Driver'a göre İngiliz menfaatlerinin sağlanması adına yapılan seçimde en iyi tercih, aldığı eğitimden kaynaklı olarak Şerif Paşa olmuştur (Driver, 1919, s. 101). Konferansla ilgili en ilginç bilgi Bulloch ve Morris'ten gelmiştir. Onlara göre Seyit Abdülkadir sadece İngilizlerle değil,

³ Driver'ın kaleme almış olduğu çalışma dünyada üç nüsha halinde bulunmaktadır. Bunlar The National Archives, Oxford Bodleian Library ve SOAS Library'de mevcuttur. 2012'de SOAS'da yapılan araştırmalarda nüshanın kaybolduğu ortaya çıktığı için çalışmanın iki nüsha kaldığı anlaşılmaktadır. Driver'ın bu çalışması Kürtlerin etnik yapısı, yaşadıkları coğrafya, kültürleri ve aşiret yapılanmalarının ele alındığı 116 sayfadan müteşekkil bir eserdir.

Amerikalılarla da temas halinde olduğu için İngilizler tarafından tercih edilmemiştir (Bulloch-Morris, 1992, s. 87).

Paris Barış Konferansı'na Irak'ta yaşayan Kürtlerin durumları ile görüşmelerde fikir beyan edecek olan sahada yer alan İngiliz politika yürütücülerinden Arnold Talbot Wilson ve Gertrude Bell, Hindistan'dan ise Montagu katılmıştır (Sluglett, 2007, s. 28). Devlet başkanları düzeyinde gerçekleştirilen oturumlarda ABD Başkanı, İngiltere Başbakanı, Fransa Başbakanı ve İtalya Başbakanı aralarındaki güç dengesini kendi ülke konumlarıyla paylaşmışlardır. Bu konumda ele alınan ülkelerin sınırlarının değişimlerinde ise dil, ırk, din, gelişmişlik oranları, coğrafi özellikler belirleyici olmuştur (Haskins ve Lord, 1920, s. 10; Dillon, 1919, s. 3).

Konferansın Kürtlerle ilgili karar süreçlerinde Türklerden ayrılmak istemediklerini telgraflarla bildiren Kürt aşiret liderleri olduğu gibi bunun tam tersini konferansa bildirenler de olmuştur. Bunlar içerisinde yer alan Hakkari'de yaşayan Ertuşi aşiretinin liderleri, Van'da yaşayan bazı Kürt aşiret liderleri ile birlikte konferansa, Halifeliğin liderliği altında ayrı bir Kürt devletinin kurulmasını istediklerini beyan eden bir telgraf da göndermişlerdir (Yalçın-Heckmann, 1991, s. 69).

Kürtlerin yaşadığı yerlerin özelliklerini dikkate alan Bell ve Wilson bu özel durumdan dolayı özellikle Musul-Kerkük-Erbil bölgesinin petrol kaynaklarını göz önüne almak suretiyle bir politikanın belirlenmesinin doğru olacağını ifade etmişlerdir (Miller, 1924, s. 261). Wilson'a göre Şerif Paşa Kürtlerin gerçek durumundan bî-haber olduğu için zaten temsilci olarak kendisini ilan etmesi de abesle iştigaldi (Baytok, 1970, s. 109). Yine Wilson'a göre Şerif Paşa her ne kadar konferans çalışmaları esnasında Kürtlerin haklarını savunur görünse de tam bir Türk hayranıydı (Lazarev, 1989, s. 174).

Sahada politika yürütücüler olarak görev yapan bu iki ismin bu önermesi konferansa katılan Osmanlı Devleti'nin Stockholm eski Büyükelçisi Şerif Paşa tarafından da dikkatle takip edilmişse de paşa, bunlardan tamamen farklı bir çizgide olmak üzere kendisini Kürtlerin temsilcisi olarak nitelemiş (Bulut, 1997, s. 55; Şerif Paşa'nın konferansa davet edilip edilmediği konusunda akademisyenler arasında görüş ayrılığı bulunmaktadır. Heper'e göre paşa, konferansa resmen davet edilmiştir. Heper, 2010, s. 89) ve Ermeni delegasyonu başkanı Bogos Nubar Paşa ile pazarlığa girişmiştir. Aslında söz konusu yapılan görüşmeler/pazarlıklar İngiliz menfaatlerinin bölgede tesisine yönelik atılmış olan adımların birer merhalesi olmak üzere İngiliz politika kurucular tarafından değerlendirilmiştir (San Antonio Express, 2 Ocak 1923, s. 8; Ulubelen, 1982, s. 257).

Şerif Paşa'nın barış görüşmeleri devam ederken konferansa 22 Mart 1919 ve 1 Mart 1920 tarihlerini taşıyan ve Kürtlerin taleplerini içerdiğini iddia ettiği memorandumlar sunduğu anlaşılmaktadır (The Times, 10 Mart 1920, s. 12). Bu iki memorandumun ortasında (20 Kasım 1919) İngilizlerin arabuluculuğu ile bir de Bogos Nubar Paşa ile birlikte ortak deklarasyona imza atılmıştır. Deklarasyonun özünü Kürt ve Ermenilerin geleceğinin büyük devletlerin takdirine bırakılması oluşturmuştur (Kaymaz, 2003, s. 135).

1. Şerif Paşa'nın Sunduğu Memorandum

Şimşir'in çalışmasında yer vermiş olduğu deklarasyonun tercümesi şu şekildedir:

"Aşırı ölçüde emperyalist Ermeni talepleri bugün resmen açıklandığına göre, Kürt ulusunun meşru haklarını daha net biçimde Barış Konferansına sunabiliyorum. Türkiye Kürdistanı'nın etnografik sınırları, Kuzeyde Kafkas sınırında Ziven'den başlar ve Batı yönünde Erzurum, Erzincan, Kemah, Arapkir, Behismi, Divriği'ye;

güneyde Harran, Sincar tepeleri, Telafer, Erbil, Kerkük, Süleymaniye, Akk-el-man, Sinna'y; doğuda da Revanduz, Başkale, Vezir Kale'ye yani İran sınırına uzanır.

Kürtler, çeşitli adlarla tarihin en eski devirlerinden beri, Kürt adıyla da 13. yüzyıldan beri bu toprakları işgal etmektedirler. Kürdistan, Sultan Selim'e gönüllü olarak tabi olmadan önce, 46 bağımsız beylikten oluşuyordu. (...)

Şu itirazda bulunmamıza müsaade buyrulsun ki, Kürtlerin çoğunlukta olduğu merkezler, yaratılmak üzere olan Ermenistan'a katılmak istenmektedir; ama özgürlüklerine düşkün olan savaştı Kürt nüfus çoğunluğu yüzünden, yarınki Ermenistan'da sürekli karışıklıkların hüküm süreceğinden ve orada Müttefikler bir askeri güç bulundursa bile bu gücün de gerilla savaşıyla karşı karşıya kalacağından kimsenin kuşkusu olmasın.

Ermeniler, büyük Ermenistan taleplerini İsa'dan önce 50 yılında Tigran zamanında burada bir Ermenistan Krallığı bulunduğu iddiasına dayandırmakta; fakat bu toprakların aslında Roma İmparatorluğu'na ait olduğunu ve daha Tigran'ın sağlığında Pompei tarafından zapt edilmiş bulunduğunu söylemeyi kasten unutmaktadırlar.

Bu bakımdan, büyük Ermenistan'ın, Ermeni soyunun etnik beşiği olduğu ileri sürülemez. Ermeniler ve onların destekçileri, taleplerini haklı göstermek için Kürdistan'da birkaç bin Ermeni'nin yaşamasını da bir dayanak olarak kullanmak istemektedirler. Bu iddiaya cevap olarak sadece Nuttals Ansiklopedisi'nin tanıklığına başvurmakla yetineceğiz. Nuttals diyor ki: "Ermeniler çok eski zamanlardan beri komşu ülkelere göç ederler. Yahudiler gibi Ermeniler de sadece ticaretle uğraşırlar ve çoğu bankacıdır. Ticari içgüdülerine uyan Ermenilerin, Kürtleri sömürmek için kendi istekleriyle Kürdistan'a göç etmiş olduklarını Kürtler de hiç inkar etmezler." Yine aynı ticari içgüdüyle Ermeniler daima şehirlerde oturmayı tercihle, tarımla uğraşmayı ise hemen hemen tamamen ihmal etmişlerdir.

Avrupa Büyük Devletlerinin ve Türkiye'nin en son resmi kaynaklarını bu azınlık konusunda birer delil olarak gösterebiliriz. Berlin Anlaşması'nın ardından, İngiliz Generali Baker Paşa, Osmanlı Şura-yı Devlet Reisi Said Paşa ve Ermeni ileri gelenlerinden Minas Efendi'den oluşan bir heyet nüfus sayımı yapmak üzere Kürdistan'a gönderilmişti.

Örnek olarak Diyarbakır vilayetinde toplam nüfusunun 840.000 olduğu, bu nüfus içerisinde Müslümanların 600.000, Ermenilerle Musevilerin ise 240.000 olduğu tespit edilmişti. (...)

Ermeni sorunuyla ilgili olarak 3 Kasım 1896 günü Fransa Millet Meclisi'nde yapılan bir görüşmede, Fransa Dışişleri Bakanı şu beyanda bulunmuştur: "Bizim elimizdeki istatistiklere göre, şu sırada söz konusu olan Türk vilayetlerinde, Ermeni nüfusun genel nüfusa oranı %13'tür. (Türkiye'nin) Asya vilayetlerinde Ermeni nüfusun dağılımı bazı yerlerde biraz yoğun, bazı yerlerde ise seyrek. Tek kelimeyle, bu vilayetlerde bu bahtsız halkın gerçekten çoğunlukta olduğu ve bir çeşit özerklik isteyebileceği bir tek yer yoktu."

Wilson prensipleri gereğince Kürtlerin, tam özgür ve bağımsız bir Kürt Devleti kurmaya hakları vardır. Mr. Wilson'ın 14 maddesi Osmanlı Hükümeti tarafından tümüyle kabul edilmiş olduğuna göre, Kürtler, adetlerini ve geleneklerini koruyarak yüzyıllar boyunca egemenliği altında yaşamış oldukları imparatorluğa asla sadakatsizlik etmeksizin, bağımsızlık istemeyi hak ettiklerine inanmaktadırlar.

Yukarıdaki açıklamalardan ortaya çıkan taleplerimizi şöyle özetleyebiliriz:

Kürdistan üzerindeki Ermeni iddialarını şiddetle protesto ediyoruz ve ekli haritada sınırları çizilmiş olan toprakların Kürtlerin elinde kalması gerektiğine inanıyoruz. Kürtlerin ulusal zenginliği hemen hemen tamamen

hayvancılığa dayandığından ve hayvancılığın da iklim nedeniyle yazlık ve kışlık otlaklara ihtiyacı olduğundan, Kürt halkının sefaletle düşmemesi için bu otlakların Kürdistan sınırları dışında kalmaması için ısrar ediyoruz.

Hakkımız olan bağımsızlığı talep ediyoruz; çünkü bağımsızlık bize ilerleme ve uygarlık yolunu açacak, ülkemizin zenginliklerini değerlendirmemizi ve komşularımızla barış içinde yaşamamızı sağlayacaktır. Ayrıca, milliyetler ilkesine göre, Kürt nüfus çoğunluğunun bulunduğu bütün toprakları kapsayacak şekilde Kürdistan'ın sınırlarını çizmek üzere uluslararası bir komisyon görevlendirmesini Barış Konferansı'ndan rica ediyoruz. Kürdistan'a bırakılacak topraklar içinde başka azınlıklar kalırsa onlara, tabii ki, ulusal geleneklerine uygun olarak özel statüler verilecektir. İmkân verilirse yenileşmeye kararlı çok eski bir halkın hayatını ve geleceğini, adil davranacağını umduğumuz Kongreye havale ediyoruz" (Şimşir, 2007, s. 304-306).

Paris, 22 Mart 1919

Şerif Paşa, Barış Konferansında Kürt Heyeti Başkanı

Memorandumun akabinde İngilizlere her türlü göreve hazır olduğunu beyan eden Şerif Paşa, kurulacak olan bir Kürt devletinin modern devlet anlayışından uzak olacağını beyan ile buraya tayin edilecek İngilizler marifetiyle her şeyin zamanla yoluna gireceğini öngörmüştür (Kurubaş, 1998, s. 78). Paşanın bu memorandumu ve görüşmelerini gerçekleştirdiği sıralarda Süleymaniye Valisi Şeyh Mahmud da konferansa katılmak üzere bazı delegelerini yola çıkartmışsa da İngilizler bu delegelerin Paris'e gelmelerini engellemiştir (Hilmi, 2010, s. 21). İngilizlerin bu engellemelerinde Şerif Paşa'nın istenen her şeyi adeta harfiyen yerine getirmesi esas amil olmuştur. Bu durumu besleyen en önemli husus Birinci Dünya Savaşı öncesinde Ermenilerle Kürtlerin bölgede çok kötü anılara sahip olmasına rağmen konferansta paşanın bunu hiç dillendirmemesi ve her şeyin yolunda olduğu izlenimini vermesi olmuştur (Entessar, 1992, s. 83; Elphinston, Haziran 1946, s. 96; McDowall, 1991, s. 11).

2. Ortak Deklarasyon ve Buna Tepkiler

Şerif Paşa'nın yukardaki deklarasyonu sonrasında İngilizlerin araya girmeleri ve bir uzlaşma ihtiyacını gündeme getirmeleri ile birlikte Şerif Paşa ile Bogos Nubar Paşa çeşitli zaman dilimlerinde görüşmek suretiyle ortak bir deklarasyona imza atmışlardır. Yine Şimşir'in aktarmış olduğu bilgilere göre ortak bildiri şu şekildedir:

"Ermeni ve Kürt uluslarının yetkili delegeleri olan bizler, yüksek ırka mensup, çıkarları ortak ve resmi-gayri resmi hükümetleri kendilerine bunca zulüm etmiş bulunan Türklerin boyunduruğundan tamamen kurtularak ve bağımsızlıklarından başka bir gaye ve maksat talep etmeyen iki milletin emellerini Barış Anlaşması'na sunmakla onur duyarız.

Ulusların kendi kaderlerini kendilerinin tayin etmeleri konusundaki ilkeye dayanarak büyük devletlerden birisinin koruması altında bağımsız bir Ermenistan ve bir Kürt devletinin kurulmasını ve bütün büyük devletlerin uluslarımızın emel ve arzularını kabul ederek, aydınlanma ve gelişmede bize teknik yardım yapmalarını Barış Konferansı'ndan istemek konusunda fikir birliğine vardık.

Toprakların paylaşılması sorununa gelince, daha önce sunduğumuz muhtıralarla belirttiğimiz sınırların çizilmesi sorununu da Barış Konferansı'nın iyi niyet ve adalet duygularına bırakırız (Şimşir 2007, s. 307)".

Yayınlanan bu ortak deklarasyona en fazla tepki Anadolu'da yaşayan Kürtlerden gelmiştir. Ermenilerle Kürtlerin ortak bir mazisi olduğu, çıkarlarının ortak olduğu ve Türklerin zalim bir idareye

sahip olduğu tezinin tarihi hakikatlerden uzak olduğunu beyan eden Kürt ileri gelenleri, Türklerle oluşan binlerce yılın getirdiği kardeşlik hukukuna atıf yapmışlardır (BOA, DH.EUM.AYŞ, 33/74; BOA, DH. ŞFR. 107/104; ATASE, ATA-ZB, 11/32; ATASE, ATA-ZB, 11/33; Heper, 2007, s. 55; Mumcu, 1991, s. 14). Yapılan bu atıflara bir örnek olması açısından aşağıdaki bildiri hayli önemlidir:

“Gazetelerden öğrendiğimize göre, şu anda Paris’te oturan ve Kürt olduğunu iddia eden Şerif Paşa, Türkiye’deki entrikalarında başarılı olamadığı için, Bogos Nubar ile birlikte, gerçekte kişisel çıkarları için çalışmasına rağmen, güya bağımsız Kürdistan için Barış Konferansı’na başvurmuştur. Bu nedenle Barış Konferansı’na bildiririz ki Kürtler, soy ve din olarak Türklerle aynı ülke içerisinde birleştikleri yasal kardeşlerdir. Osmanlı Hükümeti’nden başka hiç kimsenin Kürtler adına konuşmaya hakkı yoktur ve hiç kimse onlara canlılık veren duyguların yorumcusu olamaz. Osmanlı tarihi içinde Kürtler hakkında hiçbir ayırım yapılmamıştır ve bütün savaşlarda Kürtler, Türklerle birlikte ön saflarda kanlarını akıtmışlardır. Acaba Rus orduları ülkemizden çekildikten sonra, Ermeniler tarafından katledilen Müslüman halkın % 80’inin Kürt olduğunu bugün Bogos Nubar’la uzlaşan Şerif Paşa bilmiyor mu? Öyleyse Ermenilerle işbirliği yapma çabaları sonuçsuz kalacaktır. İmparatorluk topraklarından bir kısmını ayırıp Kürtlere vermek, gelecekte Ermenilere yeni bir ülke hazırlamak demektir.

Barış Konferansı’nın dikkatine sunarız ki, bizi Osmanlı İmparatorluğu’ndan ayırmak için varlığımızdan hiçbir şey bırakmaksızın yok etmeleri gerektiğini kendilerine bildiririz. Balaban Aşiret Reisi Paşa Bey, Başuranlı Aşiret Reisi Yusuf, Bal Aşiret Reisi Eyüp, Medanlı Aşiret Reisi Çiçek, Görçeli Aşiret Reisi Yusuf, Abbas Aşiret Reisi Seyid Ali, Rol Aşiret Reisi Hasan, Şadi Aşiret Reisi Yusuf, Zışanlı Aşiret Reisi Muhsin (Şimşir, 2007, s. 310).

Ortak deklarasyona karşı Anadolu Kürtlerinin haricinde bir de Süreyya Bedirhan’ın tepki gösterdiği kayıtlarda mevcuttur ki bu bilgi hayli ilginçtir. Konunun ilginçliği Süreyya Bedirhan’ın yapmış olduğu faaliyetlerin hemen hemen tamamında geri planda İngilizlerin olması hususudur (PRO, FO 371/3657, 17 Ocak 1919). Yine konferansın devam ettiği sıralarda Kürtlerle ilgili bildirimler yayınlamayı sürdüren Kürt İstiklal Komitesi’nin başkanı olan Süreyya Bedirhan’ın 1920 yılının başlarında konferansa ve Fransız hükümet yetkililerine yazdığı mektuplarında Barış Konferansı’nın Mustafa Kemal’in propagandasının etkisi altında kaldığını iddia etmesi de hayli ilginçtir.

Oluşan bu tepkilere daha fazla dayanamayan Şerif Paşa’nın konferans devam ederken Kürt temsilciliğinden ayrıldığını açıklaması önemli bir durumdur. Konunun önemi zaten tartışmalı olan konumundan Paşa’nın daha ileriye gitmeyi göze alamaması hususu yatmaktadır. Bir de tabiki Anadolu’da yaşayan Kürtlerin bu temsili hiçbir zaman kabul etmeyerek TBMM’nin açılışı ile birlikte temsilcilerinin Ankara’da olduğunu açıklamaları olmuştur.

Sonuç

Tarihte Türkler, Kürtler ve diğer toplumlar arasında gerçekleşen münasebetler Osmanlı Devleti’nin yıkılış sürecinde çok farklı evrimler geçirmiştir. Mazisi oldukça eski dönemlere dayalı din ve kültür birlikteliğinin ötesinde aynı coğrafyayı paylaşıyor olmanın getirmiş olduğu sorumluluklar Türklerle ve Kürtlere bir arada yaşamayı öğretmiştir. Sultan II. Abdülhamid dönemindeki faaliyetler de bunun tarihi bir örneği olmuştur.

Sultan II. Abdülhamid’in Rus yayılmasının önüne geçmek, İngilizlerin entrikacı pozisyonlarına mani olmak, Doğu Anadolu’da bir Ermeni devletinin kurulmasına engel olmak, merkezî otoriteyi burada

tesis etmek saiklerine matuf olmak üzere kurdurduğu Hamidiye Alayları kendi döneminde kuruluş amaçlarının çoğunu yerine getirmiştir.

Sultan II. Abdülhamid'in tahttan inmesi ile birlikte başlayan süreçte İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin uyguladığı politikalar kimi zaman Doğuda rahatsızlığa neden olsa da ciddi bir tepki ile karşılaşmamıştır. Aslında Cemiyet yönetiminin ilk yıllarında uyguladığı özgürlük ortamından beslenen Kürtler, pek çok cemiyet ve kulüp kurmuşlardır. Kurulan bu teşkilatların kimileri Kürt bağımsızlığını temel alan faaliyetler yürütmüştür. Birinci Dünya Savaşı'nın başlaması ile birlikte ise bambaşka bir süreç işlemiştir.

Osmanlı devlet ricalinin pek çok cephede imparatorluğu ayakta tutabilmek için gerçekleştirdikleri çalışmalar ne yazık ki başarıya ulaşmamış ve imparatorluk bu savaşın akabinde pek çok toprağını kaybetmiştir. Kaybedilen bu toprakların çoğu Arapların çoğunlukta olduğu yerler olmuştur. Doğu Anadolu ise Birinci Dünya Savaşı yıllarında bir iki yer istisna olmak üzere işgale uğramamıştır. Ancak savaşın hitamı ile birlikte bazı Kürtler tarafından çeşitli kulüpler kurulmak suretiyle batılı devletlerle irtibat kurulmak istenmiştir.

Savaşın galibi ve mağlubu olan devletlerin bir araya gelmek suretiyle toplandığı Paris Barış Görüşmeleri işte böyle bir ortamda çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Bu konferansta ABD, İngiltere, Fransa ve İtalya devletlerinin temsilcileri bütün konferans boyunca en etkili devletler olarak tarihe geçse de masanın başında en büyük kazanan İngiltere olmuştur.

İngiltere'nin sahada yer alan politika yürütücülerinden olan Arnold Talbot Wilson ve Gertrude Bell görüşmelerin en hararetli olduğu dönemlerde sahadaki tecrübelerini konferansa aktarmışlardır. Konferansın Kürtlerle ilgili olan kısımlarında en fazla söz alan isim İngiltere'nin ilk Bağdat Sivil Yöneticisi olan Arnold Talbot Wilson olmuştur. Ona göre Kürtlerin pozisyonları petrol alanlarının durumuna bağlı olarak şekillendirilmeliydi.

Konferansta bir Kürt temsilcinin var olup olmadığı konusu bazı kaynaklarda tartışılırsa da Osmanlı Devleti'nin Stockholm eski büyükelçisi olan Şerif Paşa, sunmuş olduğu memoralarda kendisini Kürtlerin temsilcisi olarak nitelemiştir. Şerif Paşa, Paris'te İtilaf devletleri nezdinde girişimlerde bulunmak suretiyle 22 Mart 1919 ve 1 Mart 1920 tarihlerini taşıyan kimi taleplerde bulunmuştur. Şerif Paşa'nın her iki memoralının özünü Kürtler için bağımsız bir devletin kurulması arzusu oluşturmuştur.

Şerif Paşa, 22 Mart 1919'da yayınladığı memoralında Ermenileri ötekileştirici bir dil kullanmayı benimserken, İngilizlerin devreye girmesi ile Bogos Nubar Paşayla görüşmelere başlamış ve nihayetinde bu dil yerini Ermenileri kucaklayıcı bir dile bırakmıştır. Ermenilerin temsilcisi olarak Bogos Nubar Paşa, Kürtlerin temsilcisi olduğu iddiası ile Şerif Paşa Doğu Anadolu'da kurulması istenen Kürt ve Ermeni devletlerinin sınırlarını İtilaf devletlerinin takdirine bıraktıklarını açıklamışlardır.

Açıklanan söz konusu bu ortak deklarasyona en fazla tepki Anadolu'da yaşayan Kürtlerin liderlerinden gelmiştir. Erzurum, Erzincan, Van başta olmak üzere Doğu Anadolu'da yaşayan pek çok Kürt aşiretinin lideri hem İstanbul'a hem de Paris'e çekmiş oldukları telgraflarda Şerif Paşa'nın temsilini kabul etmedikleri gibi; açıklanan deklarasyonu da tanımadıklarını beyan etmişlerdir. Yaşanan bu hadiseler sonrasında Şerif Paşa iddiasından vazgeçtiğini açıklamak suretiyle konferansı terk etmek zorunda kalmıştır.

Paris'te Süleymaniye valisi Şeyh Mahmud'un temsilcilerinin katılması süreci ise başlı başına ayrı bir makalenin konusunu teşkil edecek derecede İngiliz politikasını açıklayıcı verileri içerisinde barındırmaktadır. Önce temsilcilerin yola çıkarılması, akabinde bundan vazgeçilmesi gibi süreçleri Türklerin hareketleri ile birlikte değerlendirmek isabetli olacaktır. Bu cümleden olmak üzere İngilizler için Kürtler elde var bir olarak değerlendirilmiştir.



KAYNAKÇA

- Açıkses, E. (2000), Osmanlı Devleti'ni parçalamak amacıyla batılı devletlerin Doğu ve Güneydoğu Anadolu siyaseti ve bölgedeki faaliyetleri, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 209-222.
- Arfa, H. (1966), The Kurds: An historical and political study, Oxford Üniversitesi.
- Atacan, F. (Temmuz 2001), A Kurdish Islamist group in modern Turkey: shifting identities, Middle Eastern Studies, 37/3, 111-144.
- ATASE, ATA-ZB, 11/32, 24 Şubat 1336 (24 Şubat 1920).
- ATASE, ATA-ZB, 11/33, 26 Şubat 1336 (26 Şubat 1920).
- Atlanta Constitution (18 Haziran 1921), Re build the lost cities of the Chaldeans.
- Aydın, M. (2001), İkinci Abdülhamit Han'ın liderlik sırları, Okumuş Adam.
- Aytepe, O. (Haziran 1998), Yeni belgelerin ışığında Kürdistan Teali Cemiyeti, Tarih ve Toplum, 29/174, 325-336.
- Aytepe, O. (Mayıs 1998), Kürt İstiklâl Komitesi, Tarih ve Toplum, S. 173, 292-305.
- BOA, DH. ŞFR., 107/104, H. 29 Cemaziye'l-ahir 1338 (20 Mart 1920).
- BOA, DH. ŞFR., 107/104, H. 29 Cemaziye'l-evvel 1338 (M. 19 Şubat 1920).
- BOA, DH. ŞFR., 659/106, R. 24 Nisan 1336 (24 Nisan 1920).
- BOA, DH.EUM.AYŞ, 33/74, H. 10 Cemaziye'l-ahir 1338 (1 Mart 1920).
- Bruinessen, M. (2004), Ağa, şeyh ve devlet, (Çev. B. Yalkut), İletişim.
- Bruinessen, M. V. (2013), Kürdistan üzerine yazılar, (Çev. Nevzat Kırış ve diğeri), Sekizinci Baskı, İletişim.
- Bulloch, J. ve Morris, H. (1992), No friends but the mountains: The tragic history of the Kurds, Penguin Books.
- Bulut, S. (1997), Paris konferansında Şerif Paşa'nın faaliyetleri ve Doğu Anadolu ahalisinin durumu, [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Buran, A. (Yaz 2011), Kürtler ve Kürt Dili, Turkish Studies, , 6/3, 43-57.
- Callahan, E. (1920), Glimses of the peace conference, Catholic Messenger.
- Chaliand, G. (1993), A people without a country the Kurds and Kurdistan, Zed Book Ltd.
- Ciment, J. (1996), The Kurds: state and minority in Turkey, Iraq and Iran, Facts on file.
- Çamsoy, Z. (2007), Milli Mücadele Dönemi'nde Kürdistan Teali Cemiyeti (1918-1927), [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarih Enstitüsü.

- Çay, A. M. (2010), Her yönüyle Kürt dosyası, Genişletilmiş Sekizinci Baskı, İlgi Kültür Sanat.
- Dakland Tribune (Friday Evening) (27 Haziran 1919), Allies reject Turk plea to keep territory, 3.
- Dillon, E. J. (1919), The peace conference, Hutchinson Co.
- Dockrill, M. ve Fisher, J. (2001), The Paris Peace Conference 1919: peace without victory, Palgrave.
- Driver, G. R. (1919), A report on Kurdistan and Kurds, Royal Anthropolopological Institute.
- Edmonds, C. J. (1958), The place of the Kurds in the middle eastern scene, Journal of The Royal Central Asian Society, 45/2, 141-153.
- Edmonds, C. J. (2010), East and west of Zagros, travel: war and politics in Persia and Iraq 1913–1921, Brill.
- Elphinston, W. G. (Haziran 1946), The Kurdish question, International Affairs, 22/1, 91-103.
- Entessar, N. (1992), Kurdish ethnonationalism, Lynne Rienner.
- Göktas, H. (1992), Kürtler, isyan-tenkil, Alan.
- Göldaş, İ. (1992), Kürdistan Teali Cemiyeti, Doz.
- Gunter, M. M. (2004), Historical dictionary of the Kurds, The Scarecrow.
- Gunter, M. M. (İlkbahar 2004), The Kurdish question in perspective, World Affairs, 166/4, 197-205.
- Hansen, H. H. (1961), The Kurdish woman's life, Andeisbogtrykkeriet.
- Haskins, C. H. ve Howard, R. L. (1920), Some problems of the peace conference, Harvard Üniversitesi.
- Hay, W. R. (1921), Two years in Kurdistan, Sidgwick and Jackson Ltd.
- Heper, M. (2007), The state and Kurds in Turkey: the question of assimilation, Palgrave Macmillan.
- Heper, M. (2010), Devlet ve Kürtler, Üçüncü Baskı, Doğan Kitap.
- Herron, G. D. (1921), The defeat in the victory, Cecil Palmer .
- Hilmi, R. (2010), Anılar, tanığının dilinden Şeyh Mahmud Berzenci hareketi, Peri.
- Jawad, S. (1981), Iraq and Kurdish question 1958-1970, Ithaca.
- Kartın, C. (Haziran 2013), Batılı seyyahların gözüyle doğu, Türk Yurdu, 33/310, 214-226.
- Kaymaz, İ. Ş. (2003), Musul sorunu: petrol ve Kürt sorunlarıyla bağlantılı tarihsel-siyasal bir inceleme, Otopsi.
- Kemal, A. (1992), Birinci Dünya Savaşı yıllarında Kürdistan, Berhem.
- Kılıç, O. (1997), 18. yüzyılın ilk yarısında Osmanlı Devleti'nin idari taksimatı –eyalet ve sancak tevcihatı, Ceren Matbaacılık.
- Kılıç, O. (2018), Klasik dönem Osmanlı idari sisteminde farklı bir unsur: Kürdistan vilayeti/eyaleti, Ciepö 22 Uluslararası Osmanlı Öncesi ve Osmanlı Çalışmaları Komitesi II, [Ed: K. İnan, M. Tosun ve D. Çolak], 547-564.
- Kırkpınar, K. (2004), Ulusal Kurtuluş Savaşı dönemi İngiltere ve Türkiye (1919-1922), Phonix.
- Klein, J. (2011), The margins of empire: Kurdish militias in the Ottoman tribal zone, Stanford Üniversitesi.
- Kodaman, B. (1987), Sultan II. Abdülhamit devri Doğu Anadolu politikası, TKAE.
- Kodaman, B. (Mayıs 2010), II. Abdülhamit ve Kürtler-Ermeniler, SDÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 21, 131-138.

- Kurubaş, E. (1998), Sevr sürecinde yapılan uluslararası toplantılarda Kürt sorunu ve İngiltere'nin politikası, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3, 185-208.
- Kutlay, N. (1992), İttihat Terakki ve Kürtler, Beybun.
- Küçük, C. (1988), Abdülhamit II, İslam Ansiklopedisi, C. 1, Türkiye Diyanet İşleri Başkanlığı, 216-224.
- Lansing, R. (1921), The big four: and others of the peace conference, HoughTon Mifflin Company.
- Lazarev, M. S. (1989), Emperyalizm ve Kürt sorunu (1917-1923), [Çev. M. Demir], Özge.
- Lynch, H. F. B. (1901), Armenia, travels and studies, Longmans, Green And Co.
- Manitoba Free Press (Morning Edition) (7 Haziran 1919), 22.
- Mcdowall, D. (1991), The Kurds: an historical perspective, Asian Affairs, 22/3, 293-302.
- Minorsky, V. ve Bois, T. (2008), Kürt milliyetçiliği, [Çev. E. Karahan, H. Akkuş ve N. Uğurlu], Örgün.
- Michael A. R. (İlkbahar 2011), Abdürrezzak Bedirhan: Ottoman Kurd and russophile in the twilight of empire, Explorations in Russian and Eurasian History, 12/2, 411-450.
- Miller, D. H. (1924), My diary: at the conference of Paris with documents, Appeal Printing.
- Mumcu, U. (1991), Kürt-İslam ayaklanması 1919-1925, İkinci Baskı, Tekin.
- Nebez, J. (2004), The Kurds: history and culture, Western Kurdistan Association.
- O'shea, M. T. (2004), Trapped between the map and reality: geography and perceptions of Kurdistan, Routledge.
- Olson, R. (1998), The Kurdish question and Turkish-Iran relations: from World War I to 1998, Mazda.
- One Who Knows Them (1921), Makers of the new world, Cassel And Company Ltd.
- Öke, M. K. (1992), Musul ve Kürdistan sorunu 1918-1926, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü.
- Özer, A. (1990), Doğu Anadolu'da aşiret düzeni, Boyut.
- Özyürek, E. (2010), 20. yüzyılın ilk çeyreğinde İngiltere'nin Irak politikası, [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parmar, I. (2004), Think tanks and power in foreign policy: A comparative study of the role and influence of the council on foreign relations and the royal institute of international affairs 1939-1945, Palgrave Macmillan.
- PRO, FO 195/1211.
- PRO, FO 195/1617.
- PRO, FO 195/1804.
- PRO, FO 195/2125.
- PRO, FO 195/2147.
- | 246 | PRO, FO 371/3657, Copy of telegram from Gureya Bedir Khan (Cairo), 17 Ocak 1919, 101.
- PRO, FO 371/4192, Diary of major E. Noel on special duty, 25 Temmuz 1919, 107502, 9.
- PRO, FO 371/4192, H. M. G.'s policy in Kurdistan, 21 Temmuz 1919, 112773.
- PRO, FO 371/5068, Diary of major E.W.Noel, c. i. e., d.s.o., on special duty on Kurdistan from june 14th, to september 21st, 1919, Superintendent Government Press, 1919, 75-141.
- PRO, FO 78/1017.

- PRO, FO 78/1306.
- PRO, FO 78/1607.
- PRO, FO 78/2050.
- PRO, FO 78/2104.
- PRO, FO 78/5284.
- PRO, WO 32/5226, From British high commission, Constantinople, 21 Temmuz 1919, 83267.
- San Antonio Express (2 Ocak 1923), Ethnic wheels within wheels, 8.
- Sekban, Ş. M. (1979), Kürt meselesi, Kon.
- Sluglett, P. (2007), Britain in Iraq, contriving king and country, I. B. Tauris.
- Soane, E. B. (1914), To Mesopotamia and Kurdistan in disguise, Small Maynard and Company.
- Sonyel, S. (1973), Türk Kurtuluş Savaşı ve dış politika I Mondros bırakışmasından Büyük Millet Meclisi'nin açılışına kadar, Türk Tarih Kurumu.
- Sönmezoğlu, F. (1985), Milli Mücadele ve dış dünya, Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi, C. 5, İletişim, 1184-1192.
- Stansfield, G. R. V. (2003), İraçı Kurdistan: political development and emergent democracy, Routledge Curzon.
- Strohmeier, M. (2003), Crucial images in the presentation of a Kurdish national identity, heroes and patriots, traitors and foes, Brill.
- Şadillili, V. (1980), Türkiye'de Kürtçülük hareketleri ve isyanlar, Kon.
- Şimşir, B. (2007), Kürtçülük, Bilgi.
- The Times (10 Mart 1920), Kurdish independence, 12.
- Tunaya, T. Z. (1986), Türkiye'de siyasi partiler mütareke dönemi, Hürriyet Vakfı.
- Ulubelen, E. (1982), İngiliz belgelerinde Türkiye, İkinci Baskı, Çağdaş.
- Ülman, H. (1985,) Tanzimattan cumhuriyete dış politika ve doğu sorunu, Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi, C. 1, 272-277.
- Ünal, Fatih, Osmanlı Devleti'nin son yıllarında güneydoğu aşiretlerinden Milli Aşireti ve İbrahim Paşa", Hacı Bektaş Veli Araştırmaları Dergisi, 41,183-204.
- White, P. (2000), Primitive rebels or revolutionary modernizers: The Kurdish National Movement in Turkey, Zed Books.
- Yalçın-Heckmann L. (1991), Tribe and kinship among the Kurds, Peter Lang.
- yıldız, H. (1991), Aşiretten ulusallığa doğru Kürtler, Fırat-Dicle.
- Yıldız, H. (2005), Fransız belgeleriyle Sevr-Lozan-Musul üçgeninde Kürdistan, Genişletilmiş Dördüncü Baskı, Doz.



KURULUŞ YERİ SEÇİMİNDE ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ: KAYSERİ'DE BİR FAST-FOOD ZİNCİRİ UYGULAMASI

 Tevfik AYTEMİZ^a

 Kısmet CİNGÖZ^b

Öz

Kuruluş yeri seçimi bir restoranın başarısına ya da başarısızlığına etki eden önemli bir faktördür. Uzun dönemli alınan bu stratejik karar şirketin karını direk etkilemektedir. Bu sebeple işletmelerin özellikle üzerinde durduğu ve fizibilite çalışmaları yaptığı bir konudur. Kuruluş yeri kararını etkileyen birçok kriter vardır. Bu kriterler sektörden sektöre farklılık göstermektedir. Karar vericiler en uygun yeri seçerken bu farklı kriterlerin hepsini göz önünde bulundurmaktadır ve alternatifleri bu kriterler altında değerlendirmektedirler. Bu çalışmanın amacı fast-food sektöründe hizmet veren bir işletme için, kuruluş yeri kararını etkileyen kriterleri belirlemektir. Bu kapsamda, altı kriter göz önünde bulundurulmuştur. Bunlar; genel kuruluş yeri, yerin konumu, demografik özellikler, trafik bilgisi, rekabet, maliyet değerlendirmeleridir. Bu kriterler çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi ile değerlendirilmiştir ve bir fast-food restoranının kuruluş yeri seçiminde en önemli ana kriterin demografik özellikler olduğu ve en önemli alt kriterin gelir olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS), Çok Ölçütlü Karar Verme, Kuruluş Yeri Seçimi



ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS IN LOCATION SELECTION: AN APPLICATION ON FAST-FOOD RESTAURANT IN KAYSERİ

Abstract

Location is a significant factor for to the success or failure of restaurant operations. Long terms strategic decisions taken have an effect upon company profit. There are many criteria influencing on location decision. These criteria differ from sector to sector. Decision makers consider all criteria while selecting optimal location and evaluate alternatives according to these criteria. Aim of this study is to determine the most significant group of criteria on location decisions for a fast-food restaurant. In this context, six criteria are considered such as; general location, position of site, demographics, traffic information, competition, and cost consideration. These six criteria are then evaluated using Analytical Hierarchy Process (AHP) method which is one of the multi criteria decision making techniques. As a result, the most significant main criteria is demographics and most important sub criteria is income.

Key Words: Analytical Hierarchy Process (AHP), Multi-criteria Decision Making, Location Selection

^a Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, taytemiz@hotmail.com

^b Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, kismetcingoz@gmail.com



Giriş

Kuruluş yeri bir restoranın başarısını büyük ölçüde etkilemektedir. Uzun vadeli bir karar ve yatırım maliyetleri yüksek olduğu için yanlış kuruluş yeri seçimi işletmenin zarar etmesine hatta batmasına sebep olabilir. Bu yüzden işletmelerin kuruluş yerini seçerken birçok farklı kriteri göz önünde bulundurması gerekmektedir. Kendi faaliyet alanına göre kriterlere en uygun yerin seçimi işletmenin kârını, satış hacmini, müşteri bağlılığını ve farklı birçok performans göstergesini etkilemektedir.

Bir iş yeri kurulmadan ya da satın alınmadan önce en uygun kuruluş yerleri tanımlanmalı, uygun tesis kapasitesi özellikleri belirlenmeli ve büyük miktarlarda sermaye yatırımları yapılmalıdır (Owen & Daskin, 1998, s. 442). Kuruluş yeri seçimi işletmenin varlığını sürdürülebilmesini sağlayan en önemli faktörlerden biridir. Çünkü kuruluş yeri seçiminde başarısızlık olduğunda yani yanlış kuruluş yerine karar verildiğinde işletme zarar eder ve bu karardan vazgeçmek ya da bu kararı değiştirmek çok kolay değildir. Bu sebeple de işletmenin türüne göre en uygun yerin seçiminde birçok farklı faktör göz önünde bulundurulmalı ve en uygun olan seçilmelidir.

Kuruluş yeri seçiminde doğrusal programlama modelleri, karma tamsayı programlama modelleri, dinamik programlama modelleri, simülasyon yöntemi gibi birçok farklı yöntem kullanılmaktadır. En çok kullanılan yöntemlerden biri de Analitik Hiyerarşi Sürecidir (AHS). Yöntem, objektif ve subjektif yargıların birlikte değerlendirilmesine izin verdiği için karar verme problemlerinde sıkça kullanılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı Kayseri’de fast-food sektöründe faaliyet gösteren bir işletme için en önemli kuruluş yeri seçimi kriterlerini belirlemektir. Çalışmada restoran kuruluş yeri seçimini etkileyen en önemli kriterleri belirlemek için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılmıştır.

A. RESTORAN KURULUŞ YERİ SEÇİMİ

Kuruluş yeri seçimi 3 aşamadan oluşan bir süreçtir: ilk aşama fabrikanın/mağazanın kurulacağı bölgenin seçimidir, ikinci ve üçüncü aşamada sırasıyla bölgenin spesifik bir yerinin ve belirlenen yer sınırları içindeki arazi parçasının belirlenmesidir. Örneğin; bölge seçimi Marmara Bölgesi ve bölgenin spesifik yeri İstanbul’un adalar ilçesi olabilir (Kobu, 2014, s.163). Bir restoran için ise hangi şehirde ve şehrin hangi ilçesinde kurulacağına karar verdikten sonra spesifik yer seçimine sıra gelir. Restoranlar homojen yani aynı standartta ürün ve hizmet ürettikleri, yoğun rekabet şartlarında çalıştıkları ve çok fazla ürün farklılaşması yapamadıkları için rekabet avantajı elde edebilmek amacıyla kuruluş yeri seçiminden yararlanmak zorundadırlar (Yang, vd., 2017, s. 33). Bu kapsamda restoranın kurulacağı arazi parçası belirlenirken rekabet avantajı elde edilecek şekilde karar verilmelidir

Restoran kuruluş yeri seçiminde alternatif kuruluş yerleri arasında seçim yapılırken farklı kriterler kullanılmaktadır. Tzeng vd.’e (2002) göre restoran kuruluş yeri seçimi içsel ve dışsal kriterlerden etkilenmektedir. İçsel kriterler; yöneticinin tecrübesi, yönetimin fikirleri, eğitim seviyesi, karar alma tercihi ve yönetim sistemleridir. Dışsal kriterler ise; ekonomi, ulaşım, rekabet, ticaret alanı ve çevredir.

Khan'a (2015) göre bir restoran için kuruluş yeri seçimini etkileyen kriterlerin başında genel kuruluş yeri, bölgenin konumu, demografik özellikler, rekabet, trafik bilgisi ve maliyet gelmektedir. Bu kriterlerin açıklamaları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Restoran Kuruluş Yeri Seçimini Etkileyen Kriterler (Khan, 2015, s. 350-352)

Kriterler	Tanımlar
Genel Kuruluş Yeri	Kuruluş yeri, bir şehir içindeki genel bir alan anlamına gelir. Fiziksel özellikler ve bölge özellikleri düşünülür.
Bölgenin Konumu	Arazinin belirli bir bölümüdür. Büyüklük, park imkânları, olanaklara ve kamu hizmetlerine ulaşılabilirlik, uygunluk ve görünebilirlik ilgili kriterlerdir.
Demografik Özellikler	Müşterilerle ilgili, yaş, cinsiyet, meslek, gelir, yemek tercihleri ve gelecekteki büyüme ve gelişme potansiyeli ile ilgili bilgilerin toplanmasını içerir.
Rekabet	Restoran işletmesi, mevcut ve potansiyel rekabeti düşünmelidir.
Trafik Bilgisi	Trafik akış şekli konum seçiminde oldukça önemlidir. Trafik bilgisi ile ilgili kriterler, trafik sayımları, trafik şekli ve trafik akış şeklinin sıklığını içerir.
Maliyet	Konumun gelişimiyle ilgili maliyetlerin dikkatli bir şekilde hesaplanması gerekir. Bu satın alma maliyetini ve konumun gelişiminin maliyetini içerir. Konumun gelişiminden kasıt inşaat/yapım, peyzaj ve park alanı ve irtibat yolları gibi tesisle bağlantılı şeylerin karşılanması

Tablo 1'e göre restoran kuruluş yeri seçimini etkileyen kriterlerden ilki genel kuruluş yeridir. Genel kuruluş yeri ile bir şehirdeki ya da bir bölgedeki belirli bir yer kast edilmektedir. Bir restoranın karlılığı bulunduğu bölgenin konumuna bağlıdır. Ayrıca bölgenin büyüme potansiyeli oldukça önemlidir. Örneğin; eğer restoran bir alışveriş merkezine ya da bir kampüse yakın olur ise restoranı ziyaret edebilecek kişilerin sayısı daha fazla olabilir.

Diğer bir kriter olan demografik özellikler, potansiyel müşterilerin yaşı, cinsiyeti, mesleği, geliri, yemek tercihleri ve gelecekteki potansiyelini içerir. İnsanların demografik özellikleri ve yaşam tarzları bu insanlara neler satılabileceğini belirlemektedir. Örneğin gelir seviyesi düşük olan bölgelerde, insanlar genelde restoranlarda yemek yemez ya da gelir seviyesinin düşük olduğu yerlerde alışveriş merkezleri daha az kurulur. Bir diğer kriter rekabettir ve işletmeni mevcut ve potansiyel rakiplerini dikkate almalıdır.

Trafik bilgisi ise genellikle trafik sayımlarının kayıt edilmesiyle elde edilir. Trafiğin akış şekli, akış yönü, restoranın kurulacağı cadde üzerindeki hız sınırı, park kuralları oldukça önem arz etmektedir. Restoran kuruluş yerini etkileyen en önemli faktörlerden biriside maliyetlerdir. Satın alma, kiralama, inşaat, yapım, yerleşim gibi sabit, direk ve dolaylı maliyetlerin hepsi maliyet kriteri altında dikkate alınmaktadır.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, kuruluş yeri seçimi ile ilgili sayısız çalışma bulunmakla birlikte, restoran özelinde çok fazla çalışma olmadığı gözlenmiştir.

Ancak incelenen çalışmalarda perakende kuruluş yeri seçimi kriterleri ile restoran kuruluş yeri seçimi kriterleri arasında benzerlik olduğu görülmüştür. Örneğin; Nelson'a (1958) göre, perakende mağazacılığı için spesifik bölge seçimi uygulamalarında karşılaşılan sekiz ana kriter vardır. Bunlar; var olan ticaret alanı potansiyelinin yeterliliği, ticaret alanı için konumun ulaşılabilirliği, büyüme potansiyeli, iş fırsatları, rekabet edebilirlik, rekabetin olumsuz etkilerinden kaçınma ve bölge ekonomisi. McGuire

(1993) ise perakende mağazacılığı kuruluş yeri seçimi için yedi kriter tanımlamıştır. Bunlar; demografik, ulaşılabilirlik, pazar genişliği, hane halkı ve ticaret karması, görünürlük işaretleri, uzun ömürlülük, direk ve dolaylı rekabet ve kira kombinasyonları.

Restoran kuruluş yerine karar vermek için Tzeng vd., (2002) Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemini kullanmışlardır. Çalışmada 5 açıdan ve 11 kriter belirlemişlerdir ve dört alternatifi bu kriterlere göre değerlendirmişlerdir. Bu 5 açı ulaşım, ekonomik, ticari alan, rekabet ve çevredir. Kriterler ise kira maliyeti, ulaşım maliyeti, toplu taşıma sisteminin uygunluğu, park alanının büyüklüğü, yaya yoğunluğu, rakiplerin sayısı, rekabetin yoğunluğu, restoranın kurulacağı yerde ticari alanların büyüklüğü, kamu tesisleri, çöp öğütücüleri ve atık su kapasitesi. Kriterler nitel ve nicel olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Nicel kriterler kira maliyeti, ulaşım maliyeti, toplu taşıma sistemlerinin uygunluğu, park alanının büyüklüğü, yaya yoğunluğu, rakiplerin sayısı ve restoranın kurulacağı yerde ticari alanların büyüklüğüdür. Nitel kriterlerin performans değerleri karar verici bir grup tarafından belirlenmiştir. Özellik seviyesinde kira maliyetinin ağırlık değeri en yüksek ağırlık değeridir.

Timor ve Sipahi (2005) bir fast-food restoranı kuruluş yeri seçimi problemi çözümünde Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemini kullanmışlardır. Çalışmada konum, görünürlük, trafik şekli, rekabet, alanın geleceği, fiziksel özellikler ve maliyet kriterlerini birlikte değerlendirmişler. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, en önemli ana kriter maliyettir. Sonrasında sırayla genel kuruluş yeri, görünürlük, trafik bilgisi, rekabet, alanın geleceği ve fiziksel özellikler yer almaktadır. Alt kriterler açısından bir değerlendirme yapıldığında en önemli kriterin sözleşme dönemi ve şartlar olduğu belirtilmiştir.

Chang (2010) bir restoran kuruluş yeri seçiminde Bulanık Tercih İlişkileri yöntemini Analitik Hiyerarşi Yöntemine göre bulunan sonuçlarla kıyaslayarak en önemli kriterin hangisi olduğunu belirlemeye çalışmışlardır. Ekonomik, ulaşım, rekabet, ticari alan ve çevre kriterlerinin ele alındığı çalışmada, kira ve ulaşım maliyeti kriterlerinin diğer kriterlerden daha önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Erbıyık vd., (2012) perakende satış mağazası olası kuruluş yerleri arasında seçimi yapmak için 5 ana kriter ve 15 alt kriter belirlemişlerdir. Ana kriterler; maliyet, rekabet şartları, trafik yoğunluğu, fiziksel özellikler ve perakende kuruluş yeridir. Analitik Hiyerarşi Yönteminin uygulanması sonucunda en önemli kriter %38 ile trafik yoğunluğu iken, ikinci en önemli kriter %32 ile rekabet şartları olarak belirlenmiştir. Belirlenen kriterlere göre 3 farklı bölge değerlendirilmiş ve bu kriterlere göre en uygun perakende mağazasının nerede kurulacağına karar verilmiştir.

Gökşen (2015) bir fast-food restoranına kuruluş yeri seçimine etki eden faktörleri Analitik Hiyerarşi Yöntemi ile belirlemiştir. En önemli ana kriterin ticari alan özellikleri olarak belirlendiği çalışmada sırayla demografik özellikler, rekabet ve gayri menkul özellikleri etkili olmaktadır. Alt kriterlere göre bir değerlendirme yapıldığında, bir fast-food restoranı yer seçimini etkileyen en önemli kriterler sırasıyla; yaya yoğunluğu, bölgedeki fast-food restoranlarının sayısı gelir ve perakende yoğunluğudur. Model sonuçları İstanbul’un 39 ilçesinden seçilen en yoğun perakende caddeleri üzerinde test edilmiştir.

Ho vd., (2015) kahve dükkanı ve restoranların kuruluş yeri seçim problemlerini çözmek için Analitik Hiyerarşi Süreci ile çoklu seçimli hedef programlama yöntemlerini birleştirmişlerdir. Analitik hiyerarşi süreci ile kuruluş yeri seçim sürecinin değerlendirilmesinde 4 ana kriter ve 10 alt kriter belirlemiştir. Ağırlıkların sonuçlarından elde edilen bilgilere göre en önemli kriter kira maliyeti (maliyet ve büyüklük ana kriteri, kamu tesislerine yakınlık (ticari alan kriteri), toplu taşıma (taşımacılık kriteri) ve park kapasitesidir (taşımacılık kriteri).

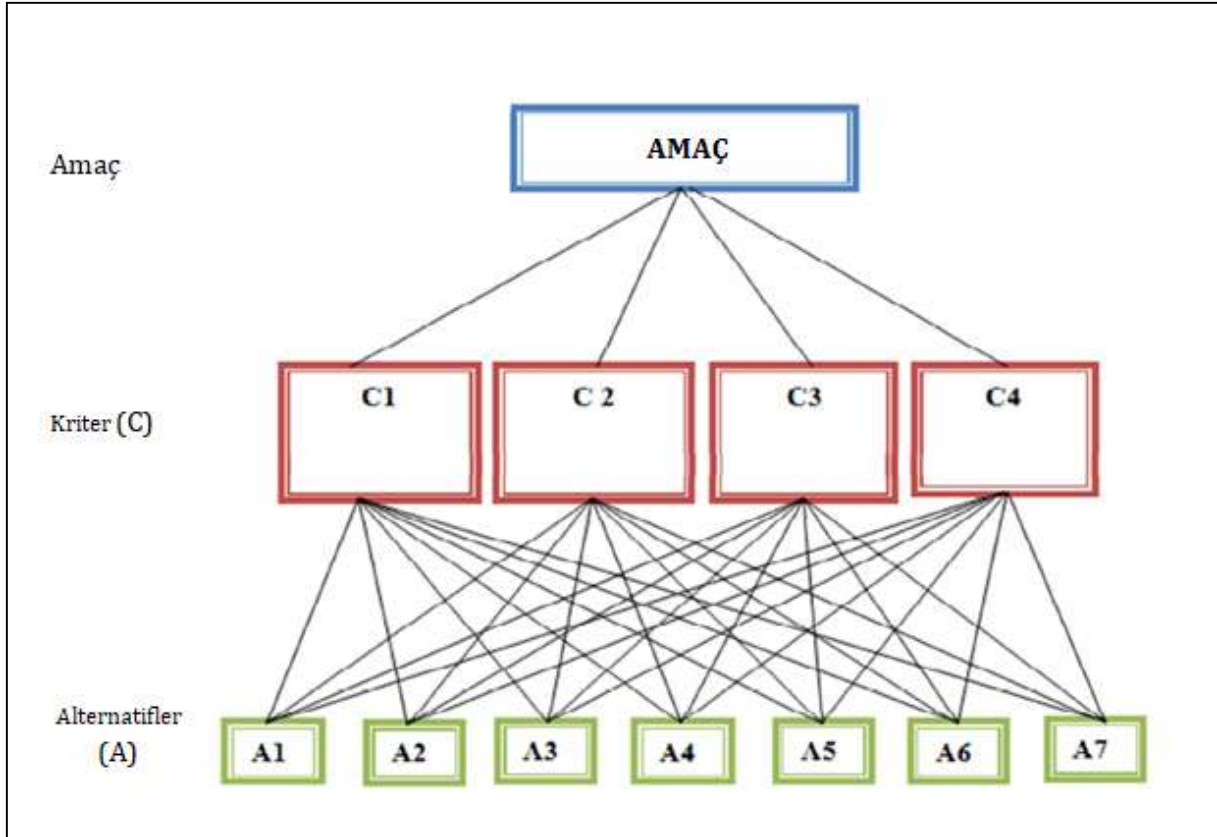
Chen ve Tsai (2016) bir restoran için kuruluş yeri seçimi kararlarını desteklemek amacıyla yaklaşımlı kümeler teorisini temel alan bir veri madenciliği sistemi geliştirmişlerdir. Önerilen sistem dört aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada, problemi tanımlamış ve veri toplamışlardır, ikinci aşamada yaklaşımlı kümeler teorisi analizi yapmışlardır, üçüncü aşamada kural doğrulaması yapmışlardır ve dördüncü aşamada bilgileri elde etmişler ve kullanmışlardır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, mağaza performansını etkileyen en önemli kuruluş yeri kriteri mağaza büyüklüğüdür. Mağaza büyüklüğünü park alanının ulaşılabilirliği, mağaza görünürlüğü ve semtin nüfusunun artış oranı takip etmektedir.

B. ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ

Kuruluş yeri seçiminde birçok yöntem kullanılmaktadır. Bunlara kendi aralarında matematiksel modeller, heuristik yöntemler, metahauristik yöntemler, simülasyon yöntemi ile son zamanlarda öne çıkan ve hiyerarşiyi dikkate alan çok kriterli karar verme tekniklerinden Analitik Hiyerarşi Süreci, TOPSIS, Fuzzy TOPSIS, Fuzzy AHS,.vb yöntemler örnek olarak verilebilir.

Bu çalışmada kullanılacak olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS), çok kriterli karar verme tekniklerinden biridir ve bireylerin subjektif değerlendirmeler yapmasına izin veren bir ölçüm tekniğidir (Temiz & Cingöz, 2015, s. 537). Yöntem Saaty tarafından 1977 yılında geliştirilmiştir. Analitik hiyerarşi modelleme ve ölçüm süreci bir dizi faaliyet ve kriterin görelî önemini belirlemek için kullanılan çeşitli yaklaşımlardan biridir (Wind & Saaty, 1980, s. 641). Analitik Hiyerarşi Süreci Yönteminin kullanılmasının amacı, tercih edilen alternatifi tanımlamak için analizcilere yardımcı olacak şekilde hiyerarşideki başarısızlığın her bir yönünü göstererek analitik ve sistematik bir şekilde karar alma problemlerinin karmaşıklığını azaltmaktır (Khaira & Dwivedi, 2018, s. 4030). Analitik Hiyerarşi Süreci tekniği, hiyerarşinin her seviyesindeki öğelerin görelî önemini ölçmek için ikili karşılaştırmalar yapar ve birden çok alternatif arasında en iyi kararı vermek için hiyerarşinin en düşük seviyesindeki alternatifleri değerlendirir (Sipahi & Timor, 2010, s. 775). Analitik Hiyerarşi Süreci Şekil 1’de gösterilmektedir (Saaty, 1994, s. 14).

Şekil 1: Analitik Hiyerarşi Süreci



Yöntemin aşamaları şu şekilde gerçekleştirilir;

- Problemin tanımlanması,
- Kriterlerin belirlenmesi,
- Alternatiflerin ortaya konması,
- Hiyerarşik ağaç diyagramının çizilmesi,
- Kriterlerin ağırlıklarının belirlenmesi,
- Her alternatifin çok kriterli puanının elde edilmesi,
- Genel puanların karşılaştırılması ve sıralama yoluyla en iyi alternatifin seçilmesidir (Ulucan, 2007, s. 358).

Öncelikli olarak problem tanımlanır ve nasıl bir bilgiye ihtiyaç duyulduğu belirlenir yani kriterler ve alternatifler ortaya konur. Sonrasında en yukarıda kararın amacı olacak şekilde orta seviyeler (sonraki öğelerin bağlı olduğu kriterler) aracılığıyla en düşük seviyeye (genellikle bir dizi alternatiftir) karar hiyerarşisi oluşturulur. Devamında ikili karşılaştırmalar matrisi oluşturulur ve bir üst seviyedeki her eleman, hemen altındaki seviyedeki elemanları kendisine göre karşılaştırmak için kullanılır. Bir alt seviyedeki öncelikleri ağırlıklandırmak için ikili karşılaştırmadan elde edilen öncelikler kullanılır. Bu her bir eleman için yapılır. Ardından, aşağı seviyedeki her bir eleman için ağırlıklandırılmış değerlerini eklenir ve genel öncelikler elde edilir. En alttaki alternatiflerin nihai öncelikleri elde edilene kadar bu ağırlıklandırma ve ekleme işlemine devam edilir.

Saaty, kriterlerin ikili karşılaştırmalarında kabul edilebilir bir tutarlılık sağlamayı amaçlamaktadır. İkili karşılaştırmalar yapmak için, karşılaştırıldıkları kriter veya özellik açısından bir öğenin başka bir öğeye göre kaç kat daha önemli veya baskın olduğunu gösteren bir sayı ölçeğine ihtiyaç duyulmaktadır (Saaty, 2008, s. 85). Bu sebeple, ikili karşılaştırmaların değerlendirilmesi için nominal bir ölçek kullanılır. Analitik Hiyerarşi Süreci, 1'den 9'a değerleri olan bir ölçek kullanır (Liang, 2003, s. 448; Saaty, 1994, s. 16) Hiyerarşide bir üst elemana ulaşabilmek amacıyla bir kriterin diğer bir kriterine göre ne kadar önemli olduğu karar vericiye sorulur. Karar verici Tablo 2' de gösterilen 1-9 puanlı tercih ölçeğine göre cevap vermektedir (Wind & Saaty, 1990, s. 644).

Tablo 2. İkili Karşılaştırmalar İçin Temel Ölçek (Wind & Saaty, 1980, s. 644)

Önem Derecesi	Önem Derecelerinin Anlamları
1	Eşit önemli
3	Birinin diğerine göre daha az önemli olması
5	Kuvvetli derecede önemli
7	Çok kuvvetli derece veya ispatlanmış önemli
9	Son derece önemli
2,4,6,8	Ara değerler uzlaşma gerektiğinde kullanılır
Önem Derecesi Puanlarının Tersi	i faaliyeti j faaliyeti ile karşılaştırıldığında yukarıda belirtilen değerlerden

İkili karşılaştırmalar yapıldıktan sonra gerekli hesaplamalar yapıp her bir kriterin özdeğeri hesaplanır. Sonrasında tutarlılık oranlarının kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu sebeple tutarlılık indeksi hesaplanır. Tutarlılık oranı 0,10'a eşit veya 0,10'dan düşükse bu matrislerin tutarlı olduğunu göstermektedir. Günümüzde tüm bu hesaplamaları yapan ve tutarlılık oranlarını hesaplayan Super Decision, Expert Choice gibi programlar bulunmaktadır.

Diğer çok kriterli karar verme teknikleri yerine Analitik hiyerarşi sürecinin kullanılmasının farklı sebepleri bulunmaktadır. Çalışmanın başında belirtildiği gibi yöntem sayısal ve sözel kriterlerin birlikte değerlendirilmesine izin vermektedir. Yöntem, karar vericinin tanımladığı ağırlık tutarlılığını kontrol etmek için etkili bir mekanizmaya sahip tek çok kriterli karar verme tekniğidir, dolayısıyla karar vericinin yapay olarak tutarlı olmasını gerektirmez. Ayrıca Analitik Hiyerarşi Süreci kriterlerin değerlerini normalleştirerek heterojen ölçüm birimlerine sahip değişik kriterler üzerinde alternatif bir skor belirleyebilir. Bunlara ek olarak, Analitik Hiyerarşi Süreci aynı anda kriter ve alternatif gibi iki karar unsurunu karşılaştırabilir. Bu şekilde karar verici çalışmaya daha da odaklanmış olur ve sonuçların doğruluğu ve güvenilirliği artar (Carnero, 2005, s. 544; Islam & Rasad, 2006, s. 174; Khaira & Dwivedi, 2018, s. 4031; Meddaoui & Bouami, 2014, s. 454).

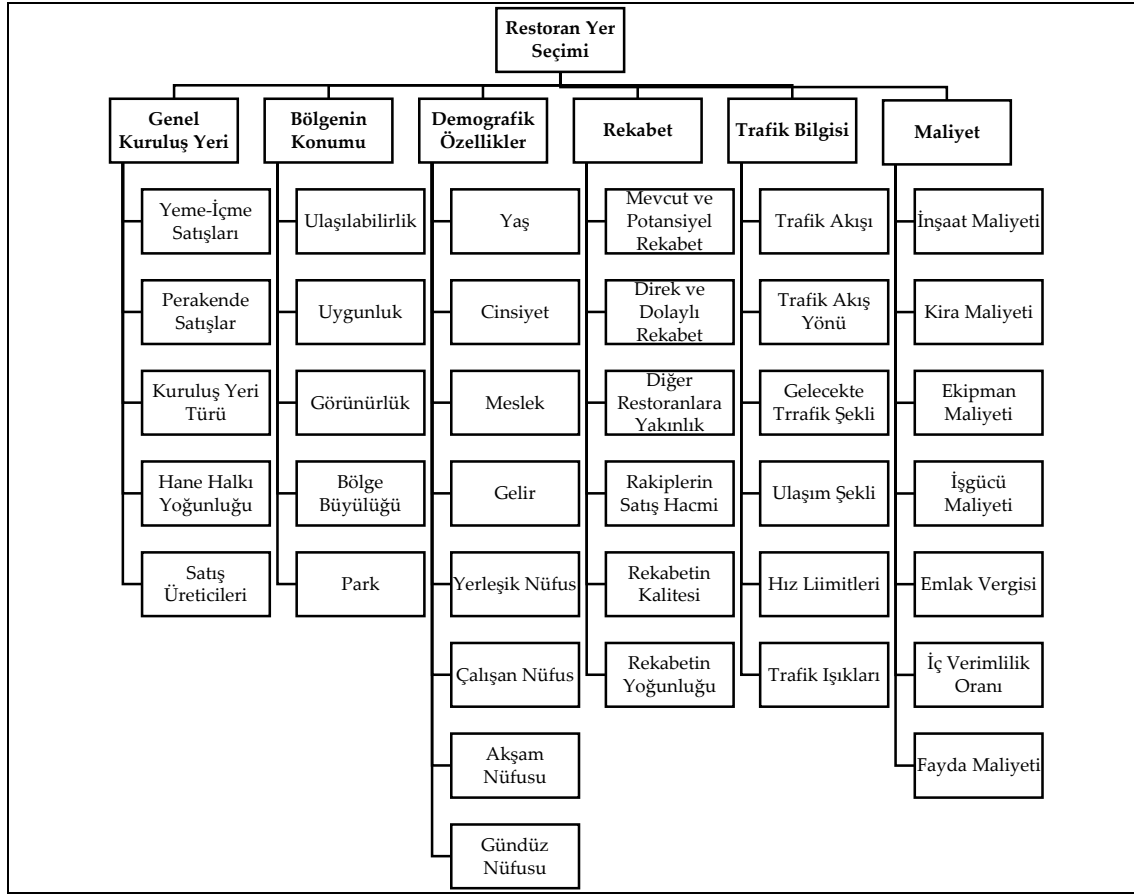
C. FAST-FOOD ZİNCİRİ UYGULAMASI

Bu çalışmada, uygulama amacıyla, Kayseri'de fast-food sektöründe faaliyet gösteren bir işletme seçilmiştir. İşletme franchising sistemi ile yönetilmektedir. Aynı işletmenin Kayseri'de 3 farklı restoranı daha bulunmaktadır. İşletme Kayseri'de bir tane daha restoran açmak istemektedir ve restoran için franchisora bir fizibilite çalışması sunmak istemektedir. Bu kapsamda, bu çalışmanın amacı bir fast-food

restoranı kuruluş yeri seçiminde önemli olan kriterleri belirlemektir. Bu doğrultuda literatürden elde edilen bilgiler ışığında işletmenin yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır ve kuruluş yeri seçiminde önemli olan ana kriterler ve alt kriterler değerlendirilmiştir.

Restoran kuruluş yeri seçimi için Khan (2015)’nın çalışmasından yola çıkılarak kriterler ve alt kriterler belirlenmiştir. Çalışmada toplamda altı ana kriter ve otuz yedi alt kriter bulunmaktadır. Bu kriterler Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yardımıyla, iki yönetici tarafından değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmenin sonucunda gerekli hesaplamalar yapılarak en önemli kriterlerin hangileri olduğu belirlenmiştir. Çalışmanın hiyerarşik yapısı Şekil 2’ de yer almaktadır.

Şekil 2. Restoran Yer Seçimi Kriterlerinin Hiyerarşik Yapısı



Uygulamanın gerçekleştirildiği restoranda iki yöneticiye kriterlerin ve alt kriterlerin göreceli önemleri “X alternatifi,Y alternatifine “.....” alt kriteri açısından hangi derecede tercih edilir?” şeklinde sorularak karşılaştırma yapmaları istenmiştir. İki yöneticinin her bir kriter ve alt kriter için verdiği cevapların geometrik ortalaması alınmış ve veriler analize uygun bir hale getirilmiştir. Çalışmada yer alan ana kriterler için ikili karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçlar Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Ana Kriterlerin İkili Karşılaştırılması

	GKY	BK	DÖ	RF	TB	MF	Ağırlıklar
Genel Kuruluş Yeri (GKY)	1	1/6	1/8	1/4	4	1/7	0,047
Bölgenin Konumu (BK)	6	1	1/3	4	5	1/2	0,179
Demografik Özellikler(DÖ)	8	3	1	6	8	2	0,389
Rekabet Faktörü (RF)	4	1/4	1/6	1	2	1/6	0,073
Trafik Bilgisi (TB)	1/4	1/5	1/8	1/2	1	1/8	0,030
Maliyet Faktörü (MF)	7	2	1/2	6	8	1	0,282

AHS algoritmasının adımlarına göre hazırlanan tabloda, öncelikli olarak sütun değerleri toplanmış ve her bir hücre kendi sütun toplamına bölünmüştür. Sonrasında satırlar toplanarak ağırlıklar hesaplanmıştır. Expert Choice programı kullanılarak ana kriterlerin tutarlılık oranı $CI=0,09$ olarak bulunmuştur. Tutarlılık oranının $0,1$ 'den küçük olması, karşılaştırmalar matrisinin tutarlı olduğunu göstermektedir. Ana kriterlerin tutarlı olması sonucunda aynı işlem tüm ana kriterlerin alt kriterleri içinde uygulanmıştır.

Genel kuruluş yeri kriteri yeme içme satışları, perakende satışlar, kuruluş yeri türü, hane halkı yoğunluğu ve satış üreticileri alt kriterlerinden oluşmaktadır. Bu alt kriterlerin ikili karşılaştırmalar matrisi ve alt kriterlerin ağırlıkları Tablo 4'deki gibi hesaplanmıştır. Genel kuruluş yeri ana kriteri için tutarlılık oranı $0,08$ 'dir.

Tablo 4. Genel Kuruluş Yeri Ana Kriteri İçin İkili Karşılaştırmalar

Genel Kuruluş Yeri	YİS	PS	KYT	HHY	SÜ	Ağırlıklar
Yeme İçme Satışları (YİS)	1	1/2	6	1/3	6	0,1741
Perakende Satışlar (PS)	2	1	4	1/5	3	0,2139
Kuruluş Yeri Türü (KYT)	1/6	1/4	1	1/8	4	0,0566
Hane Halkı Yoğunluğu(HHY)	3	5	8	1	8	0,5111
Satış Üreticileri (SÜ)	1/6	1/3	1/4	1/8	1	0,0442

Bölgenin konumu ana kriteri, ulaşılabilirlik, uygunluk, görünürlük, bölge büyüklüğü ve park alanı alt kriterlerinden oluşmaktadır. Bu kriterin ikili karşılaştırmalar matrisi ve alt kriterlerin ağırlıkları Tablo 5'te gösterilmiştir. Bölgenin konumu ana kriteri için hesaplanan tutarlılık oranı $0,09$ 'dur.

Tablo 5. Bölgenin Konumu Ana Kriteri İçin İkili Karşılaştırmalar

Bölgenin Konumu	ULŞ	UYG	GRN	BB	PA	Ağırlıklar
Ulaşılabilirlik (ULŞ)	1	2	6	7	3	0,4155
Uygunluk (UYG)	1/2	1	4	5	2	0,2473
Görünürlük (GRN)	1/6	1/4	1	4	1/6	0,0771
Bölge Büyüklüğü (BB)	1/7	1/5	1/4	1	1/8	0,0383
Park Alanı (PA)	1/3	1/2	6	8	1	0,2218

Demografik özellikler ana kriteri; yaş, cinsiyet, meslek, gelir, yerleşik nüfus, çalışan nüfus, akşam nüfusu ve gündüz nüfusu alt kriterlerinden oluşmaktadır. Bu ana kriterin tutarlılık oranı ise $0,09$ olarak

hesaplanmıştır. Demografik özellikler ana kriterinin ikili karşılaştırmalar matrisi ve alt kriterlerin ağırlıkları Tablo 6’daki gibidir.

Tablo 6. Demografik Özellikler Ana Kriteri için İkili Karşılaştırmalar

Demografik Özellikler	Y	C	M	G	YN	ÇN	AN	GN	Ağırlıklar
Yaş (Y)	1	5	2	1/2	3	1/2	4	4	0,1520
Cinsiyet (C)	1/5	1	1/7	1/9	1/2	1/6	3	3	0,0469
Meslek (M)	1/2	7	1	1/2	3	1/4	4	4	0,1316
Gelir (G)	2	9	2	1	8	2	9	9	0,3225
Yerleşik Nüfus (YN)	1/3	2	1/3	1/8	1	1/2	2	2	0,0602
Çalışan Nüfus (ÇN)	2	6	4	1/2	2	1	4	6	0,2138
Akşam Nüfusu (AN)	1/4	1/3	1/4	1/9	1/2	1/4	1	5	0,0468
Gündüz Nüfusu (GN)	1/4	1/3	1/4	1/9	1/2	1/6	1/5	1	0,0263

Rekabet ana kriteri; mevcut ve potansiyel rekabet, direk ve dolaylı rekabet, diğer restoranlara yakınlık, rakiplerin satış hacmi, rekabetin kalitesi ve rekabetin yoğunluğu alt kriterlerinden oluşmaktadır. Bu kriterin tutarlılık oranı 0,08’dir. Tablo 7’de Rekabet ana kriterinin ikili karşılaştırmalar matrisi ve alt kriterlerin ağırlıkları gösterilmektedir.

Tablo 7. Rekabet Ana Kriteri için İkili Karşılaştırmalar

Rekabet	MPR	DDR	DRY	RSH	RK	RY	Ağırlıklar
Mevcut ve Potansiyel Rekabet (MPR)	1	4	1/7	1/6	1/5	3	0,0752
Direk ve Dolaylı Rekabet (DDR)	1/4	1	1/8	1/7	1/6	3	0,0466
Diğer Restoranlara Yakınlık (DRY)	7	8	1	2	3	9	0,4010
Rakiplerin Satış Hacmi (RSH)	6	7	1/2	1	2	7	0,2688
Rekabetin Kalitesi (RK)	5	6	1/3	1/2	1	4	0,1766
Rekabetin Yoğunluğu (RY)	1/3	1/3	1/9	1/7	1/4	1	0,0318

Trafik bilgisi ana kriteri; trafik akışı, trafik akış yönü, gelecekteki trafik şekli, ulaşım şekli, hız limitleri ve trafik ışıkları alt kriterlerinden oluşmaktadır. Bu alt kriterlerin ikili karşılaştırmalar matrisi ve alt kriterlerin ağırlıkları Tablo 8’deki gibi hesaplanmıştır. Trafik bilgisi ana kriteri için hesaplanan tutarlılık oranı 0,08’dir.

Tablo 8. Trafik Bilgisi Ana Kriteri için İkili Karşılaştırmalar

Trafik Bilgisi	TA	TAY	GTŞ	UŞ	HL	TI	Ağırlıklar
Trafik Akışı (TA)	1	1/2	5	1/3	5	6	0,1866
Trafik Akış Yönü (TAY)	2	1	4	1/2	6	7	0,2467
Gelecekteki Trafik Şekli (GTŞ)	1/5	1/4	1	1/6	5	6	0,1029
Ulaşım Şekli (UŞ)	3	2	6	1	8	9	0,3946
Hız Limitleri (HL)	1/5	1/6	1/5	1/8	1	2	0,0406
Trafik Işıkları (TI)	1/6	1/7	1/6	1/9	1/2	1	0,0287

Maliyet ana kriteri; inşaat maliyeti, kira maliyeti, ekipman maliyeti, iş gücü maliyeti, emlak vergisi, iç verimlilik oranı ve fayda maliyeti alt kriterlerinden oluşmaktadır. Bu alt kriterlerin ikili karşılaştırmalar matrisi ve alt kriterlerin ağırlıkları Tablo 9'da gösterilmiştir. Maliyet ana kriteri için hesaplanan tutarlılık oranı 0,09'dur.

Tablo 9. Maliyet Ana Kriteri İçin İkili Karşılaştırmalar

Maliyet	İM	KM	EM	İGM	EV	İVO	FM	Ağırlıklar
İnşaat Maliyeti (İM)	1	1/7	1/5	1/3	6	1/2	2	0,0757
Kira Maliyeti (KM)	7	1	6	5	8	3	4	0,3997
Ekipman Maliyeti (EM)	5	1/6	1	4	7	2	3	0,2041
İşgücü Maliyeti (İGM)	3	1/2	1/4	1	6	2	2	0,1272
Emlak Vergisi (EV)	1/6	1/8	1/7	1/6	1	1/6	1/2	0,0253
İç Verimlilik Oranı (İVO)	2	1/3	1/2	1/2	6	1	2	0,1106
Fayda Maliyeti (FM)	1/2	1/4	1/3	1/2	2	1/2	1	0,0574

Restoran kuruluş yeri seçim kararını etkileyen birçok kriter bulunmaktadır. Bu kriterlerin bazıları objektif bazıları subjektif bir şekilde değerlendirilebilmektedir. Bu kapsamda bu çalışmada AHS yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada altı ana kriter ve 37 alt kriterleri görelî önemlerine göre değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bulgularına göre restoran kuruluş yeri seçiminde en önemli ana kriterin Tablo 2'ye göre %38,9 ile demografik özellikler olduğu belirlenmiştir. Demografik faktörleri sırasıyla maliyet (%28,2), bölgenin konumu (%17,9), rekabet (%7), genel kuruluş yeri (%4) ve trafik bilgisi (%3) kriterleri takip etmektedir.

Restoran kuruluş yeri seçimini etkileyen tüm alt kriterlerin birlikte değerlendirildiği alt kriter ağırlıkları Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10. Alt Kriterlerin Ağırlığı

Alt Kriterler	Kuruluş Yeri Seçimine Etkisi	Alt Kriterler	Kuruluş Yeri Seçimine Etkisi
Yeme İçme Satışları	0,0078	Direk ve Dolaylı Rekabet	0,0031
Perakende Satışlar	0,0098	Diğer Restoranlara Yakınlık	0,0293
Kuruluş Yeri Türü	0,0025	Rakiplerin Satış Hacmi	0,0198
Hane Halkı Yoğunluğu	0,0249	Rekabetin Kalitesi	0,0133
Satış Üreticileri	0,0020	Rekabetin Miktarı	0,0022
Ulaşılabilirlik	0,0750	Trafik Akışı	0,0053
Uygunluk	0,0453	Trafik Akış Yönü	0,0075
Görünürlük	0,0127	Gelecekteki Trafik Şekli	0,0028
Bölge Büyüklüğü	0,0063	Ulaşım Şekli	0,0119
Park Alanı	0,0397	Hız Limitleri	0,0011
Yaş	0,0603	Trafik Işıkları	0,0008
Cinsiyet	0,0175	İnşaat Maliyeti	0,0186
Meslek	0,0525	Kira Maliyeti	0,1238
Gelir	0,1241	Ekipman Maliyeti	0,0578
Yerleşik Nüfus	0,0233	İşgücü Maliyeti	0,0327
Çalışan Nüfus	0,0852	Emlak Vergisi	0,0068
Akşam Nüfusu	0,0163	İç Verimlilik Oranı	0,0269
Gündüz Nüfusu	0,0097	Fayda Maliyeti	0,0154
Mevcut ve Potansiyel Rekabet	0,0053		

Tablo 10’a göre, en önemli alt kriterin gelir olduğu belirlenmiştir ve restoran kuruluş yeri seçimi içindeki ağırlığı %12,41 olarak hesaplanmıştır. Gelir kriterini sırasıyla kira maliyeti (%12,38), çalışan nüfus (%8,52) ve ekipman maliyeti (%5,78) takip etmektedir. Bu alt kriterler sıralanırken ana kriterin ağırlığı ile alt kriterin ağırlığı çarpılarak restoran kuruluş yeri içindeki ağırlığı hesaplanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Kuruluş yeri seçimi kararı birçok farklı kriterin göz önünde bulundurulması gereken stratejik bir karardır. Literatürde kuruluş yeri seçimi kararlarında birçok farklı yöntem kullanıldığı görülmektedir.

Restoran kuruluş yeri seçimin etkileyen kritik faktörlerin belirlenmesinde AHS yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, toplamda altı ana kriter ve otuz yedi alt kriter bulunmaktadır. Bu kriterler Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yardımıyla, iki yönetici tarafından değerlendirilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, restoran kuruluş yeri seçimi için en önemli kriterin gelir (%12,41) olduğu tespit edilmiştir ve ikinci en önemli kriter ise kira maliyetidir (%12,38). Yapılan çalışmalarla karşılaştırıldığında genelde farklı kriterlerin öne çıktığı görülmektedir. Bunun seçilen bölgenin ekonomik özellikleri, demografik özellikleri, yaşam tarzları, kültürleri vs. gibi farklı sebeplerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Geliştirilen AHS modeli ile restoran işletmecileri yer seçimi kararına etki eden kriterleri kendi görece önemlerine göre analiz ederek uygun kuruluş yeri alternatiflerini seçebilirler. Ayrıca sektöre yeni girecek firmalar için bu çalışma hangi karar kriterinin dikkate alınması gerektiği konusunda yol gösterici olabilir.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda ise alternatif kuruluş yerleri semt olarak belirlenip bu kriterlere göre değerlendirilebilir ve işletme için en uygun kuruluş yerinin neresi olduğu belirlenebilir.



KAYNAKÇA

- Carnero, M. C. (2005). Selection of diagnostic techniques and instrumentation in a predictive maintenance program. A case study. *Decision support systems*, 38(4), 539-555.
- Chang, T. H. (2010, December). Restaurant location selection by utilizing the fuzzy preference relations. 2010 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM) içinde (ss. 935-939). Macao, China: IEEE. <https://doi.org/10.1109/IEEM.2010.5674218>
- Chen, L. F., & Tsai, C. T. (2016). Data mining framework based on rough set theory to improve location selection decisions: A case study of a restaurant chain. *Tourism Management*, 53, 197-206.
- Erbıyık, H., Özcan, S., & Karaboğa, K. (2012). Retail store location selection problem with multiple analytical hierarchy process of decision making an application in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1405-1414.
- Gökşen, A. (2015). *Fast food restoranı yer seçimine etki eden faktörlerin modellenmesi: İstanbul örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ho, H. P., Chang, C. T., & Ku, C. Y. (2013). On the location selection problem using analytic hierarchy process and multi-choice goal programming. *International Journal of Systems Science*, 44(1), 94-108.
- Islam, R., & bin Mohd Rasad, S. (2006). Employee performance evaluation by the AHP: A case study. *Asia Pacific Management Review*, 11(3), 163-176.
- Khan, M. A. (2015). *Restaurant franchising: Concepts, regulations and practices*. CRC Press.
- Kobu, B. (2014). *Üretim yönetimi* (17. Baskı). Beta Basım.
- Liang, W. Y. (2003). The analytic hierarchy process in project evaluation. *Benchmarking: An International Journal*, 10(5), 445-456.
- McGuire, K. J. (1993). Site selection and territorial issues. İçinde A. J. Sherman (Ed.), *The franchising handbook* (ss. 103-116). American Management Association.
- Meddaoui, A., & Bouami, D. (2014). Decision making in maintenance using analytical hierarchy process and time-driven activity based costing. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 13(4), 450-470.
- Nelson, R. L. (1958). *The selection of retail locations*. F. W. Dodge Corporation.
- Owen, S. H., & Daskin, M. S. (1998). Strategic facility location: A review. *European Journal of Operational Research*, 111(3), 423-447.
- R. K. (2018). A state of the art review of analytical hierarchy process. *Materials Today: Proceedings*, 5(2), 4029-4035.
- Saaty, T. L. (1994). How to make a decision: The analytic hierarchy process. *Interfaces*, 24(6), 19-43.

- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83-98.
- Sipahi, S., & Timor, M. (2010). The analytic hierarchy process and analytic network process: An overview of applications. *Management Decision*, 48(5), 775-808.
- Temiz, N. & Cingöz, K. (2015). İş gören seçim sürecindeki kritik faaliyetlerin analitik hiyerarşi süreci ile değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(4), 531-553.
- Timor, M., & Sipahi, S. (2005). Fast-Food restaurant site selection factor evaluation by the analytic hierarchy process. *The Business Review Cambridge*, (1), 161-167.
- Tzeng, G. H., Teng, M. H., Chen, J. J., & Opricovic, S. (2002). Multicriteria selection for a restaurant location in Taipei. *International Journal of Hospitality Management*, 21(2), 171-187.
- Ulucan, A. (2007). *Yöneylem araştırması*. Siyasal Kitabevi.
- Wind, Y., & Saaty, T. L. (1980). Marketing applications of the analytic hierarchy process. *Management Science*, 26(7), 641-658.
- Yang, Y., Roehl, W. S., & Huang, J. H. (2017). Understanding and projecting the restaurantscape: The influence of neighborhood sociodemographic characteristics on restaurant location. *International Journal of Hospitality Management*, 67, 33-45.



KAYSERİ'DEKİ SURİYELİLERİN VATAN ALGISI, SAVAŞ ÖNCESİ VE SONRASI YAŞANTILARINA DAİR GÖRÜŞ VE DÜŞÜNCELERİ*

 Abdullah TANRIVERDİ^a

 Mustafa ULU^b

Öz

Araştırmada Kayseri’de ikamet eden Suriyelilerin vatan algıları ile savaş öncesi ve sonrası hakkındaki görüş ve düşünceleri ele alınmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen benimsenmiştir. Araştırmada 14-52 yaş aralığında olan 23 kişi ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar esnasında yarı-yapılandırılmış görüşme formu tercih edilmiştir. 2017-2019 yılları arasında gerçekleştirilen görüşmelerin yanı sıra geçici eğitim merkezi, ev ziyaretleri, Suriyelilerin yoğun olduğu yerlerde gözlemler yapılmıştır. Sonuçta bazı erkek sığınmacılarda yeni bir yaşam alanına ihtiyaç duyulduğu ve bu ihtiyacın etkisiyle de vatanın ait olunan yer değil, içinde yaşanılan ve mahiyeti değişkenlik arz eden bir yapı olarak tasavvur edildiği görülmektedir. Bunun yanında görüşmecilerin hemen hepsi Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak istediklerini beyan etmektedirler. Savaş öncesi duruma dair özellikle devletin baskıcı ve kimi zaman zulme varan tutumlarına maruz kaldıkları, dini hayatlarını rahat yaşayamadıkları, düşüncelerini açığa vuramadıkları ve sürekli olarak Suriye istihbaratı tarafından takip edilme korkusuyla yaşadıkları tespit edilmiştir. Savaş konusunda ise rejimin Sünni kesime karşı uyguladığı baskılar, dış güçlerin etkileri, dini değerlere karşı hürmette ve Allah’a kullukta kusur etme, birtakım şahısların maddi hırsları gibi hususlara değinmekte ve savaşın başlama sebebini bu durumlarla açıklamaktadırlar. Ayrıca görüşmeciler, Türkiye’deki Suriyelileri, iyi ve kötü insanlar ile ne iyi ne kötü olan orta dereceden insanlar olmak üzere 3 sınıf olarak görmektedirler. Türk toplumunun yapısı hakkında kadınların daha fazla haklara sahip olduklarını, Türklerin özgür olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır. Ancak Suriye’de sosyal hayatın daha güçlü olduğunu, hayatın daha yavaş aktığını ve hayat pahalılığının Türkiye’den daha düşük seviyede olduğunu belirtmektedirler. Buna ek olarak görüşmeciler genel itibariyle Türklerle ve Kayseri halkıyla olumlu ilişkiler kurduklarını ifade etmektedirler. Görüşmecilerin hemen hepsi Türkiye devletinin sığınmacılara sağladığı imkanlara şükran duyduklarını ifade etmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Din Psikolojisi, Suriyeliler, Vatan Algısı, Savaş, Kayseri



* Bu çalışma, “Kayseri’deki Suriyelilerde Kültürel Uyum ve Din” (2019) başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

^a Arş. Gör., Erciyes Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, tanriverdi@erciyes.edu.tr

^b Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, mustafaulu@erciyes.edu.tr

THE HOMELAND PERCEPTION IN SYRIANS IN KAYSERİ, OPINIONS, AND THOUGHTS ON THEIR PRE AND POST WAR EXPERIENCES

Abstract

In the study, the perceptions and thoughts of Syrians residing in Kayseri about their homeland perception and before and after the war were discussed. In the study, the phenomenological method, one of the qualitative research techniques, was adopted. In the study, interviews were conducted with 23 people between the ages of 14-52. A semi-structured interview form was preferred during the meetings. In addition to the interviews held between 2017-2019, temporary education center, home visits, and observations were made in places where Syrians are concentrated. As a result, it is seen that some male asylum seekers need new living space, and with the effect of this need, the homeland is envisioned not as a place of belonging but as a structure that is lived in and whose nature is variable. Almost all of the interviewees, they declare that they want to become citizens of the Republic of Turkey. Regarding the pre-war situation, it was determined that they were subjected to the oppressive and sometimes oppressive attitudes of the state, they could not live their religious lives comfortably, they could not reveal their thoughts, and they were always living with the fear of being followed by Syrian intelligence. Regarding the war, the regime deals with issues such as the pressures against the Sunni people, the effects of the external powers, the flaws in respect of religious values and servitude to God, and the material ambitions of some individuals and explain the reason for the war to begin. In addition, the interviewer, Syrians in Turkey as they see three classes which are good and bad people, moderate people who are neither good nor bad. Syrians think that women have more rights about the structure of Turkish society and that Turks are free. However, they state that the social life is more durable in Syria, life flows more slowly, and the cost of living is lower than in Turkey. Besides, the interviewees state that they have established positive relations with the Turks and the people of Kayseri in general. All of the interviewees stated that they are thankful for the opportunities provided by the Turkish government to refugees.

Key Words: Psychology of Religion, Syrians, Perception of the Homeland, War, Kayseri



Giriş

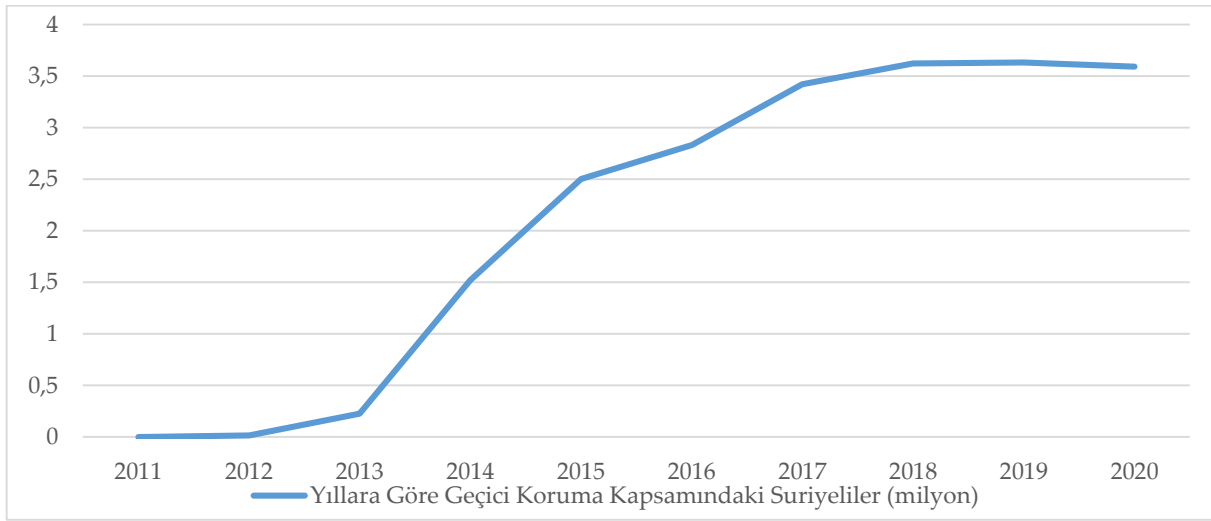
Çağlar boyunca insanların göç etmelerinin nedenleri arasında doğal afet ve felaketler, iklim değişikliği sebebiyle oluşan kuraklık, kaynakların yetersizliği sebebiyle oluşan rekabet ve buna bağlı olarak gerçekleşen savaşlar önemli bir rol oynamıştır ve halen de oynamaktadır. Bunun sonucunda ise köklerinden kopmak zorunda kalan insanlar, can ve mal güvenliğini sağlayabileceklerini düşündükleri bölgelere umuda yolculuk etmektedirler.

Zaman içerisinde gerek ülkelerarası savaşlar gerekse dini, etnik, ekonomik çekişmeler ile bununların neticesinde meydana gelen iç savaşlar, büyük kitlesel göç dalgaları meydana getirmiştir. Modern zamanlarda da durum çok değişmemiş ve insanlar söz konusu nedenlerle halen göç etmek zorunda kalmışlardır. Bu sebeple bazı araştırmacılar içinde bulunan dönemi *göç çağı* olarak isimlendirmeye başlamışlardır (Castles vd., 2014). Birleşmiş Milletler'in verilerine göre 2010 yılında 220 milyon civarında olan uluslararası göçmen sayısı 2017 yılında yaklaşık olarak 258 milyona ulaşmıştır. Tüm uluslararası göçmenlerin yaklaşık üçte ikisi Asya'da (79,5 milyon) veya Avrupa'da (77,8 milyon) yaşamaktadır. Kuzey Amerika (57,6 milyon) ise en fazla uluslararası göçmene ev sahipliği yapmada

üçüncü sırada yer almaktadır. Bunu sırasıyla Afrika (24,6 milyon), Latin Amerika ile Karayipler (9,5 milyon) ve Okyanusya (8,4 milyon) takip etmektedir (*International Migration*, 2017). Anadolu toprakları ise içerisinde bulunulan şartlar ve durumlara bağlı olarak yoğunluk durumu değişebilmekle birlikte sürekli olarak göç olgusunun muhatabı olmuştur. 1922'den 2011 yılına kadar Türkiye, Yunanistan'dan, Balkanlardan, Almanya'dan, Bulgaristan'dan, Halepçe katliamından sonra ve Birinci Körfez savaşından sonra olmak üzere 2 defa Irak'tan, Yugoslavya iç savaşı döneminde Bosna'dan, Kosova'dan ve Makedonya'dan gelen insanları himaye etmiştir. Bu açıdan Türkiye Cumhuriyeti, kuruluşundan günümüze yaklaşık 5 milyon insanı topraklarına kabul ederek dünya ülkeleri sıralamasında en çok göç alan 13. ülke konumunda yer almıştır (*International Migration*, 2017).

Son olarak ise Nisan 2011'den bu yana Suriye'de yaşanan iç karışıklıklar nedeniyle yaklaşık 3,6 milyon kişi Türkiye'ye sığınmıştır (*İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü*, 2020; *Türkiye ve Göç*, 2015, ss. 10-11). Bu açıdan Türkiye'de bulunan yabancıların kahir ekseriyetini Suriyelilerin oluşturduğunu ifade etmek mümkündür. Arap Baharı sürecinde Suriye'de yaşanan insani krizin büyümesi sonucunda 300-400 kadar Suriye vatandaşının, 2011 yılının Nisan ayında Türkiye sınırına doğru hareketlenmesi, toplu bir nüfus hareketinin ilk adımını oluşturmuştur. Suriye'deki durumun ciddiyetini koruması ve sığınmacıların ülkelerine güvenli dönüşlerine imkân verecek koşulların sağlanamamış olması nedeniyle söz konusu sığınmacılara hiçbir ön koşul aranmadan geçici koruma sağlanmıştır (*Türkiye ve Göç*, 2015, ss. 26-27).

Şekil 1. Türkiye'de Yıllara Göre Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler (İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2020)



Suriyeli nüfusunun 2 milyona yakın bir kısmı erkek geri kalan 1,6 milyonluk kısmı ise kadın Suriyelilerden müteşekkildir. Yaklaşık 2 milyonluk erkek nüfusunun takriben 800 bini de 15 yaş altı çocuk ve 55 yaş üstü yaşlı erkekler oluşturmaktadır. Yine kadın nüfusunun aynı kesimi içinde erkekler kadar olmasa da benzer rakamlar geçerlidir (*İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü*, 2020).

Suriyelilerin yaklaşık 63 bini kamplarda yaşarken geri kalan 3,5 milyona yakın kesim ise kamp dışında yaşamaktadırlar. Hatay'da 3, Kilis, Adana, Kahramanmaraş ve Osmaniye'de 1'er adet olmak üzere toplamda 5 ilde 7 tane geçici barınma merkezi mevcuttur (*İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü*, 2020).

Kamp dışında kalan Suriyelilerin Türkiye'deki şehirlere göre dağılımı ise şu şekildedir: Türkiye'de şehirlerdeki Suriyeli yoğunluğu açısından ilk sırada İstanbul yer almaktadır, ikinci sırada Gaziantep, üçüncü sırada da Hatay gelmektedir. Bu şehirler dışında Şanlıurfa, Adana, Mersin, Bursa, İzmir, Kilis, Konya, Ankara, Mardin ve Maraş illeri de en yoğun Suriyeli nüfusunun olduğu diğer illerdir. Kayseri ise bu şehirlerin ardından en fazla Suriyeli mülteciye ev sahipliği yapan 14. şehirdir. Kayseri'de İç İşleri Bakanlığı Göç İşleri Müdürlüğü'nün rakamlarına göre 77.062 tane Suriyeli yaşamaktadır ki bu sayı Kayseri'nin nüfusunun yaklaşık olarak %5,48'lik bir kısmına denk gelmektedir (*İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü*, 2020).

Suriyelilerin ikamet ettikleri bölgelerdeki kişilerle etkileşimleri, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanması, eğitim ve sağlık hizmetlerinden faydalanmaları gibi gereksinimler, yeni birtakım olgular meydana getirmiş ve bazı akademik araştırmalara da konu edilmiştir. Bu bağlamda konuyla ilgili olarak görülebilecek bazı çalışmalar şu şekildedir:

Apak'ın *Suriyeli Göçmenlerin Uyum ve Gelecek Beklentileri: Mardin Örneği* isimli yüksek lisans tezi, nicel araştırma yöntemi kullanılarak Mardin ilinde gerçekleştirilmiştir. 132 kişilik bir Suriyeli örneklemin uyum durumları, gelecek beklentileri, sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri anlaşılmasına ve analiz edilmeye çalışılmıştır (Apak, 2014). Erkan tarafından kaleme alınan *Suriyeli Göçmenler ve Dini Hayat: Uyum, Karşılaşma, Benzeşme Gaziantep Örneği* makalesinde ise Suriyeli göçmenlerin din algısı, Suriye'deki dini hayat ile Türkiye'de din ve dindarlık yorumu, dini yaşantı arasında bir karşılaştırma yapılmıştır. Çalışmada nitel yöntem tercih edilmiş ve 12 Suriyeli ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir (Erkan, 2016). Konuya dair bir diğer önemli çalışma da Arslan, Bozgeyik ve Alancioğlu'nun *Göçün Ekonomik ve Toplumsal Yansımaları: Gaziantep'teki Suriyeli Göçmenler Örneği* makalesidir. Gaziantep'te yaşayan Suriyelilerin sosyal ve ekonomik durumlarını tespit ederek mevcut problemleri ve beklentilerinin neler olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmanın evrenini Gaziantep'te yaşayan Suriyeliler oluşturmakta olup örneklem olarak seçilmiş 385 kişiye anket uygulanmıştır (Arslan vd., 2016).

Deniz, Ekinci ve Hülür tarafından kaleme alınan, 2016 yılı Kasım ayında İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınlarından çıkan *Bizim Müstakbel Hep Harap Oldu: Suriyeli Sığınmacıların Gündelik Hayatı Antep-Kilis Çevresi* isimli kitap çalışması da araştırma açısından önem arz eden bir eserdir. Suriyelilerin gündelik hayatına odaklanan çalışmada 67 Suriyeli ve 48 Türk vatandaşı olmak üzere toplam 115 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır (Deniz vd., 2016). Erdoğan'ın 2018 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları'ndan çıkan *Suriyeliler Barometresi Suriyelilerle Uyum İçinde Yaşamın Çerçevesi* adlı araştırma, Suriyeliler ve Türk toplumunun ortak yaşama durumları, öngörülleri, beklentileri, sorunları, endişeleri, iş birlikleri ve sosyal uyum süreçlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. 26 ilden 2089 Türk vatandaşına anket uygulanmıştır. Suriyelilere yönelik olarak ise 348'i kamp içinde 887'si kamp dışında olmak üzere 1235 Suriyeli hane ile görüşülmüş ve toplamda 7591 Suriyelinin verisine ulaşılmıştır (Erdoğan, 2018b). Erdoğan'ın konuya dair bir diğer çalışması *Türkiye'deki Suriyeliler-Toplumsal Kabul ve*

Uyum isimli kitaptır. Bu çalışma, Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi (HUGO) tarafından yapılan alan araştırması temel alınarak ortaya konulmuştur. 2014 yılında gerçekleştirilen araştırmada 18 yaş üzeri 72 Türk ve 72 Suriyeli ile görüşülmüştür. (Erdoğan, 2018a).

3,5 milyonun üzerindeki sayılarıyla toplumsal bir gerçeklik halini alan Suriyelilerin Türk toplumundaki psikolojik sorunları, eğitim durumları, Türk halkıyla ve kendi içlerindeki sosyal etkileşimleri, vatan algıları, savaş tecrübeleri, Suriye'deki durumları, inançlarının karşılaştıkları uyum problemlerine etkileri gibi birçok farklı durumun onların Türkiye'deki hayatlarına yansımaları, adaptasyon ve entegrasyonlarının nasıl gerçekleşeceği gibi psiko-sosyal anlamda oldukça önem arz eden problemler cevap beklemektedir. Buna rağmen halen bu topluluğun yeterli derecede tanındığı ya da bunun için gerekli araştırmaların en azından yeterli düzeyde yapılmış olduğunu söylemek güçtür. Yukarıda bir kısmı zikredilen kısıtlı sayıdaki araştırmada da İstanbul, Mersin, İzmir, Hatay, Konya, Şanlıurfa, Maraş, Mardin, Kayseri, Kilis ve Mersin gibi iller ele alınmıştır.

Kayseri ili özelinde bakıldığında sanayi, iş, sağlık, eğitim gibi imkânları sebebiyle çevre illerden göç alan geçmişte de İran, Afganistan gibi ülkelerden gelen göçmenlere ev sahipliği yapmış olan Kayseri, diğerlerinden hem göç nedeni hem göç dalgasının yoğunluğu açısından farklılık arz eden bir göç durumu ile karşı karşıya kalmıştır. Zira Suriye'den gelen göç dalgasının temel sebebi iç savaş ve insanî dramlar sonucu oluşan mecburiyettir. Ayrıca milliyetçi ve muhafazakâr yönüyle tanınan Kayseri, ilk defa farklı bir milletten 80 bine yakın insanın şehre göç etmesi durumuyla karşılaşmıştır. Ayrıca yapılan bazı ön görüşmelerde Suriyelilerin Kayseri'yi tercihlerinde dini faktörlerin rolünün olması din psikolojisi açısından konuyu daha ilgi çekici bir hale getirmektedir. Bu durum söz konusu olgunun Kayseri'de hem yerli halk hem de Suriyelilerin gözünden araştırılması ve bu konuda bilimsel çalışmaların yapılmasını gerekli kılmıştır. Bu çalışma da Kayseri ilindeki Suriyeliler özelinde söz konusu literatüre katkı sunma amacındadır. Suriyelilerin vatan algıları, savaş tecrübeleri ve Suriye-Türkiye mukayeselerine dair psikoloji alanındaki literatür oldukça kısıtlıyken konunun bir de Kayseri'deki Suriyeliler ekseninde Din Psikolojisi bilim dalının yöntem ve bakış açılarıyla ele alınmasının literatüre özgün bir katkı sağlayacağı bu durumun da araştırmanın önemini artıracığı düşünülmektedir. Bu bağlamda nitel araştırma yöntemi kullanılarak Kayseri'de yaşayan Suriyelilerin vatan algısı, savaş öncesi ve sonrası tecrübelerinin belirlenmeye çalışılması bu araştırmanın özgün tarafıdır. Araştırmadan elde edilen bulgular, literatürle karşılaştırmalı bir şekilde ele alınmaya ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

A. YÖNTEM

Araştırmada oldukça vatan algısı, savaş tecrübesi, Türkler ve Türkiye Cumhuriyeti hakkındaki düşünceleri gibi bireysel algıya dayalı konular ele alındığı için derinlemesine görüşmeler yapılması ve daha zengin bir içeriğe ulaşılması amaçlanmıştır. Bu sebeple nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen kullanılmıştır. Araştırmanın hedefleri doğrultusunda amaçlı örneklem yaklaşımlarından maksimum çeşitlilik örnekleme ile görüşülen kişilerden hareketle yeni kişilere ulaşmak hedeflendiğinden kartopu veya zincir örnekleme yöntemlerinden istifade edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2016, ss. 118-122).

Araştırmada veri toplanırken genç ve orta yaş grubundan Suriyelilerle yarı-yapılandırılmış görüşme formları ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Söz konusu grubun gündelik hayat içerisinde daha fazla tecrübe ve yaşantıya sahip oldukları, yaşantılarını aktarabilme konusunda daha uygun bir yaş aralığında yer aldıkları düşünülmüş bu doğrultuda söz konusu yaş grubu ile görüşmeler yapılmıştır. Bu amaçla yapılan görüşmeciler seçiminde en küçüğü 14, en büyüğü 52 yaşında olmak üzere 23 kişi ile mülakatlar gerçekleştirilmiş ve araştırma için gerekli veri zenginliği sağlandığı düşünüleneye dek yapılan görüşmeler devam ettirilmiştir. Mülakatların yanı sıra geçici eğitim merkezi, ev ziyaretleri, Suriyelilerin yoğun olduğu mahalleler gibi durum ve mekanlarda gözlemler yapılmıştır. Mülakatlar sırasında ses kayıt cihazı ile kayıt yapılacağı, kimlik bilgilerinin hiçbir şekilde açığa çıkarılmayacağı kendilerine bildirilmiş ve mülakatlardan önce görüşme formunu incelemeleri talep edilmiştir. Gizliliğin korunması adına görüşmecilere anonim isimler verilmiş ve akademisyen olarak faaliyet gösteren kişilerin sayısı daha az olduğu için meslekleri öğretmen olarak belirtilmiştir.

Mülakatların bazıları Suriyeli bireylerin izinleri alınarak ev ziyaretlerinde, bir kısmı geçici eğitim merkezlerinde, bazıları ise önceden randevulaşarak belirlenen farklı dış ve iç mekanlarda gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar esnasında hem belli bir sınır çizmesi hem de esneklik sağlaması bakımından araştırmanın amaçlarına daha uygun hizmet edeceği düşünüldüğü için yarı-yapılandırılmış görüşme formu tercih edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 132). Mülakat süreleri yaklaşık olarak 50-120 dk. arasında değişmiştir. Görüşmeler 2017-2019 yılları arasında gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler esnasında araştırma sorularından hareketle düzenlenen ve araştırma ilerledikçe kısmî birtakım düzeltmelere tabi tutulan sorular görüşmecilere yöneltilmiştir. Yabancı dil engelinden ötürü bazı mülakatlar Arapça bilen tercümanlar eşliğinde, diğer görüşmeler ise Türkçe bilen katılımcılarla Türkçe olarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca kadınların çeşitli çekincelerle (araştırmacının erkek olması gibi) araştırmaya katılma konusunda pek gönüllü olmamaları kadın katılımcı sayısının daha kısıtlı olmasına yol açmış ve toplam 23 görüşmecinin 16'sını erkekler, 7'sini ise kadınlar teşkil etmiştir. Bunun yanı sıra bazı Suriyelilerde gözlenen araştırmanın istihbarat adına yapılması gibi bazı çekincelerden dolayı da birtakım soruların cevaplarını almak için kendilerini sadece araştırma amaçlı bir görüşme olduğu hakkında bilgilendirmenin yanı sıra ikna etmek de zor olmuştur. Son olarak görüşmecilerin Suriyeli olmalarından ötürü bazı ifadelerin Türkçe olarak anlaşılabilmesi adına bazı izahlar metne parantez içinde eklenmiştir.

Ayrıca araştırmada geçerlilik ve güvenilirlik açısından da çeşitli yöntem ve tekniklerden istifade edilmiştir. Bu çerçevede çeşitleme yönteminin alt tekniklerinden olan ve farklı özelliklere sahip katılımcıların araştırmada ele alınması çabasını ifade eden veri kaynaklarının çeşitlendirilmesi tekniği kullanılmıştır. Bu stratejiye ek olarak araştırmacının ulaştığı bulguları çeşitli yönlerden karşılaştırarak ve yorumlayarak katılımcıların söylemlerinin altındaki örüntüleri ortaya çıkarma çabasını ifade eden derinlik odaklı veri toplama yöntemi ile konunun uzmanlarının araştırmaya dair değerlendirmelerinin istendiği uzman incelemesi yönteminden de istifade edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2016, ss. 277-280).

Verilerin analizi için Nvivo12 nitel analiz programı kullanılmış ve söz konusu program ile temalar oluşturularak çalışmanın saha araştırması bölümünün bulgular ve yorum kısmındaki ilgili başlıklar meydana getirilmiştir.

Bu koşullar altında temel olarak “Kayseri’de ikamet eden Suriyelilerin vatan algısı, ülkelerindeki savaş ve sonrasında yaşadıklarına dair görüş ve düşünceleriyle dini algıları ve kültürel uyumları arasında nasıl bir ilişki vardır?” sorusuna cevap aranmaktadır. Ayrıca bu temel soru, aşağıdaki sorularla derinleştirilmeye çalışılmıştır:

- Suriyeliler vatan mefhumunu nasıl algılamakta ve Türk vatandaşlığı konusunda ne düşünmektedirler?
- Suriyelilerin savaş öncesinde Suriye’nin genel (siyasi, kültürel, ekonomik, dini) durumuna ilişkin duygu ve düşünceleri nelerdir?
- Suriyelilerin savaşın çıkışına ilişkin duygu ve düşünceleri nelerdir? Bu kanaatler, onların dini ve psikolojik durumlarını nasıl etkilemektedir?
- Suriyelilerin Türkiye’deki Suriyelilere ilişkin düşünceleri nelerdir ve kendi aralarındaki ilişkiler nasıldır?
- Uyum sürecinde Suriye ve Türkiye’yi nasıl değerlendirmekte ve karşılaştırmaktadırlar?
- Suriyelilerin Türklerle sosyo-kültürel ilişkileri nasıldır?
- Türkiye Cumhuriyeti devleti hakkında Suriyeli sığınmacıların duygu ve düşünceleri nelerdir?

B. BULGULARIN YORUMLANMASI

Çalışma sonucunda elde edilen veriler, Nvivo 12 programı ile analiz edilmiş ve bulgular, betimsel analiz çerçevesinde yorumlanarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1. Suriyelilerin Vatan Algıları ve Vatandaşlık Arzuları

Suriyelilerin vatan algısı ve vatandaşlık arzusunun uyum sağlama konusunda sığınmacıların motivasyonlarını ve anlam şemalarını etkileme potansiyeli bulunmaktadır. Bu bağlamda değinilmesi gereken meselelerden bir tanesinin vatan olması, Suriye’den ayrılmakla ilgili duygu ve düşünceleri ön plana çıkarmaktadır. Bu çerçevede katılımcıların görüşlerinden bazı örneklerle aşağıda yer verilmektedir:

“Vatan sevgisi, o ayrı bir şeydir... elhamdülillah... hayat şartları olarak... Türkiye daha güzeldir... ama şey olarak mesela... babam, annem, Suriye’de... illaki... özlem... hasret oluyor.” (Ebubekir, 34 yaş, öğretmen).

“Yaşı küçük insanlar, burada Türk gibi yaşıyor. Ama ben... Suriye’yi unutmuyorum. Benim... eğitim hatıram... kültür hatırası... aşk hatırası Suriye’de, her şey Suriye’de... unutmak istiyorum, çünkü hayatım zor, yorgun vs. Ama mümkün değil... bazı genç var mesela... 21-22 yaşında geldi. Yaşıyor, Türkçe konuşuyor... onun hatırası küçük... yeni hatıraları olabilir. Ama ben 30’dan sonra geldim, zor... gurbet hissetmiyorum. Ancak hakikatte ben gurbetteyim.” (Hasan, 38 yaş, öğretmen).

“Vatanımızı bıraktık bize çok ağır geldi.” (Ömer, 35 yaş, boyacı-işçi).

“Vatan anne gibi... ilk geldiğimde tabi... çok zorluk çektim ve videolara bakıyordum keşke benim mahallem(den) geçseler oradan resim alsalar diye... ağlarken... ama elimizden bir şey gelemiyor yani gelse bile bizde oraya gideceğiz ve bir saat iki saat kalmayacağız öleceğiz ya da burada kalacağız bir şekilde bizim aile devam hayat devam edilecek daha gücümüzü alsak ve o zaman dönebiliriz ancak... vatan tabi yani keşke kimseye bırakmasak... daha sakın daha mükemmel yıldızlarda kalırsın ya da saraylarda kalırsın sen köyün ve vatanın nasıl olursa olsun çok özleyeceksin ve gitmek istiyorsun... şimdi biz ne kadar burada toplansak ya da ne kadar ev alsak ya da bir şey yapsak sonuçta oradaki vatan... kim sahip çıkacak... bu süreç inşallah yakın zamanda biter ve hem de Türkiye ye yani bir iyilik yapmış oluruz, inşallah bir şey vermiş oluruz. Bir belgelerimiz eğitimlerimiz aynı zamanda Suriye bize çok ihtiyacı var... biz sahip çıkmasak kim çıkacak Suriye ye Çin mi yoksa Rusya mı yoksa kafirler mi?” (Cemal, 24 yaş, üni. ögr.-tercüman- öğretmen).

“Orası benim vatanım değil mi... anam babam orada... insanın vatanından ayrılması kötü. Evinden, işinden, dostlarından, akrabalarından, kardeşlerimizden ayrı...” (Halis, 52 yaş, ayakkabı imalatçısı).

Çalışmaya katkı sağlayan Suriyelilerin beyanlarından anlaşılabilirdiği kadarıyla, katılımcıların büyük çoğunluğunun Suriye'ye dair güçlü bir aidiyetlerinin olduğu söylenebilir. Birçoğunun Suriye'ye özlem duyması ve Suriye'den ayrılmanın kendilerine oldukça zor gelmesi, hatta vatanın anneye benzetilmesi, katılımcıların çoğu açısından Suriye'nin hala vatan olarak algılandığı konusunda kanıt olarak gösterilebilir. Bu doğrultuda katılımcıların önemli bir kısmının kendilerini Suriye'ye ait hissettikleri ve Suriye'yi de kendilerine ait hissettikleri yorumunu yapmak mümkündür. Zira görüşmecilerden birisinin de ifade ettiği gibi “Suriye'nin kendilerine ihtiyaç hissettiği ve onların da Suriye'yi başkalarına bırakmamak adına imkânlar müsait olur olmaz Suriye'ye sahip çıkmak istedikleri” anlaşılmaktadır. Ayrıca yaşı ileri olan katılımcıların Suriye ile daha güçlü bir bağ tesis ettiği görülmektedir ki, bu da makul gözükmektedir. Yine katılımcılardan birisinin ortaya koyduğu gibi kendisi hayata gözlerini orada açmıştır. Aşk, eğitim, kültür gibi birçok hususiyetle ilgili hatıraları orada yer almaktadır. Bu noktadan hareketle Suriye ile ilgili daha güçlü hatıraları olanların özellikle uzun süre orada yaşamış olan katılımcıların kendilerini Suriye'ye derin bir şekilde bağlı hissettiklerini ileri sürmek mümkündür. Ayrıca değer verdiği dost, akraba veya aile çevresi göç etmeyip Suriye'de kalmış olan kişilerin de Suriye'ye yönelik güçlü hisler ve bağlara sahip oldukları, oraya yönelik derin özlem duyguları içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Suriye'ye yönelik bu tarz bağlılık ve özlem duygusu güçlü olanların Suriye'nin düzelmesi halinde dönüş ihtimallerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bundan dolayı söz konusu grubun Türkiye'ye yönelik olumlu duygular beslemeleri ve Türkiye halkı ile iletişim kurmaları halinde uyum motivasyonunun artacağı aksi takdirde ise bu motivasyonun olumsuz etkileneceği anlaşılmaktadır.

Sığınmacıların Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak ile ilgili düşünceleri de kültürel uyum stratejisi geliştirmeleri hususunda belirleyici etkenlerden birisidir. Zira bir ülkeye uyum sağlama düşüncesinde olan insanların o ülkenin vatandaşlığını arzulama ihtimallerinin oldukça yüksek olduğunu düşünmek mümkündür. Aynı şekilde vatandaşlık hakkında olumsuz kanaat taşınması da

uyum sağlama noktasındaki arzuya dair fikir verebilecek bir husustur. Bununla birlikte özellikle Suriyeli sığınmacılar bağlamında insanların kendilerini uyum sağlama amacıyla değil, güvence altına alma gayretiyle de hareket edebileceklerini göz önünde bulundurmamak gerekir. Ayrıca bu güvence sağlama arzusunun da uyum sağlama motivasyonunu artırabilmesi imkân dâhilinde yer almaktadır. Bu doğrultuda katılımcıların Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığı konusundaki duygu ve düşüncelerinden öne çıkan bazı ifadeler şu şekildedir:

“Tabii, istiyorum. Ben hayatım(ı)... Türkiye’de geçirmek istiyorum... inanıyorum ki Türkiye, Müslüman bir ülke. Müslümanların geleceği Türkiye’ye bağlı... ve Türkiye İslam’a bağlı. Başka bir şey diyemezsin...” (Bünyamin, 21 yaş, üni. öğr.-grafik tasarımcı).

“Ben Filistin’den Suriye’ye, Suriye’den Türkiye’ye geldim... ben mesela hiç yani istikrar görmedim, bilmiyorum. Kendimi vatansız hissediyorum. Yani, ben bir vatana ihtiyacım var yani. Yani, öyle yani bence çok zor bir şey... hem güvenmek ihtiyacım var hem vatan ihtiyacım var. Bunlar, her şeyden şu an benim için daha önemli. Yani, ben şu an yani mesela Türk vatandaşı olmayı çok istiyorum... ben Suriye’de iken... bütün haklarım var(dı)... sadece bir kâğıt eksik ve bu... bende eksik yarattı yani... çünkü... her insan... bir vatandaşlığı olması gerekiyor.” (Firdevs, 23 yaş, üni. öğr.).

“Ben Türkiye’yi çok seviyorum, vatandaş olmak istiyorum... vatandaşlık alırsam yapmak istediğim projelerim var... oğlum şu an vatansız, onun için vatandaş olmayı istiyorum, yani bir ülkeye ait olmak ve uyum sağlamak istiyorum. Bunun için de en elverişli ülke Türkiye... Bazen öğretmenlik yapıyorum burada... vatandaş olmak istiyorum, burası benim vatanım, onu öğreteceğim. Suriye kalmadı.” (Abdullah, 30 yaş, grafik tasarımcı).

“Bir dedem... Türk’tü... araştırdık... bilgiler getirdik Suriye’den... aile olarak aldık... Başka yere gitmek için... başı ağrıtmayın diye hiçbir ülke Suriyelileri kabul etmiyor. Ama Türk olarak giderse... başka ülkeye gidebilir... bilmiyorsunuz yani, ne olacağını... belki bir gün kötü bir kişi gelecek, Suriyelileri çıkartacak. Yani, nereye gideceğimiz de belli değil. Çıkartırsa... kimse bizi almayacak. Onu da düşündük.” (Selma, 21 yaş, üni. öğr.).

“İsterim tabii... Biz, bu milletle yaşadık, iyisini gördük kötüsünü gördük. Ama iyiler fazla... Onlar gibi, onlardan biri olmak bizim için şereftir... Araplar, Arap olmalarına rağmen bizim için kötü şeyler yapmış... ama Türkiye Suriyeliler iyisini, kötüsünü bakmadan kapıları açtı... bizim için yaptığı şey, başkası yapmamış. O yüzden... onlardan biri olmak benim için şeref. Gurur duyarım yani. Kayıta olmak, ya da sen Türk olarak öyle söylemiyorum yani. Onu herhangi bir şeyde (ortamda) derim yani.” (Yusuf, 22 yaş, üni. öğr.- grafik tasarımcı).

Görüşmecilerin önemli bir kısmının Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayı istedikleri anlaşılmaktadır. Ancak bu durumun arka planında yer alan endişeler veya istekler birbirinden farklılık arz edebilmektedir. Bazı katılımcılar, bunu bir şeref payesi olarak değerlendirmekte ve Türk vatandaşı olmanın kendileri için bir gurur vesilesi olacağını ifade etmektedirler. Bu durumdaki bazı katılımcıların Türkiye ve Türk vatandaşlığını önemsedikleri, Türkiye’ye İslam’ın geleceği gözüyle baktıkları, ayrıca Arap ve diğer ülkelere nazaran sığınmacılara pozitif yaklaşan Türkiye’nin vatandaşı olmanın önem arz

ettiğini vurguladıkları görülmektedir. Bazı katılımcılar ise Türk vatandaşı olma arzularının altında yatan motivasyonun, kendilerini güvende hissetmek veya Suriye'deki istikrarsızlık durumunun ortaya çıkardığı vatansızlık duygusundan kurtulma gayreti olduğunu ifade etmektedirler. Bu bağlamda bazıları, kökenlerindeki Türklüğü bu gaye için vasıta kılarak herhangi bir olumsuzluğa karşı vatandaşlık temin etmişlerdir. Bazıları ise vatandaşı olmayı temenni etmektedirler. Bu durum ise psikolojik açıdan anlaşılabilir, zira Maslow'un ifadesiyle insanın fizyolojik ihtiyaçlardan sonra en temel gereksinimi, güvenlik ihtiyacı; onun ardından ise ait olma ihtiyacıdır (Forsyth, 2017a, ss. 296-297). Ayrıca Erich Fromm'da ifadesini bulan "kökleşme ihtiyacının" da konunun anlaşılmasında yardımcı olabileceği düşünülebilir. Fromm tarafından dünya üzerinde yaşarken bir yandan da "evde" olma duygusunu ifade eden aidiyet ihtiyacının "kökleşme" veya bir köke sahip olma deneyimi şeklinde tezahür ettiği vurgulanmaktadır. Kökleşme Fromm'un düşüncesinde insan varoluşuna ait önemli bir gereksinimdir ve bu ihtiyaç, ana rahminden ayrılma ile başlayan bir serüvendir. Ona göre "kardeşlik" öteki ile üretken ve verimli bir ilişkiyi simgelerken, "ensest" "anneden, kan bağından, toprağından koparılmaya karşı gerileme bir direnci" simgelemektedir ve insanoğlunun özünde böyle bir direnç gösterme eğilimi mevcuttur (Forsyth, 2017b, ss. 214-215). İnsanın içerisinde yer aldığı ve kendisini ait hissettiği kültürün ve toprağın bir tür anne rahmi gibi yabancı unsurları dışarıda bırakan bir mahiyete sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Kendi kültürünün "koruyucu" ve "kuşatıcı" çeperlerinde yaşayan bir bireyin "zorunlu" olarak bu konforlu alanı terk etmesinin onda bahsi geçen direnç mekanizmalarını harekete geçirmesi ve aidiyetlerini koruma arayışına sevk etmesi oldukça mümkündür.

Bu çalışma gerçekleştirilirken dikkat çeken hususlardan birisi de özellikle bazı erkek sığınmacılarda görülen farklı vatan algıları veya tasavvurlarıdır. Bu tasavvurların bazılarına konu açısından gerekli görüldüğü için aşağıda yer verilmektedir:

"Bir gün mesela, devlet (hükümete) gelirse bizi çıkarmaya çalışıyor... 3 milyon kişiyi sen göndereceksin. Bu 3 milyondan bir grup Türklere savaş çıkacak. Tamam, ben düşünüyorum, tamam bu ülke istemiyor, ben giderim. Ama bazı insanlar düşünmüyorlar ki... diyor ki, 'o sizin yeriniz değildir, Allah size vermedi. Sizin adınızla yazmadı.'" (Bünyamin, 21 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

"...bizim ana düşmanımız kim... İngiliz, Fransız... Peki, İngiliz senin düşmanın ise... İngilizlerin verdiği vatan... ya da çizdiği sınırlar niye vatan olarak kabul ediyorsun... İngilizler bize verdiği vatana ya da sınır(ı). Vatan olarak kabul ettik ve onu savunmaya başladık... İngilizleri düşman olarak düşünüyorsan, İngilizlerin... yaptıklarını kabul etmeyeceksin... Ama... İngilizler(i) düşman olarak düşünüyor ama... birbirimize düşüyoruz. ... ben... Arap'ım mı, değil mi hiç önemi yok... Müslümanım bitti, elhamdülillah... önceden de düşünüyordum... Türkiye'de yaşadığım için bunu düşünmüyorum... burada yok, daha çok ırka önem veriyorlar, o yüzden biraz ırkçılık yaşıyor burada... ırk önemli değil benim, vatan da önemli değil. Vatan derken, yine aynı konuya geliyoruz, Fransızlar, İngilizler bana çizdiği sınır, benim vatanım değil bir kere... 2 hafta önce tartıştık bir arkadaşla. Vatanın nedir, dedim... şu sınırın içindeki toprak mı? Dedim. Evet dedi... referandumdan önce, Hatay senin vatanın değildi, daha sonra senin vatanın içinde oldu... Bu nasıl bir vatan... büyüyor,

küçülüyor... bu değişen bir vatan, vatan olmaz dedim ona... sonra sustu. Tabi ki inanmadı... Ben şey dedim yani, değişen bir vatan benim vatanım değil dedim. Ben de Suriye benim vatanım değil. Ben şu an nerede yaşıyorum, burada yaşıyorum, benim vatanım burada. Ben nereye gitsem... nerede yaşasam, orası benim vatanım. Ya da Müslüman nereye yaşadığıysa orası benim vatanım yani. Onu savunurum... yani Müslüman toprak olsa, orada benim vatanım onu savunurum. Yani şu anda yurtdışından... Türkiye'ye karşı bir savaş olsa ben gitmez miyim? Giderim tabi. Çünkü bu benim vatanım. Şey katmayalım yani, şu Türk vatandaşlık... Çünkü burası Müslüman bir toprak... ya da ne bileyim şu anda atıyorum, Türkiye arkadaşlar Hindistan Pakistan'a saldırdı. Buradan bir şey gidecek... giderim. Orada Müslüman toprak. O yüzden "vatan" meselesi... daha dine yakın olması, daha din bakımından olması lazım... fiziki olarak bakmayacaksınız..." (Usman, 31 yaş, tercüman).

"Ben, şey vatanımı çok severim... hem Türkiye hem Suriye anlamında. Çünkü ben şeye bakmıyorum, ırka, biz bir milletiz, bu yüzden ben ne için çalışıyorsam bizim milletimiz için çalışıyorum... Bizim vatanımız nerede? Tüm dünyada, nerede kardeşler var, orası bizim vatanımız." (Mustafa, 28 yaş, üni. ögr.-tercüman-dernek görevlisi).

Katılımcılardan birisinin bazı Suriyelilerin Türkiye'den çıkarılmaları halinde savaş çıkarma potansiyelleri taşıdığını söylemesi dikkat çekicidir. Bu düşüncenin geri planında ise Türkiye'nin sadece Türkiye halkına ait bir vatan olmadığı, Allah'ın yarattığı bir toprak parçası olduğu düşüncesi yer almaktadır. Bu düşüncedeki kişilerin yurtlarından çıkmak zorunda kaldıktan sonra tutundukları yeni toprağı benimsedikleri görülmektedir. Ancak burada başka bir milletin egemenliği altında bulunan bir devletin olduğu gerçeğinin göz ardı edildiği ve oradan koparılma tehlikesi karşısında mantığa büründürme savunma mekanizması geliştirdiklerini ifade etmek mümkündür. Yine diğer görüşmecilerin İslam inancından beslenerek Müslümanların yaşadıkları yeri vatan olarak görmeleri, Osmanlı Devleti'nin yıkılması sonrasında gelişen birtakım hadiselerle dayanarak etnisiteye dayalı vatan algısını reddetmeleri ve "ben nereye gidersem vatanım orası" gibi ifadeler kullanmalarının da mantığa büründürme savunma mekanizmasıyla açıklanması makul gözükmektedir. Bu doğrultuda ilgili kişilerin var olan hayat alanlarından ayrılmak zorunda kaldıkları ve bir hayat alanına ihtiyaç hissettikleri, bu ihtiyacın etkisiyle de vatanın kökensel olarak ait olunan yer değil, içinde yaşanan ve mahiyeti değişkenlik arz eden bir yapı olarak tasavvur edildiği düşünülmektedir. Yine Suriyelilerin vatan algılarına ilişkin farklı bir şehirde yapılan bir çalışmada da bazı sığınmacıların benzer vatan algısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Demirbaş vd., 2018, s. 257). Burada, Festinger'in ortaya koyduğu üzere bir bilişsel çelişkinin yaşandığı görülmektedir. Diğer deyişle, yaşanan durumla bireyin bilgi, inanç veya düşünceleri çelişiklik arz etmektedir. Bu çerçevede kişi bunu giderme gayretine düşerek ortaya konulan eylemi, inancı yahut olaya ilişkin algıyı değiştirerek yaşanan bilişsel çelişkiyi gidermeye çalışmaktadır (bkz. Festinger, 1968). Ayrıca burada hatalı bir akıl yürütme tarzının ortaya konduğu da düşünülebilir. Zira vatanın sınırlarının çizilmesinde en etkili faktör, vatan uğrunda verilen mücadeledir.

Son olarak konuyla ilgili önem arz ettiği düşünülen meselelerden birisi de Türk halkı arasında da belirli derecede yaygınlık kazandığı söylenebilecek olan Suriyelilerin vatanı için savaşmaktan

kaçındıkları ve vatanlarına ihanet ettikleri düşüncesidir. Bu konuyla ilgili olarak Suriyeli katılımcıların bazılarının görüşleri şu şekildedir:

“Şu an yaklaşık 1 milyon şehidimiz var, gerçekten 1 milyon... bu kadar silah kullandılar ki, yani başka çaren kalmıyor. Gerçekten yani, bu oda gibi bomba atıyorlar. Yani, duracağın bir yer yoktu yani, tamam ben vatanımı savunacaktım ama hiçbir şey yoktu... biz kaçmadık, kaçmaya zorlandık... hayatımızı kurtarmamız gerekiyordu...” (Bünyamin, 21 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

“Burada bize vatan haini diyorlar... vatan haini derken, burada bir savaş var... herkes savaşa gitmiş, sen burada kaldın ya da sen Avrupa'ya gittin... vatan hainlik böyle yapılır. Ama bizim orada durum çok farklı... çıktık sokaklara... kurşunla vurmaya başladı... biz silahsız... ilk başta biz sadece... Esed'i istemiyoruz diye çıktık. Bizi... öldürmeye başladı... bir sürü insanlar... önümüzde... öldürüldü... Amerika olsun... İsrail olsun vs. Bunlar... olaylar(ı) karıştırmaya başladı... Esed'in kendisi de birkaç muhalif grubu oluşturmuştur yani, silah vermiş. Yani, biz burada sivil insanları öldürmüyoruz, diye bu şeyler yapmışlar... yani, orada... 2 grup savaşıyor diye bir şey yok. Esed'in var uçakları, füzeleri, askerleri, silahları vs. Biz... birkaç kişi neydi adı, kalaşnikof(u var sadece)... Havadan geliyor füze, bumm. 2-3-10 ev yıkıyor, insanlar ölüyor, ben de yaşadım yani... Yani... orada kaçmamak durumun yok... kiminle savaşacaksın, uçakla mı?... baksan şimdi Suriye'den kaçanlar... hepsi Sünni zaten... Şiilere zaten hep silah vermişler, bizi öldürmeye başlamışlar... o yüzden... biz... vatana ihanet etmedik... biz, savaştan kaçmamışız... öldürülmekten kaçmışız... orada oturup ölmenin bir anlamı yok... hala da yok... ölsem ne olacak ki? Boşa öleceksin... bu intihar sayılır... burada oturacaksın, bekleyeceksin füzeyi... uçak gelecek, seni öldürecek... Hz. Peygamber (s.a.v), Mekke'den Medine'ye hicret ederken vatan haini miydi? Haşa ve kella. Vatanı mı satmış, vatansız mıydı?... Yani, Suriyeliler vatan haini, vatansız, vatan satan... o zaman, Peygamberimiz (s.a.v)'de aynı şey diyeceksin... madem... o kadar vatanını seviyorsun, git PKK ile savaş... Sen gitsen, PKK'yla savaşacağım, buradan gitsen yani, mantıksızlık. Ama sen Suriye'den niye çıktın? Niye vatanını sattın diyeceksen, ben de aynı cevabı vereceğim...” (Usman, 31 yaş, tercüman).

“Çok duyuyoruz... Suriyeliler... sahip çıkmadılar vatanına... bıraktılar buraya geldiler onlardan ne hayır bekliyorsunuz... çok korkan bir adamlar... kadınlar gibi saklandı Türkiye'de... biz ne diyecektik bu kardeşlerimize... fitne içerisinde ne arayabilirsin ki... o zaman mesela 1980'lerde neden Almanya'ya gittiniz diyemiyoruz... çünkü burada biz bir misafiriz... sessiz kalacağız... nasıl istiyorsanız dememiz gerekiyor” (Cemal, 24 yaş, üni. ögr.-tercüman-öğretmen).

Konuyla ilgili olarak iki unsurun öne çıktığı düşünülmektedir. Bunlardan birincisi Suriye'deki savaşın klasik bir savaş olmayıp bir iç savaş olduğu vurgusu, diğeri ise konuyla ilgili olarak verilen birtakım savunmacı örneklerdir. Öncelikle Suriye'deki savaş ile ilgili düşünceler ele alındığında bu konuda katılımcıların haklılık paylarının bulunduğu düşünülmektedir. Zira Suriye'de yaşanan savaşta ülkenin bir olup herhangi bir yabancı unsurla savaşmadığı bizzat ülke yöneticileri ile halkın çoğunluğu

arasında cereyan eden ve tarafların net olmadığı bir durum mevcuttur. Çatışma içerisinde yer alan tüm unsurların aynı ülkenin vatandaşı olması, hatta belki de arkadaş, kardeş, akraba olabilmesi durumu dahi söz konusu olabilmektedir. Ayrıca, devletin ağır silahlarla ve hava destekli olarak muhalif kesimlere saldırdığı buna karşılık muhalif kesimlerin ise çok daha zayıf silahları olup hava desteği olmadığı da hatırdta tutulmalıdır. Bu noktada sığınmacıların ilgili ortamı terk etmeleri insanın psikolojik yapısı açısından anlaşılabilir bir husustur. Zira burada Freud'un vurguladığı şekliyle yaşama içgüdüsünün etkinliğinin söz konusu olduğu savunulabilir (Forsyth, 2017c, ss. 18-22). Bununla birlikte sığınmacıların kendi durumlarını Hz. Peygamberle mukayese ederek, kendilerine vatan haini diyenlerin Hz. Peygamber'i de vatan haini saymış olacakları, Türklerin de 1980'lerde Almanya'ya göç ettikleri veya kendilerini ayıplayanların PKK ile savaşa gitmediklerinden ötürü kendileri ile aynı durumda oldukları akıl yürütmelerinin hatalı olduğu düşünülmektedir. Bu hatanın da bilişsel çelişki (bkz. Festinger, 1968) ve onun neticesinde ortaya konulan mantığa büründürme savunma mekanizmasının ürünü olduğu söylenebilir.

2. Suriyelilerin Savaş Öncesi Duruma İlişkin Duygu ve Düşünceleri

Katılımcıların savaş öncesi durum hakkındaki duygu ve düşüncelerinin de Kayseri ve Türkiye'ye uyum sağlamalarında etkili olabileceği savunulabilir. Bu minvalde katılımcıların savaş öncesi Suriye algılarının müspet olması durumunda Suriye'ye dönme isteklerinin süreç uzasa da daha canlı olabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla da savaş öncesi Suriye'ye ilişkin daha olumlu algılara sahip olanların olumsuz olanlara nispetle Türkiye'ye uyum sağlama motivasyonlarının daha düşük düzeyde olabileceği düşünülebilir. Söz konusu durum Suriyelilere yönelik farklı iller ve örneklerde yapılmış olan Sağır'ın ve Erdoğan'ın çalışmalarında da ele alınmakta ve oradaki katılımcıların önemli bir kısmı savaş öncesi yaşantılarını olumlu olarak anlamlandırmaktadır (Erdoğan, 2018a, s. 110; Sağır, 2018, ss. 199-201). Bu çalışma bağlamında ise görüşmecilerin savaş öncesi Suriye'sine ilişkin duygu ve düşünceleri olumlu olanlar ve olumsuz olanlar bağlamında değerlendirilecektir. Bu doğrultuda savaş öncesi Suriye'ye dair genel olarak olumsuz görüşler bildiren katılımcıların ifadelerinden öne çıkanlar şunlardır:

"Savaş olmadan önce, elektrik sıkıntımız vardı, su sıkıntımız vardı... niçin?... devlet... hiç çalışmadıkları için." (Bünyamin, 21 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

"Biz Suriye'deyken her kişi sabah namazına her zaman giderse, istihbarat şubesine taktır (ifade) veriyor. ... Neden, her sabah namazına gidiyorsun? ... sen teröristsin... sen bize zarar veriyorsun... bir memur oldun devlette, devlet seni kabul etmez... sen müteşeddidsin, derler. Özgürlük, hiçbir zamanda hissetmedik... fesad var, rüşvet var, devlet... kötü davranıyor... biz her zaman yani, kusura bakma "hayvanlar gibi hissettik" Suriye'de... sen insan değilsin... okuyorsun ama büyük olmayacaksın... 2008... 2011'e kadar... Şii mezhebi Suriye'de çok yaygın olmuş... fakir bir aileye gidiyorlar... sen mal ihtiyaç varsa vereceğiz ama sen Şii olacaksın... ailenizi ve arkadaşlarınızı Şii mezheplerine hidayet vereceksin... bu savaş(ın)... bir sebep(i)... diyebiliriz ... maliye... askeriye... eğitim... genel emniyet müdürlüğü (Şiilerden oluşuyordu)." (Tahir, 22 yaş, üni. ögr.).

“Esed çok zalimdi... babasından beri... Esed babası ölmüş... gelmişler, referandum yapmışlar, oğlunu... başbakan olarak koymuşlar. Yine zulüm devam ediyor. Yolsuzluk... Şii-Sünni ayrımı var... Şiisin sen 1.derece vatandaşsın. Sünnisin, sen vatandaş sayılmıyorsun. Tabi ki, paran varsa sayılırsın.” (Usman, 31 yaş, tercüman).

“Suriye’deyken mesela bir şey istedim senden sen bana vermediğin için sana kırıldım ve o zaman sana bir zarar vermek istiyorum yani... (iftira atılıyor) küçük kâğıtlar gönderiyor (polise) tabi Suriye’de iken kim şikayet ettiyse hiç adı çıkmıyor o zaman ya da çok para verecek yani rüşvet (verecek) bilmek (için)... mesela çok az bir miktar... hem Şiiler hem Nusayriler var ama istemiyoruz yani yüzde 95 biziz yüzde 5 onlar, her seçim yaptığında yüzde 99... görevliler... millet kimse ona (Esed) vermiyor yüzde 99 çıkartıyor yani mesela... kimse görmesin diye oy veriyor (görevli) ona soruyor... Esed değilse... oyunu tekrar attırıyor ve hapishaneye gidiyor” (Cemal, 24 yaş, üni. ögr.-tercüman-öğretmen).

“Esed babası... lanetli... 50 yıldır onunla, oğlu hükmettiği sürece, artık millet korku şey yaptı her eve. Hatta şey de diyorlar... ‘susun, susun duvarlar kulağı vardır’ diyorlar... o kadar şey yaptı. Hatta erkek, eşyle konuşurken bile evde... korkuyorlar yani. Anlatabildim mi? Korku... devrim olmasın diye herkese yerleşti. Ondan dolayı artık biz korkuyoruz yani... Şu an Türkiye’deyiz dayımın oğlu (burada dahi korkuyor).” (Yusuf, 22 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

Sığınmacıların ifadelerinden anlaşıldığı kadarıyla büyük çoğunluğun savaş öncesi Suriye’ye dair oldukça olumsuz tecrübe ve algıları bulunmaktadır. Bu çerçevede devletin ülkeyi ihmal ettiği, mezhepçilik yaparak Sünnilere ayrımcılık yaptığı, özgürlükleri kısıtlayarak baskı rejimi kurduğu, dindar insanları tahkikata tabi tuttuğu, halk arasında güven problemleri yaşanmasına neden olduğu, oy verme gibi demokratik süreçleri güç kullanarak manipüle ettiği, korku kültürünü hâkim kıldığı katılımcılar tarafından ifade edilmektedir. Bu durumların savaş öncesi süreçte de insanların ülke yönetimi ve gidişatı hakkındaki düşüncelerinin büyük ölçüde negatif olmasına yol açtığını ileri sürmek mümkündür. Özellikle katılımcılardan birisinin ifadesiyle “*hayvanlar gibi*” hissetme duygusu yaşananların ne ölçüde derin bir psikolojik içerik taşıdığına dair ipuçları vermektedir. Dolayısıyla her ne kadar vatandaşı olmak bakımından Suriye’ye bağlılıkları olsa da savaş başlamadan dahi katılımcıların önemli bir kısmının ülkeye dair aidiyetlerinin zarar görmüş olduğu ileri sürülebilir. Bunlara bir de savaş ve sonrası travmalar eklendiğinde sığınmacılar açısından Suriye yönetiminin oldukça olumsuz çağrışım ve algılarla anıldığı yorumunu yapmak mümkündür. Ayrıca Türkiye’deki özgürlükçü ortamın özellikle psikolojik rahatlık anlamında kendileri açısından oldukça değerli olduğunu ve bu bağlamda bu kişilerin kültürel uyum konusunda daha yüksek motivasyon taşıyabileceklerini düşünmek imkân dahilindedir.

Birçok katılımcı savaş öncesi Suriye’ye dair olumsuz görüş ve algılardan bahsetse de bazı katılımcılar, savaş öncesi hakkında olumlu birtakım ifadelerde bulunmaktadır. Bu ifadelerden öne çıkanlar aşağıda yer almaktadır:

“Ora daha iyiydi savaştan önce.” (Hatice, 29 yaş, ev hanımı).

“Zaten Şam biraz sakindi... rahattım her açıdan, ailem vardı. Nasıl diyeyim halalarım, teyzelerim onlara gidiyorduk... Osmanlı... şöyle göstermeye çalışıyorlar, yani İsrail gibi... ama herkes doğru olmadığını biliyordu. Bilinç vardı. ben Suriye’deyken... küçüktüm. Bu yüzden, diyorum acaba küçük olduğum için mi öyle düşünüyorum... en mutlu insan bendim diyebilirim. Ama bilmiyorum, çocuk muydum, ya da hayat orada öyle miydi?” (Selma, 21 yaş, üni. ögr.).

“Suriye önce güzel rahat ama... savaştan sonra kötü.” (Ayşe, 36 yaş, ev hanımı).

“Hayatımız güzeldi... durumumuz... iyiydi... sıkıntı... para konusunda hiç yaşamadık... Suriye’de yaşadığımız bütün komşularımız, ilişkimiz iyiydi... her insan ülkesini beğeniyor yani bir şey diyemez... Türkiye’den çok satış oluyor(du). Biz mesela Şam’da yaşıyoruz ama Türk kıyafetini satın alıyorduk...” (Bünyamin, 21 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

Anlaşıldığı üzere savaş öncesi dönem hakkında olumlu görüş bildirenlerin düşünceleri de ifade edilen olumsuz duygular ve düşünceleri tam olarak reddetmemektedir. Olumlu görüş bildiren katılımcılar kendi şahsi hayatları açısından Suriye’de daha rahat ve mutlu olduklarını ifade etmektedirler. Bu durum ise anlaşılabilir bir husustur. Zira katılımcılardan birisinin ifadesiyle “*her insan ülkesini beğeniyor*”. Bu bağlamda katılımcıların kendi soydaşları ile aynı ülkede bulunmaktan ve sevdikleri, değer verdikleri kişilerin orada bulunmasından dolayı savaş öncesi Suriye’ye dair olumlu ifadelerde bulunmaları muhtemeldir. Bazı katılımcılar çocuk sayılabilecek bir yaşta oradan ayrıldıkları için o dönemdeki yaşantıyı sağlıklı bir şekilde değerlendirme konusunda sıkıntı yaşayabilmeleri de olasıdır. Ayrıca devletin resmî ideolojisi ile halkın inanç ve yaşantıları arasında bir çelişki ve çatışma olduğu yargısına da ulaşmak mümkündür. Dolayısıyla savaş öncesi duruma ilişkin olarak katılımcıların, o dönemki yöneticiler hakkında genel anlamıyla olumsuz, toplumdaki insani ilişkiler ve halkın birbirine karşı tutumu konusunda ise çoğunlukla olumlu algı ve düşüncelere sahip oldukları görülmektedir.

3. Suriyelilerin Savaşın Çıkış Nedeni Hakkındaki Duygu ve Düşünceleri

Araştırma içerisinde söz konusu edilen durumlardan bir tanesi de savaşın çıkış nedeni ve seyri konusunda görüşmecilerin duygu ve düşünceleridir. Katılımcıların bu noktadaki görüşleri, savaşa ve Suriye’ye dair algı ve duygularının ortaya konulması açısından önem arz etmektedir. Bu durumun da kültürel uyum bakımından konunun daha geniş bir perspektiften anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda Suriye’deki savaşın nedeni, keyfiyeti ve seyri konusunda katılımcıların görüşlerinden belirgin olan örnekler aşağıdaki gibidir:

“Bu düşmanlarımızın bir projesidir... büyük âlimlerimiz çok nasihat etti... dinlemediler. Şimdi... pişman oldular... özet olarak fitnedir...” (Ebubekir, 34 yaş, öğretmen).

“Suriye’deki savaş değil. Felaket. Klasik Savaş değil... Suriye’deki vatan meselesi değil. Tiyatro, ideolojiler, Amerika, PKK, IŞİD, İran Şii-Sünni falan... Suriye’deki... fitne, karışıklık, tecavüz... insanlar kaçıyor, şeref için... iç savaş, fitne... Amerika... Arabistan... İsrail... herkes orada... bu şeref savaşı değil, şerefsiz savaşı.” (Hasan, 38 yaş, öğretmen).

"Suriye'de... iç savaş var... eğer dış savaş varsa... hepimiz... aynı cephede... savaşıyoruz. Ama iç savaş olduğu için, birbirimize çok kötü davranıyoruz biz... Allah kimseye göstermesin. (bu iç savaş) Baskıdan kaynaklanıyor... Suriyeliler, özgürlük için çıktılar... Suriye'de... 2008 zamanından 2011'e kadar... Esed tarafından... fakir bir aileye gidiyorlar... mal ihtiyaç varsa... iş ihtiyaç varsa ne istersen biz yaparız ama Şii olacaksın... Bu savaştan bir sebep, neden de diyebiliriz yani..." (Tahir, 22 yaş, üni. öğr.).

"Savaş dış güçlerin oyunu. Savaş kendi kendine çıkmadı... yabancılar getirdi..." (Halis, 52 yaş, ayakkabı imalatçısı).

"Önceden planlanmış bir şeydir... milleti nasıl ayağa kalktıracığını çok iyi düşünmüşler... hani Mısır'da şey oldu ya o Mübarek devrildi... çocuklar... okulda şey yazdı... bizim şey var ya göz doktoru (Esed) 'Ey doktor sana sıra geliyor'... karakola götürüyorlar... (Karakoldakiler) "çocukları unuttun" diyor. 'Bir daha (dünyaya) getirin. Getirmeyi bilmiyorsanız, eşlerinizi getirin biz de yapmayı biliyoruz' demişler. Öyle olunca... Der'a'daki millet... meydana inmeye başladı... Der'a'dan Humus... Şam'ın... köyleri... Halep... ondan sonra... bölge... ayrılmaya başladı." (Yusuf, 22 yaş, üni. öğr.- grafik tasarımcı).

Katılımcıların ifadeleri göz önünde bulundurulduğunda savaşın başlama nedeni konusunda en sık atıf yapılan iki unsurun dış müdahaleler ile ülke içinde rejim tarafından uygulanan baskı ve zulüm olduğunu söylemek mümkündür. Görüşmecilere göre, dış güçler tarafından planlanan bir proje, Der'a'daki okul çocuklarının rejime yönelik yazdıkları yönetim gücünün kaybedileceğini ifade eden yazılarının akabinde, polislerin çocuklara yaptıkları işkenceler ve ailelerine yönelik ahlak sınırlarını aşan söylem ve tutumları ile başlayan gösteriler vasıtasıyla hayata geçmiştir. Daha sonra bu gösteri ve protestolar diğer şehirlere de yayılmış ve yine katılımcıların ifadeleriyle bu durum ülke içinde bir iç savaş ve fitne ortamının meydana gelmesine sebebiyet vermiştir. Ayrıca katılımcıların bu iç savaşın çıkışında etkili olduğunu kabul ettiği diğer bazı faktörler de mevcuttur:

"Bizimkilerde dine küfretmek çok... belki Allahu a'lem, bizim bu başımıza gelenlerin sebeplerinden birisi bu... çok yaygın derken yani, illaki caddeden geçerken yani, bi duyacan yani." (Ebubekir, 34 yaş, öğretmen).

"Ben 2 defa göç ettim. Hem dedem Filistin'den Suriye'ye... hem ben Suriye'den Türkiye'ye... biz zaten... hep baskı altındaydık... Tunus'ta bir şey çıkınca biz de çıktık... Filistin, yani İsrail devleti bize çok yakın ve biz Suriye'de herhangi bir şey olduğunda ya da insanlar haklarını kazandıklarında ilk düşünecekleri şey, Filistin'i İsrail hükümünden kurtarmak. İşte, İsrail tehlikeye girmemek için... bu hale geldik..." (Firdevs, 23 yaş, üni. öğr.).

"Zalim... yolsuzluk vs. ... orada, ... Şii-Sünni ayrımı var... Şiisin sen 1. derece vatandaşsın. Sünnisin, sen vatandaş sayılmıyorsun. Tabi ki, paran varsa sayılırsın... Tunus'ta başlamış, Mısır'a geçmiş, ondan sonra... biz de yapalım dedik. Eee çıktık sokaklara, bizi vurmaya başladı, kurşunlar... biz silahsız... sadece... Esed'i istemiyoruz diye çıktık. Bizi vurmaya başladı, öldürmeye başladı... bu savaş bitmesin, Sünniler öldürülsün (istiyorlar)... baksan şimdi Suriye'den kaçanlar... hepsi Sünni." (Usman, 31 yaş, tercüman).

“Önceden gönüllü olarak savaşıyorduk, sonra işin içine bir şekilde dolar girdi ve herkesi bir şekilde lider olma sevgisi bürüdü. O yüzden Suriye’deki savaş durmayacak, çünkü buna müstahak oldu. Suriye’nin durumu önceki gibi değil maalesef.” (Abdullah, 30 yaş, grafik tasarımcı).

“Sadece Arap ülkelerinde Suriye kaldı. Bu yüzden bu savaş, yapıldı onlara... gerçek Müslümanlar olmasın diye bu savaş başladı. Ben, böyle düşünüyorum... Bir de... belki Allah’a daha yakın olsaydım... Allah müdahil olacaktı. İnsanlar aracılığıyla belki... sadece oradaki savaş yapanları değil. Ben de bazen suçlu hissediyorum kendimi... bence başta imtihan oldu, sonra ceza oldu.” (Selma, 21 yaş, üni. öğr.).

Bu bağlamda özellikle dini içerikli sebeplerin öne çıktığı ifade edilebilir. Söz konusu nedenler hakkında katılımcılardan bazıları, bu iç savaşın hakiki Müslümanların yok edilmesini amaçladığını, diğer bazıları bölgedeki Sünni unsurları yok etme amacıyla olduğunu ifade etmektedirler. Bazı Suriyeliler ise bu savaşın insanlara dini bir imtihan olarak geldiğini ancak bu imtihanı kazanamadıkları için bir tür manevi cezaya dönüştüğünü söylemektedirler. Dolayısıyla da dini zafiyetlerinden ötürü bir tür suçluluk duygusu yaşadıklarını belirtmektedirler. Kimileri ise Suriyeli bazı Müslümanların dine ve din figürlerine dair saygı sınırlarını aşan hakaret türevi ifadelerinden dolayı Allah’ın Suriye’ye bir ceza vermiş olabileceğini söylemektedirler. Yine bu iç savaşın ortaya çıkmasında Sünni kesime Şii olma konusunda baskı yapılmasının da etkisinin olduğu bazı katılımcılar tarafından dile getirilmektedir.

Yine bazı katılımcılar bir açıdan mezhep savaşı rengini taşıyan bu iç savaşa Sünnilerin hazırlıklı olmadıklarını belirtmektedirler. Sünnilerin özellikle askerlik konusunda Şiilerin aksine gevşek davrandıkları ve bunun neticesinde ise savaşta kendilerine öncülük etme ihtimali olan asker Sünni kadrolardan yoksun kaldıklarını ifade etmektedirler. Bu bağlamda *Cemal*’in ifadeleri şu şekildedir:

“Savaşımız savaş değil bir fitne içerisinde başladık... taksir (kusur) bizde... bizimkiler askerlik yap hızlıca dön... para alın ve benim çocuğumu hiç almayın diyen çok bizden ehli sünnetten var...Şiiler ve Nusayriler diğerleri onlar çocuğunu... askerliğe veriyor ve orada gönüllü olarak... devam ediyor... sonra yükseltiyor rütbelerini yavaş yavaş... Suriye’deyken bir... biz çıktık elimizde hiçbir şey yok ve devlette hiçbir tanıdığımız yok ve biz ehli sünnet ve cemaatten yüksek rütbeli bizimle çıkacak... yok... bunun için fitne başladı... keşke İsrail gelse Suriye ye birinci şehit ben olsam...” (Cemal, 24 yaş, üni. öğr.-tercüman- öğretmen).

Bu çerçevede özetle Suriye’de zannedilenin aksine klasik bir savaş olmayıp bir tür iç savaş ve fitne ortamının söz konusu olduğu görülmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında da ülkedeki siyasi, dini, mezhepsel anlamdaki dayatma, baskı ve zulme varan uygulamaların; yabancı ülkelerin Suriye’ye dair planları ile müdahalelerinin ve maddi-manevi birtakım dini içerikli nedenlerin etkili olduğunun düşünüldüğü anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sığınmacılar hakkında yargıda bulunurken onların klasik bir savaştan değil bir tür iç savaştan çıktıklarının göz önünde bulundurulmasının kültürel uyum süreçleri ve toplumsal ilişkiler açısından önem arz ettiğini ifade etmek mümkündür. Ayrıca bu çalışmanın katılımcılarının belirttiklerine benzer nedenlere Suriyeli kadınlar örneğinde farklı şehirlerde yapılan bir çalışmada da rastlanmaktadır (Sağır, 2018, s. 203).

4. Suriyelilerin Türkiye'deki Suriyelilere Dair Düşünceleri

Suriyeli sığınmacıların kültürel uyumları hususunda yorum yapabilmek için onların Türkiye'de yaşayan diğer Suriyeliler hakkındaki duygu ve düşüncelerini anlamak önemli bir gereklilik olarak değerlendirilebilir. Bu çerçevede katılımcıların ifadelerinden öne çıkan bazı hususlar aşağıdaki gibidir:

"(Kayseri'deki Suriyeliler)... zaten Suriye'deyken biz bunları sevmiyoruz. Çok berbatlar yani... Hiç insan gibi bakmıyorum ben bunlara, gerçekten yani... hepsi değil de ama genel olarak böyle... (Türkiye'deki Suriyeliler) Bazıları kötü, bazıları iyi, bazıları yarı yarıya." (Ravza, 23 yaş, üni. ögr.).

"(Türkiye'deki Suriyeliler)... iyisi de var, kötüsü de var... ama çoğu iyi... ekmeğinin peşinde koşuyor... kötü insanlar her yerde var." (Usman, 31 yaş, tercüman).

"Suriyeli nankör. Mesela benimle para varsa sohbet ediyor yoksa etmiyor." (Mahmud, 14 yaş, işçi).

"(Türkiye'deki Suriyeliler)... alıştığım Suriyeliler gibi değil... orada hep iyi insanlar görüyordum... ama... her millette iyi insanlar var, kötü insanlar var.... Türkiye'ye yakın sınırları... onlar, gerçekten cahillerdi... eğitim yoktu... onlar(a)... çok bakılmıyordu... fakir, her şey diyebilirim. Yani, ne kötü düşünürsen öyle düşün." (Selma, 21 yaş, üni. ögr.).

"Allah yardım etsin. Herkes birbiri gibi, herkes evini barkını bırakmış memleketini bırakmış gelmiş." (Yasin, 50 yaş, şoför).

"(Türkiye'deki Suriyeliler) 2 kısma ayrılıyorlar... bir kişi... benim baktığım gibi bakıyor. Türkiye ne yaptıysa bizim için yaptı. Başkası bakamaz, yapmaz yani. Ne kural varsa, artık yaşamak zorundayız yani... Diğerleri, onun işine gelmiyor... artık devlete laf atıyor... toplum yani. Mecburen olacak... Allah'ın hikmeti." (Yusuf, 22 yaş, üni. ögr.- grafik tasarımcı).

Temel olarak katılımcıların zihinlerinde Suriyelilerin üç sınıf olarak görüldüğü ifade edilebilir. Bu tasnifin iyi insanlar, kötü insanlar ve ikisinin arasında yer alan orta derecedeki insanlar şeklinde olduğu görülmektedir. Yine anlaşılabilirliği kadarıyla katılımcılardan önemli bir kısmı, Türkiye'de yaşayan Suriyelilerin iyi insanlar olduklarını düşünmektedir.

Ancak bu düşünceyi Suriyelilerin genelinin düşüncesi şeklinde kabul etmek yanıltıcı olabilir. Zira bazı görüşmeciler Kayseri'deki, bazıları ise Türkiye genelindeki Suriyelileri birtakım olumsuz vasıflarla anmakta, bazıları ise zarar verebildiklerinden dolayı Suriyelilerle belirli ölçüde mesafeli olmak gerektiği kanaatini paylaşmaktadırlar. Bu doğrultuda, kimi Suriyelilerin kendi içlerinde hesaplaşma, anlaşmazlık, çıkar çatışması vb. durumları yaşadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca Suriye'deyken bazı kesimler hakkında oluşan olumsuz kanaatlerin Türkiye'de bulunan Suriyeliler hakkında da negatif yargılara sebep olabildiğini söylemek mümkündür. Nitekim bazı Suriyelilerin kendi isteklerine aykırı hareket eden Suriyeli soydaşlarını DAESH mensubu olmakla suçlamak gibi yollara tevessül ettikleri, bizzat Suriyeliler tarafından aktarılan hususlardır. Bundan dolayı bazı görüşmeciler kendilerini koruma gayretiyle

Suriyelilerle sınırlı ilişki kurma veya Suriyelilerden uzak durma yoluna gidebildiklerini ifade etmektedirler.

Yine katılımcıların bazıları, sokaklardaki Suriyeli dilencileri olumsuz değerlendirmektedirler. Bu katılımcılar, dilencilik yapan bu kişilerin, Suriyeli imajını karalayan ve bu işi meslek olarak görenlerden ibaret olduklarını beyan etmektedirler. Yine Suriyelilerin birçoğunun çok fazla yardım talebinde buldukları, aslında muhtaç olmadıkları halde yardım almak için yalan söyledikleri, maddi durumlarının iyileşmesine karşılık dini anlamda gerileme yaşadıkları vb. durumlar, katılımcıların yorumları arasında yer almaktadır. Bu konularla ilgili bazı katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

“Din bakımından durumları iyi gitmiyor... belki %80’inin maddi durumları daha iyi oldu... ama... nasihat veren birisi olmayınca durum kötü oluyor... Cuma namazına gidiyor... anlamıyor... nasihat İslam’da çok önemlidir. Suriye’deyken en az... Cuma günleri illaki bir nasihat duyacak...” (Ebubekir, 34 yaş, öğretmen).

“(Türkiye’deki Suriyeliler) yalan söylüyorlar... çoğunun... paraları var, arabaları var. Bir de bize bak. Allah büyük.” (Ömer, 35 yaş, boyacı-işçi).

“Yardım istiyorlar hepsi.” (Hatice, 29 yaş, ev hanımı).

“13 yaşında kızı var onu istemeye arkadaşı geldi vermedi... (kız isteyen) bir şikayet hazırladı DAES olduğundan... adam... altı ay kaldı hapisanede... Kayseri’de oldu... çıktı... çok uğraştılar uğraşmazlarsa Suriye’ye gönderecekler yani... Suriyeli Suriyelilere yapıyor... iyiler (de) var yani... burada uyum sağlamak için... çabalıyoruz... mesela geçerken ben Suriyeliyim bana yardım edin diye çok kâğıtlar yırttım yani... 3 milyon Suriyeli adına... yapma... Suriye’deyken de aynı... mesleğini devam ettirdi... (iyiler de) çok biz mesela okulumuzda bir hani temizlik yapan bir kadın Suriyeli çok afif hiç istemiyor Suriye’de iken... villalar... arabalar var burada temizlik yapıyor... Suriyeli... yok olduğu için... oraya geçtik(taşındık)... kim gelecek kim gidecek bileceksin... sana çok fazla bir zarar verebilir.” (Cemal, 24 yaş, üni. ögr.-tercüman- öğretmen).

Bu yorumların bir tür aşırı genelleme riski taşıdıkları düşünülebilirse de bazı Suriyelilerin bu belirtilen gruplar içerisinde yer almaları mümkündür. Dini anlamda gerilemenin ise ahlaki gerileme riskini bünyesinde taşıması sebebiyle aşırı dini yorumların etkisine benzer şekilde Türkiye’ye kültürel uyum konusunda sığınmacıları olumsuz etkileyebileceğini söylemek makuldür. Bir diğer husus ise Suriyelilerin önemli bir kısmının Türkçe bilmemesinden dolayı gettolaştıkları ve bu sayede hayatlarını idame ettirmede Türkçe öğrenmeye ihtiyaç duymadıkları söylenebilir. Bu çerçevede *Bünyamin* şunları kaydetmektedir:

“Bir yerde bütün Suriyeliler toplanıyorlar, niye toplanıyorlar? Çünkü burada Arapça konuşan vardır. Burada bütün melzemim (ihtiyacım) Arapça olarak söyleyebilirim. Burada benim, her şeyim alabilirim.” (Bünyamin, 21 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

Türkiye’deki Suriyeliler hakkında bir diğer husus ise zorunlu göçle gelen bazı Türkmenlerin Suriyeli sayılmaktan rahatsız olmalarıdır. Türkiye’ye göç eden Türkmenlerin bu düşüncelerinin,

Türkiye'de yaşamak hasebiyle Türklük duygularının artması ile izah edilebileceği gibi Suriye asıllı diğer milletlere karşı gelişmiş olan bazı olumsuz kanaatlerden kurtulmaktan da kaynaklanabileceği düşünülebilir. Bu durumla ilgili olarak *Halis* şöyle söylemektedir:

"Biz Türk'üz. Biz kendimizi Suriyeli diye adlandıranlardan ayrı tutuyoruz..." (Halis, 52 yaş, ayakkabı imalatçısı).

Bunun yanında bir diğer husus ise fakir Suriyelilerin uyum konusunda daha şanssız algılanmalarıdır. Örneğin *Hafsa* uyum konusunda Suriyeli zenginlerin daha başarılı olma ihtimalinin yüksek olduğunu ifade etmektedir:

"Fakirleri durumlarını iyileştirdi, ama uyum sağlamakta biraz zorlanıyorlar... mesela zengin insanlar... daha kolay uyum sağlayabilirler... mesela, dil öğrenmek fakirlere olmuyor. Zamanı olmuyor, zaten sürekli çalışıyor, para getirmek için... ama zenginler rahat rahat." (Hafsa, 22 yaş, üni. ögr.).

Sosyo-ekonomik açıdan dezavantajlı bireylerin uyum konusunda daha şanssız olarak görülmeleri anlaşılabilir bir husustur. Zira günlük ihtiyaçlarını karşılamak kaygısı ve telaşı içerisinde olan insanların kültürel uyum ve bununla ilgili olan Türk kültürü veya Türkçeyi öğrenmeye çalışma gibi durumlara ayıracak zamanlarının olmaması makul gözükmektedir. Bu doğrultuda Suriyeli sığınmacıların, katılımcıların Suriyeliler hakkındaki kanaatlerinden hareketle yeknesak ve her konuda aynı görüşleri paylaşan bir gürühtan ziyade her biri birçok konuda diğerleri ile ayrışan fikirler taşıyabilen bir topluluk olduğunu ifade etmek uygundur. Dolayısıyla kültürel uyumun anlaşılmasında konunun bu yönü de göz önünde bulundurulmalıdır.

5. Suriyeliler Açısından Türkiye-Suriye Mukayesesi

Katılımcıların Suriye ve Türkiye konusunda yaptıkları karşılaştırmalar da kültürel uyumları açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların söz konu kıyaslamada Türkiye hakkındaki olumlu algılarının kültürel uyumu pozitif yönde ve olumsuz algıların da kültürel uyumu olumsuz yönde etkilemesi mümkün gözükmektedir. Söz konusu çerçevede içerisinde katılımcıların görüşlerinden bazı örnekler aşağıdadır:

"Ben bir yere gittim, devletin iş yerine gittim, bir iş yapmak istiyordum, (para) vermeden yapamazsın... rüşvet... Türkiye'de öyle bir şey görmedim..." (Bünyamin, 21 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

"Burada yaşamak daha rahat... orada... erkeklere çok baskı olmuyor, kadınlara daha baskı oluyor." (Ravza, 23 yaş, üni. ögr.).

"Türkiye daha gelişmiş bir ülke... Suriye'de baskıcı rejim olduğu için özgürlük yok, kendini anlatamıyorsun... burada herkes istediğini söyler. Burada güven var, özgürlük var. Eğer Suriye'de buradaki gibi söylersen senin icabına bakarlar." (Selman, 40 yaş, inşaat işçisi).

"Suriye'deyken biz özgürlük, medeni hayatı hiç hissetmedik... Türkiye... bir hafta önce seçim vardı... bayram gibi hissettim ben... dedim, baba Suriye'deyken nasıldı?... babam dedi,

Suriye’deyken biz insan değiliz... seçim bütün özgürlük sıfatıyla taşındı.” (Tahir, 22 yaş, üni. ögr.).

“Suriye’deyken mesela ben bir şey istedim senden sen bana vermedin... o zaman sana bir zarar vermek istiyorum... burada... mesela bir şikayet yapsa(m)... benim imzamı atacam ve TC mi yazacam ya da almazlar ki... bizde öyle değil bir adam şikâyet etti ama kim belli değil” (Cemal, 24 yaş, üni. ögr.-tercüman- öğretmen).

Görüşme yapılan Suriyelilerin çoğunluğuna göre Türkiye daha fazla özgürlüğün olduğu, insanların görüşlerini ve düşüncelerini özgürce ifade edebildikleri bir ülkedir. Ayrıca, Suriye’dekinin aksine halkın üzerinde başına her an bir şeyler gelebilme baskısının olmadığı ve rüşvetin yaygın olmadığı bir ülke olarak görülmektedir. Yine Türkiye’de kanunların daha şeffaf ve adalete uygun olarak işlediği de katılımcıların görüşleri arasındadır. Ayrıca bazı kadın katılımcılara göre, Türkiye’de kadınlara yapılan muamele Suriye’deki gibi erkek öncelikli ve kadınların belli oranda baskı altında tutulması şeklinde gerçekleşmemektedir. Birçok katılımcı böyle düşünmekle birlikte Suriye konusunda daha olumlu atıflarda bulunan katılımcılar da mevcuttur:

“Maşallah, zaten mukayese yok ... yaşama şartları (Türkiye’de daha iyi)... mesela Suriye... çok ucuzdur... ikincisi ise, orda millet birbirlerine yardım etmek biraz daha yaygındır. Yani, mesela işsiz olan yaşayabiliyor... banka şeysi bizde fazla yaygın değildir. Kredisi. O da vardır, fark olarak... Suriye’dekiler iş saatleri çok az... 6 saat 7 saat... Türkiye... 10... 12 saat çalışıyor... zor geliyor.” (Ebubekir, 34 yaş, öğretmen).

“(Türkiye) Suriye’den iyi... (ama) orası daha iyiydi savaştan önce.” (Hatice, 29 yaş, ev hanımı).

“Burada... hayat çok hızlı yetiştiremiyorsun... orda hayat daha çok basit... (Suriye’de) hem maddi olarak hem de manevi olarak yaşayabilirsin. Burada benim gördüğüm hep maddi olarak yaşıyorsun. Yani, her şey madde üzerinde gidiyor... çalışmazsan kimse sana bakmaz... sosyal hayat... burada %5... orada %70... var... Yani, ben kardeşimle bile zor görüşebiliyorum. Onun işi var, benim işim var, saatlerimiz farklı.” (Usman, 31 yaş, tercüman).

Anlaşıldığı kadarıyla bazı katılımcılar hayat standartları Türkiye’deki kadar yüksek olmasa da Suriye’de hayatın daha kolay ve ucuz olduğunu, toplumsal dayanışma ve sosyalleşmenin daha yoğun olduğunu ifade etmektedirler. Ayrıca Türkiye’de iş saatlerinin daha fazla olduğunu ve mevcut durum açısından Türkiye’yi daha fazla beğendiklerini vurgulasalar da Suriye’deki eski koşulların Türkiye’den daha iyi olduğunu belirtmektedirler. Bu doğrultuda belirtilen pozitif düşüncelerin kültürel uyuma katkı sağlama potansiyeli olduğu söylenebilir. Bununla birlikte iki ülke mukayese edilirken kültürel uyumu olumsuz manada etkileyebilme potansiyeline sahip duygu ve düşüncelerin de bazı sığınmacılar arasında mevcut olduğu gözlemlenmektedir.

6. Suriyelilerin Türklerle İlişkileri Hakkındaki Duygu ve Düşünceleri

Konuyla ilgili olarak önem arz ettiği düşünülen hususlardan bir tanesi de Suriyelilerin genel olarak Türklerle kurdukları ilişkiler ve buna bağlı olarak sahip oldukları algı ve düşüncelerdir. Söz konusu

düşüncelerin olumlu olanlarının kültürel uyuma olumlu yönde motivasyon sağlayacağı kabul edilebilir. Bununla birlikte olumsuz düşünce ve algıların ise ilişkilerin kopması yönünde motivasyon sağlayabilmesi mümkündür. Bu çerçevede katılımcıların olumlu yöndeki görüşlerinden öne çıkan bazı örnekler aşağıdaki gibidir:

“Elhamdülillah çoğunlukla yani kendimizi hiç garip görmedik... geçen bir sohbe gidiyoruz, bir sohbet yaptım. Yani, bazı arkadaşlar şaşırmuşlar, o kadar beğenmişler, diyorlar acaba, böyle bi Suriyeliler var mı, yok mu? Demek ki görmemişler, mesela, o da vardır... bir eve oturduk eskiden, daha sonra çıktık... o da bir arkadaşımı görmüş, evi kiraliğe çıkarmış. Arkadaşıma demiş ki... tekrar gelmek istemiyor mu?” (Ebubekir, 34 yaş, öğretmen).

“Türklerin bir yönü var... kalpleri hiç dayanamaz... bir insanın gördükleri halde, yarada (yarası olan). Bazen çok üzüntülü bir şeyler söylerim ben, ağlamaya başladılar.” (Ravza, 23 yaş, üni. ögr.).

“Güzel halkı... Kayseri'nin halkı destek çıktı bize destekledi... yardım etti geldiğimizde herkes elbisesi ile geldi... eşyaları Kayseri halkı aldı bize.” (Hatice, 29 yaş, ev hanımı).

“Kayserililer bize iyi davranıyor. Tanıdığım birçok insan zaten memnun. Zaten burayı neden beğendim. Din, iman var... Türkleri ben ortak görüyorum. O kadar iyi görürüm ki.” (Halis, 52 yaş, ayakkabı imalatçısı).

“Türk kardeşlerimiz ya da yaşlı Arapça konuştuğumuzda şey sanıyor yani sahabelerden geldiler yani bizde kendimizden çok utanıyoruz yani çok hatamız var, çok şeylerimiz var, o bana nasıl bakıyor...” (Cemal, 24 yaş, üni. ögr.-tercüman- öğretmen).

Katılımcıların ifadelerinden anlaşılacağı üzere önemli bir kısmının Kayseri halkı ile olumlu etkileşimi bulunmaktadır. Bu konuda farklı iller ve farklı örneklerde yapılmış bir çalışma da genel olarak Suriyelilerin Türk halkına müteşekkir oldukları ve Türk halkının kendilerine yardımcı olduğu ifade edilmektedir (Erdoğan, 2018a, ss. 107-108). Bu doğrultuda katılımcıların birçoğunun Kayserililerle olumlu ilişkiler tesis ettikleri ve bu ilişkilerin dini ve insani motiflerle yakından ilişkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla dini hassasiyet düzeyi yüksek olan insanların Suriyeli sığınmacılara karşı tavırlarının daha olumlu olduğu, bundan ötürü de Suriyeli sığınmacıların toplumsal olarak kabullenilmesi konusunda dini motiflerin önemli bir rol oynayabileceği kabul edilebilir. Bu noktada dikkat çeken hususlardan birisi de *Ravza*'nın ifade ettiği üzere Türklerin kalplerinin ince olduğu, zor durumda bir insan gördükleri zaman onun derdiyle dertlendikleri ve ona merhamet ettikleri düşüncesidir. Söz konusu tespit, Türklerin oldukça merhametli olduğunu ve bu durumun da sığınmacılar karşısında daha insani yaklaşımlar sergilemesini olanaklı kıldığını düşünmeye imkân vermektedir.

Suriyeli sığınmacıların Türkler ile ilişkilerinde bazı olumsuz yaklaşım ve tecrübelerin de söz konusu olduğu katılımcıların ifadelerinden anlaşılmaktadır. Bu çerçevede katılımcıların Türklerle kurdukları ilişkiler bağlamında ortaya çıkan bazı olumsuz örnekler şu şekildedir:

“Bana göre... yaşlılar bizi iyi bir insanlar görmüyorlar... görüyorlar ki valla siz buraya kaçtınız, buraya geldiniz hayatımıza her şeyi mahvettiniz. Çocuklarımız iş bulamıyorlar, bütün işleri siz alıyorsunuz... (Türkiye’de Suriyeli olmak) Çok zor, çok. Ben şu an Suriyeli olduğumu söylemek utanıyorum bazı yerlerde... çok ağır bir şey.” (Bünyamin, 21 yaş, üni. ögr.-grafik tasarımcı).

“İlk geldikleri çok iyi bir şekilde, çok merhametliler... yardım etmeye... başladılar... Ama artık o kadar kötü Suriyeliler onları kandırmaya başladılar da kötü bir şekilde bakmaya başladılar. Yani, bir insan kötü yaptığı için, herkes olarak bakıyorlar.” (Ravza, 23 yaş, üni. ögr.).

“Mesela Suriyeli öğrenciler mesela 1000 lira... burs... Türk öğrenciler falan 500 lira alıyorlar diye... mesela diyorlar ki Suriyeliler sınavsız olarak giriyorlar üniversiteye, böyle bir şey tabi ki doğru değil.” (Firdevs, 23 yaş, üni. ögr.).

“Arkadaşım... dedi ki; “keşke ben Suriyeli olsaydım” ... ben dedim keşke Suriyeli olsaydın... evin olmasaydı, hiçbir şeyin olmasaydı, herkes sana kötü davransaydı dedim. Sonra, kız bir şok kaldı, o zamandan beri... benimle konuşmuyor.” (Selma, 21 yaş, üni. ögr.).

“Halk arasında söylenti oluyor... bir keresinde... bir bakkala girdim... o zamanlarda referandum vardı... “siz evet demeseydiniz, evet çıkmayacaktı” dedi... vatandaş değiliz ki dedim... “sigortan varsa vatandaşsın” dedi. Dedim ki... sigorta... vatandaşlık demek değil...” (Mahir, 30 yaş, öğretmen).

Görüşmecilerin ifadelerinden anlaşıldığına göre, halkın önemli bir kısmının görüşleri ilk başlarda olumluyken gerek çıkan birtakım olumsuz söylentilerden gerekse görülen bazı kötü örneklerden dolayı daha negatif bir yöne doğru evrilmiştir. Bu noktada doğru olmadığı halde Suriyelilere sağlanan bazı imtiyazlar olduğu söylentilerinin çıkması, Suriyelilerin ülkeye zarar vermeye başladıkları düşüncesi, Suriyelilerin bir kısmının halkı rahatsız eden davranışlarının Suriyelilerin geneline teşmil edilmesi, bazı yardım faaliyetlerinin suistimal edilmesi gibi durumlar, halkın Suriyelilere karşı tutumlarını farklılaştırmasına sebebiyet vermiştir. Bu tutum değişikliğinin Suriyelilerin şehir halkı ile iletişim kurmalarını olumsuz yönde etkileyebilecek bir durum olduğu ve Suriyeli sığınmacıların daha fazla kendi içlerine kapanmalarına yol açma riski taşıdığı düşünülebilir. Bundan dolayı da Suriyelilerin şehir halkıyla iletişimi devam ettirme yerine, dışa kapalı bir tutum sergilemeyi önceleyen negatif uyum stratejilerine yönelme riski ortaya çıkmaktadır. Söz konusu risk de dışa kapalılığın yanı sıra Türkiye toplumunu karşıt ve zararlı görme, bunun neticesinde de birtakım saldırganlık ve şiddet eylemlerine kadar dahi varabilme gibi tehlikeleri içerisinde barındırmaktadır. Bu durum ise toplumsal huzuru tehdit edebilecek çeşitli durumlara yol açabilme ihtimali taşımaktadır.

7. Suriyelilerin Türkiye Devleti Hakkındaki Duygu ve Düşünceleri

Kayseri’deki Suriyelilerin kültürel uyumlarını anlama konusunda önem arz ettiği düşünülen hususlardan birisinin de katılımcıların Türkiye Cumhuriyeti devleti hakkındaki duygu ve düşünceleri

olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu çerçevede katılımcıların öne çıkan bazı ifadelerine aşağıda yer verilmiştir:

“Güzel elhamdülillah... çok güzel bir şeyler yaptılar. Sağlık bakımından mesela, geçici koruma altındakiler hep bir şey vermeden hastaneye gidiyorlar, yani Türkler gibi hiçbir farkı kalmadı. Bir de mesela, ilaç bedava alıyorlar, o da güzel bir şeydir. Eğitim bakımından da bizimkiler aynı okullara gidiyorlar... Allah razı olsun... kötü örnekler hariç... sanki... vatanımızda gibiyiz... İngiltere... yaklaşık bir 20 bin almışlar. Hepsi... Master, doktora gibiler... bunlar, burada kalsalar... bu memlekete faydalı olsalar...” (Ebubekir, 34 yaş, öğretmen).

“Biri gelip... kapımı dövdü zorla yanıma girmek istedi, sapığın teki... polisler geldi. Abim gibi davrandılar. Beni korudular, ondan polis gördüm mü sevinirim. Kendimi emniyette hissederim. (Türk devletinin tavrı) Bundan iyisi can sağlığı.” (Hatice, 29 yaş, ev hanımı).

“Çok saf olmayalım illa ki siyasi olarak bir şeyleri vardır... menfaati vardır... ama genel olarak yok, sağ olsun devlet... Allah razı olsun. Yani, sahip çıktı, yardımcı oldu. Kolaylık sağlıyor.” (Usman, 31 yaş, tercüman).

“Sağlık için Suriyeliler bedava hastaneye gidiyor. Yani, tam olarak o devletten ya da Unicef'ten tam olarak bilmiyorum. Ama o... harika bir şey... eğitim mesela, başka uyuklar para veriyor, biz para vermiyoruz. Ama o da zeki bir şey bence, yani mesela üniversiteler parayla giriyorsak, giremeyiz. Sonuçta cahil insanlar çıkacak. Sonuçta, sıkıntılar çıkacak Türkiye'ye.” (Selma, 21 yaş, üni. ögr.).

“Çok iyi... bize yaptığı şey, başkaları yapmadı... hükümet çok iyi yapıyor, ama ben sırf bir personel ya da bir işçi, devlette çalışan bir memur (kötü davranıyor diye), hükümet kötü diyemem ki.” (Yusuf, 22 yaş, üni. ögr.- grafik tasarımcı).

“Bizi şöyle bir kart gibi kullanıyorlar. Avrupa karşısında... sürekli tehdit ediyorlar sınırları açacağız, oraya mülteci olacak fazla falan. O yüzden bize sürekli para gönderiyorlar hükümete. Öyle... kendi cebinden vermiyor, öyle söyleyeyim. Ama sürekli bizim hayatımızı kolaylaştırıyorlar... her yerde bizi kabul ediyorlar... biz... kendi ülkemizde olsaydık o kadar iyi davranmayacaklardı.” (Hafsa, 22 yaş, üni. ögr.).

Çalışmanın katılımcılarının ifadelerinden genel olarak Türkiye'ye şükran ve minnet duyguları besledikleri anlaşılmaktadır. Birçok katılımcı Türkiye'den övgüyle bahsetmekte ve devletin emniyet, sağlık ve eğitim unsurlarının kendilerine karşı olumlu yaklaşımlarından bahsetmektedirler. Bazıları ise devletin çeşitli kademelerinde yer alan bazı kamu görevlilerinin olumsuz tavırlar sergileyebildiğini ancak bunun devletin bütünsel görüşünü yansıtmadığını ve devletin genel itibarıyla oldukça olumlu ve insani bir yaklaşım ortaya koyduğunu ifade etmektedirler. Suriyelilerin Türkiye devletine şükran ve minnet duygularına farklı çalışmalarda da temas edilmektedir (Erdoğan, 2018a, s. 107; Sağır, 2018, ss. 229-230).

Bununla birlikte bazı Suriyeli katılımcılar Türkiye'nin kendilerine karşı iyi niyetli ve insani tavırlarını kabul etmekle birlikte bu durumun tamamen saf bir iyilikten kaynaklanmadığını düşünmektedirler. Bu görüşlerine dayanak olarak ise Türkiye'nin yerine göre Avrupa'ya karşı sığınmacıları bir tehdit unsuru olarak kullandığı ve Avrupa'dan bu yolla para aldığı, mültecilere kendi bütçesinden para vermediği veya bu durumun arkasında birtakım siyasi menfaatlerin yer aldığını belirtmektedirler. Yine eğitim konusunda öğrencilere yardımcı olmanın ise cahil insanların ortaya çıkarak Türkiye'ye zarar vermesini önleme gibi faydalarının olduğu belirtilmektedir. Bu noktada sığınmacı krizinin bazı zaman dilimlerinde Avrupa ile olan ilişkilerde söz konusu edildiği kabul edilebilir gözüktüğü de bu söylemlerin çoğunlukla Türkiye'nin bu durumla başa çıkmada yalnız bırakıldığı vurgusu ile beraber ortaya konulduğunun göz ardı edildiği ifade edilebilir (*'AB Harekata İşgal Derse Kapıları Açarız'*, 2019; *Olmadı kapıları açarız*, 2019; *'Suriyeliler'e Kapıları Açarız'*, 2019). Ayrıca, Türkiye'nin sığınmacılar için Uluslararası toplumdan 1 milyar dolardan az bir yardım alıp kendi bütçesinden 40 milyar dolar civarında bir harcama yaptığı da en yetkili ağızlar tarafından ifade edilmiş bir husustur (*Çavuşoğlu*, 2019a; *Çavuşoğlu*, 2019b). Dolayısıyla burada ya bir yanlış bilgilendirme veyahut da bir mantığa büründürme mekanizmasının mevcut olduğu söylenebilir.

Sonuç

Temel araştırma sorusu "*Kayseri'de ikamet eden Suriyelilerin vatan algısı, ülkelerindeki savaş ve sonrasındaki yaşantılarına dair görüş ve düşünceleriyle dini algıları ve kültürel uyumları arasında nasıl bir ilişki vardır?*" olan bu çalışma, nitel araştırma tekniklerinden fenomenolojik yöntemle gerçekleştirilmiştir. İlgili araştırma konusu çeşitli alt sorularla zenginleştirilerek konu derinlemesine incelenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede de önem arz edebilecek birtakım sonuçlara ulaşılmıştır.

"*Suriyeliler vatan mefhumunu nasıl algılamakta ve Türk vatandaşlığı konusunda ne düşünülmektedirler?*" sorusuna verilen cevaplar ele alındığında katılımcıların önemli bir kısmının Suriye'ye vatan olarak bağlı oldukları ve Suriye'yi kendilerine ait hissettikleri görülmektedir. Bu bağlılıkta özellikle Suriye'de uzun bir yaşanmışlığı olan kişiler daha ön plana çıkmaktadır. Ayrıca bazı erkek sığınmacılarda mevcut yaşam alanlarından ayrılmak zorunda kalma sonucu yeni bir yaşama alanı ihtiyacının ortaya çıktığı ve bu ihtiyacın etkisiyle de vatanın kökensel olarak ait olunan yer değil, içinde yaşanan ve mahiyeti değişkenlik arz eden bir yapı olarak tasavvur edildiği görülmektedir. Bunun yanında görüşmecilerin hemen hepsi Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak istediklerini beyan etmektedirler. Söz konusu durumdan anlaşıldığı kadarıyla katılımcılar hem Suriye'ye dair bağlarını korumak hem de Türkiye ile bağlarını güçlendirmek arzusundadırlar. Dolayısıyla, bu hususun adaptasyon sağlamak için önemli bir motivasyon sağlayabileceği yorumunu yapmak mümkün gözükmektedir.

Savaş öncesi durum hakkında kendilerine yöneltilen "*Suriyelilerin savaş öncesi Suriye'ye ilişkin duygu ve düşünceleri nelerdir?*" sorusuna gelindiğinde katılımcıların önemli bir kısmının savaş öncesi maddi durumlarının daha iyi olmakla birlikte, özellikle devletin baskıcı ve kimi zaman zulme varan tutumlarına maruz kaldıklarını ifade ettikleri görülmektedirler. Bundan dolayı dini hayatlarını rahat yaşayamadıkları, düşüncelerini açığa vuramadıkları ve sürekli olarak Suriye istihbaratı tarafından takip edilme korkusuyla yaşadıklarını belirtmektedirler. Bu durumun da oradaki baskıcı çevreden

kurtulmalarından ötürü Türkiye'de buldukları ortama uyum sağlama konusunda kendilerini motive edici bir husus olduğu söylenebilir.

Bir diğer alt araştırma sorusu ise *"Suriyelilerin savaşın çıkışına ilişkin duygu ve düşünceleri nelerdir? Bu kanaatler, onların dini ve psikolojik durumlarını nasıl etkilemektedir?"* şeklindedir. Bu soruyu yanıtlarken görüşmeciler rejimin Sünni kesime karşı uyguladığı baskılar, dış güçlerin etkileri, dini değerlere karşı hürmette ve Allah'a kullukta kusur etme, birtakım şahısların maddi hırsları gibi hususlara değinmekte ve savaşın başlama sebebini bu durumlarla açıklamaktadırlar. Bu konuda Suriye'deki savaşın bir iç savaş olduğu bundan dolayı orada bir fitne ortamının bulunduğunu ifade etmektedirler. Bundan dolayı da bu tehlike ortamından kurtulmak için Türkiye'ye göç ettiklerini belirtmektedirler. Söz konusu durumdan ötürü bahsi geçen zorlu ortamdan Türkiye gibi belli bir standarda erişmiş, gelişmiş bir ülkeye gelmenin katılımcıların uyum sağlama isteklerine pozitif yönde etki edecek bir husus olduğunu ifade etmek mümkündür.

"Suriyelilerin Türkiye'deki Suriyelilere ilişkin düşünceleri nelerdir ve kendi aralarındaki ilişkiler nasıldır?" sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde görüşmecilerin Türkiye'deki Suriyelileri 3 sınıf olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Bunları iyi ve kötü insanlar ile ne iyi ne kötü olan orta dereceden insanlar şeklinde ortaya koymak mümkündür. Katılımcılar genel olarak kendi işiyle meşgul olan iyi insanların daha fazla oldukları düşüncesini paylaşmaktadırlar. Bununla birlikte Suriyelilerin içlerinden önemli bir kısmının cahil, eğitimsiz, kötü, dinden uzaklaşmış, başkalarına kötülük yapma potansiyeli taşıyan insanlar oldukları da yine bazı katılımcılar tarafından ifade edilmektedir. Bu doğrultuda Suriyelilerin kültürel uyumları ele alınırken onların yeknesak olmadıkları, birbirleri hakkında çok farklı kanaatler taşıyabildikleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Katılımcıların iki ülke hakkındaki kanaatlerini anlamak amacıyla kendilerine yöneltilen *"Uyum sürecinde Suriye ve Türkiye'yi nasıl değerlendirmekte ve karşılaştırmaktadırlar?"* sorusuna cevaben görüşmeciler, Türkiye'de hayat standartlarının daha yüksek olduğunu belirtmektedirler. Ayrıca, Türkiye'de kadınların Suriye'ye nazaran daha fazla haklara sahip oldukları ve Türkiye'de insanların özgür olduğunu Suriye'de ise daha baskıcı bir yönetim anlayışının benimsendiğini ifade etmektedirler. Bunun yanında Suriye'de sosyal hayatın daha güçlü olduğu, hayatın daha yavaş aktığı ve hayat pahalılığının Türkiye'den daha düşük seviyede olduğunu belirtmektedirler. Tüm bunlarla birlikte görüşmeciler, genel olarak Türkiye'deki hayat standartlarının kendi ülkelerindekinden daha yüksek olduğunu kabul etmektedirler. Bu olumlu kabulün ise kültürel uyumu olumlu etkilemesi beklenebilir.

"Suriyelilerin Türklerle ilişkileri nasıldır?" sorusu da araştırmada ele alınan bir diğer konudur. Bu konuda Suriyeli görüşmeciler genel itibariyle Türklerle ve Kayseri halkıyla olumlu ilişkiler kurduklarını ifade etmektedirler. Genel kanaat böyle olmakla birlikte olumsuz birtakım tecrübeler yaşayanlar ve zaman zaman Suriyeli kimliğini saklamak zorunda hissedenler dahi bulunmaktadır. Bu noktada olumlu ilişkilerin kültürel uyumu pozitif yönde etkileyeceği, olumsuz tecrübelerin ise bağları koparma veya marjinalleşme gibi riskleri bünyesinde barındırdığı düşünülmektedir.

Son olarak katılımcılara yöneltilen *"Türkiye Cumhuriyeti devleti hakkında Suriyeli sığınmacıların duygu ve düşünceleri nelerdir?"* sorusuna cevaben görüşmecilerin hemen hepsi Türkiye devleti ve sığınmacılara

sağladığı imkanlar hakkında şükran duygularını ifade etmektedirler. Bu doğrultuda Türkiye'ye karşı bu şekilde olumlu kanaatler taşımalarının kültürel uyum konusunda müspet bir etkide bulunabileceği kabul edilebilir. Bununla birlikte bazı görüşmeciler şükran duygularını belirtmekle birlikte, Türkiye'nin sığınmacılardan belirli siyasi menfaatler elde ettiği ve Avrupa karşısında bir siyasi kart olarak sığınmacıları kullandığı gibi olumsuz düşünceler de ortaya koyabilmektedirler. Bu olumsuz kanaatlerin sığınmacıların Türkiye'ye uyum konusundaki motivasyonlarını olumsuz etkileyebilme potansiyeli taşıdığını belirtmek mümkündür.



KAYNAKÇA

- AB Harekata İşgal Derse Kapıları Açarız. (2019, Ekim 10). <https://www.amerikaninsesi.com/a/erdo%C4%9Fan-ab-harekata-i%CC%87%C5%9Fgal-derse-kap%C4%B1lar%C4%B1-a%C3%A7ar%C4%B1z-/5118218.html>
- Apak, H. (2014). *Suriyeli göçmenlerin uyumu ve gelecek beklentileri: Mardin örneği*. Artuklu Üniversitesi.
- Arslan, İ., Bozgeyik, Y., & Alancioğlu, E. (2016). Göçün ekonomik ve toplumsal yansımaları: Gaziantep'teki suriyeli göçmenler örneği. *İlahiyat Akademi Dergisi*, 3(4), 129-148.
- Castles, S., Haas, H. de, & Miller, M. J. (2014). *The age of migration: International population movements in the modern world* (5. ed). Palgrave Macmillan.
- Çavuşoğlu: Göçmenlere 37 milyar dolar harcadık. (2019a, Eylül 2). Memurlar.Net. <https://www.memurlar.net/haber/852631/cavusoglu-gocmenlere-37-milyar-dolar-harcadik.html>
- Çavuşoğlu: İdlib faciaya tanıktır. (2019b, Eylül 25). https://www.iletisim.gov.tr/turkce/dis_basinda_turkiye/detay/cavusoglu-idlib-faciaya-taniktir/
- Demirbaş, Ç. Ö., Dikmenli, Y., & Gafa, İ. (2018). Türkiye'de geçici koruma altındaki Suriyelilerin vatan algısına ilişkin görüşleri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 253-266.
- Deniz, A. Ç., Hülür, A. B., & Ekinci, Y. (2016). *Bizim müstakbel hep harap oldu suriyeli sığınmacıların gündelik hayatı*. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Erdoğan, M. M. (2018a). *Türkiye'deki suriyeliler toplumsal kabul ve uyum* (2. Baskı). İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Erdoğan, M. M. (2018b). *Suriyeliler barometresi Suriyelilerle uyum içinde yaşamın çerçevesi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Erkan, E. (2016). Suriyeli göçmenler ve dini hayat: Uyum, karşılaşma, benzeşme Gaziantep örneği. *İlahiyat Akademi Dergisi*, 3(4), 1-35.
- Festinger, L. (1968). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Forsyth, J. (2017a). Abraham Maslow: Din ve kendini gerçekleştirme. M. Ulu (Ed. & Çev.). *Psikolojik Din Kuramları* içinde (ss. 280-319). Kimlik Yayınları.
- Forsyth, J. (2017b). Erich Fromm: Din ve Hümanizm. M. Ulu (Ed.), & A. Tanrıverdi (Çev.). *Psikolojik Din Kuramları* içinde (ss. 196-237). Kimlik Yayınları.

- Forsyth, J. (2017c). Sigmund Freud: Din ve baba kompleksi. M. Ulu (Ed.), & M. Güven (Çev.). *Psikolojik Din Kuramları* içinde (ss. ??). Kimlik Yayınları.
- International Migration. (2017). United Nations. <http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/wallchart/docs/MigrationWallChart2017.pdf>
- İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2020). http://www.goc.gov.tr/icerik3/gecici-koruma_363_378_4713
- Olmadı kapıları açarız. (2019, Eylül 7). <https://tr.euronews.com/2019/09/07/erdogan-belediyelerde-isten-cikarmalara-tepki-gosterdi>
- Sağır, Z. (2018). *Kültürel uyum ruh sağlığı ve din*. Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Suriyeliler'e Kapıları Açarız. (2019, Eylül 5). <https://www.amerikaninsesi.com/a/erdo%C4%9Fan-dan-ab-ye-suriyelilere-kap%C4%B1lar%C4%B1-a-%C3%A7ar%C4%B1z-/5071054.html>
- Türkiye ve Göç. (2015). T.C İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. http://www.goc.gov.tr/icerik6/turkiye-ve-goc_363_382_1445_icerik
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. Baskı). Seçkin Yayıncılık.



ERİŞİLEBİLİRLİK VE KENT MEYDANLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: SAKARYA/ARIFIYE MEYDANI ÖRNEĞİ*

 Buse FAZLIOĞLU^a

 Gülferah ÇORAPÇIOĞLU^b

Öz

Kamusal alan örnekleri olan kent meydanlarının evrensel tasarım prensipleri doğrultusunda, erişilebilirlik standartları dikkate alınarak planlanması ve sürdürülmesi toplumu oluşturan farklı özellikteki bireyler için önem taşımaktadır. Bu makalede engelli bireylerin erişilebilirlik konusunda yaşadıkları sorunlar kent meydanları bağlamında ele alınmıştır. Çalışmada üç kişiden oluşan görme engelli birey grubuyla seçili bir kent meydanında yerinde deneyimleme çalışması yapılmıştır. Sakarya İli, Arifiye Meydanı, bulunduğu konumu ile ticaret ve sanayi alanında gelişimini arttırarak imkanlarını genişletmekte olması ve engelli bireylere iş olanağı konusunda çalışma alanı yaratması nedenleriyle tercih edilmiştir. Alan çalışmasında yer alan katılımcıların seçiminde rastgele atama tekniği kullanılmış, öncesinde araştırmanın amacı, yararları, yürütme şekli ve kendilerinden beklenenler konusunda bilgi verilmiştir. Katılımcı grubu alanda günlük zorunlu ihtiyaçları doğrultusunda kullanabilecekleri varsayılan ve önceden belirlenmiş bir güzergâhta rehber eşliğinde dolaşım yaparak, kent meydanını yerinde deneyimlemiş, “evrensel tasarım prensipleri” doğrultusunda hazırlanan formun doldurulmasına bireysel olarak katılım göstermişlerdir. Bu doğrultuda mevcut yapıları Arifiye Kent Meydanının evrensel tasarım ilkeleri ve belirlenen alt parametrelerine uygunluğu değerlendirilmiştir. Gerçekleştirilen vaka çalışması sonucunda, meydanın fiziki koşullarının farklı yaş ve engel gruplarına sahip olan bireyler için yetersiz kaldığı, alanda erişim sorunları yaşandığı tespit edilmiş, engelli bireylerin fiziksel ve sosyal anlamda erişim sorunlarına yanıt bulabileceği bir örnek meydan tasarımı önerilmiştir. Kentin yaşam alanlarının toplumu oluşturan bireyleri ayrıştırıcı değil, bütünleştirici ve evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda yapılandırılmasının gerekliliği sürdürülebilir ve insana saygılı bir kentsel tasarım için gerekli görülmüştür. Yürütülen çalışmanın mevcut yapıları farklı kamusal alanlarda ve farklı denek gruplarıyla birçok kez yinelenmesi söz konusudur.

Anahtar Kelimeler: Erişilebilirlik, Sürdürülebilirlik Evrensel Tasarım, Engellilik, Kent Meydanları

* Bu çalışma; İstanbul Arel Üniversitesi- Fen Bilimleri Enstitüsü- Mimarlık Anabilim Dalında, Buse Fazlıoğlu tarafından Dr. Öğr. Üyesi Gülferah Çorapçioğlu danışmanlığında hazırlanmış olan Kent Meydanları ve Erişilebilirlik: Sakarya/Arifiye Meydanı, (2018) isimli Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

^a Yüksek Lisans Öğr., İstanbul Arel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, busefazlioglu@gmail.com

^b Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi, Mühendislik-Mimarlık Fakültesi, gulferahcorapcioglu@arel.edu.tr



ACCESSIBILITY AND SUSTAINABILITY OF URBAN SQUARES: THE CASE OF SAKARYA / ARIFIYE SQUARE

Abstract

Planning and maintaining city squares, which are examples of public spaces, in line with universal design principles and taking into account accessibility standards, is important for individuals with different characteristics that make up the society. In this article, the problems experienced by disabled individuals in terms of accessibility are discussed in the context of city squares. In the study, an on-site experience study was conducted with a group of visually impaired individuals in a selected city square. Arifiye Square in Sakarya Province has been preferred because of its location that is increasing the potential and development in trade and industry, and creating job opportunities for disabled individuals. Random assignment technique was used in the selection of the participants in the field study. The participants were informed about the purpose of the research, its benefits, the mode of execution and what is expected of them. The participant group experienced the city square on site by following a predetermined route that they could use for their daily mandatory needs with a guide, and individually filled out the form prepared in line with the "universal design principles". In this direction, the compatibility of the existing Arifiye City Square with the universal design principles and determined sub-parameters was evaluated. As a result of the conducted case study, it was determined that the physical conditions of the square were insufficient for individuals with different age and disability groups and access problems were experienced in the area. A sample city square design was proposed where disabled individuals could find solutions to their physical and social access problems. The necessity of structuring the living spaces of the city in line with the principles of holistic and universal design, not separating the individuals that make up the society, was deemed necessary for a sustainable and human-friendly urban design. It is possible to repeat the carried out case study in different public spaces with different subject groups.

Key Words: Accessibility, Sustainability, Universal Design, Disability, Urban Squares



Giriş

Kamusal alanlar içinde bulundurduğu her bireyin farklı amaç doğrultusunda kullanabildiği birer özel mekân olmanın yanı sıra, toplumu oluşturan tüm bireylerin birlikte hareket edebildiği en genel mekânlardır. Tarihsel süreçte bireylerin sosyalleşme imkânı bulduğu alanlar olarak karşımıza çıkan kent meydanları, doğru tasarlandığı takdirde bireyler ve kent arasında köprü niteliği taşıyacak kamusal alan örneklerini oluşturmaktadır. Erişilebilirlik, bir yerleşim alanının sunduğu kamusal hizmetlere erişme olanağı ve kolaylığı olarak tanımlanmaktadır (Keleş, 1980). Ayrıca toplumun tüm bireyleri tarafından erişilebilecek ve konforlu kullanılacak mekanların tasarlanması anlamına da gelmektedir. Erişilebilir bir ortam ise, kullanıcıların aktif bir sosyal ve ekonomik yaşam sürdürebilmesinin mümkün olduğu ortamlar olarak kabul edilmektedir (Papaioannou, 2008). Tümer (2000), bir kent meydanını anlamak ve tanımak için meydan mimarisi ve bulundurduğu öğelerin dışında, bireylerin yaşadıklarının ve bunların ayrıntılarının dikkate alınmasının önemini vurgulamaktadır. Krier (1979) ise; meydanları kentin varoluş sebebi olan iletişim ve birlikteliğin, aidiyetin vücut bulduğu mekânlar olarak tanımlamaktadır. Benzer

bir görüşle Moughtin (2003), farklı özellikleri olan bireylerin ortak bir merkezde yani kent meydanlarında farklı amaçlarla da olsa bir araya gelerek sosyal iletişim kurulabileceğinden bahsetmektedir.

İlgili yazımlarda da vurgulandığı gibi toplumun tüm bireylerinin eşit kullanımına açık olması gereken kent meydanlarının paylaşımı konusunda, kimi kullanıcı gruplarının sorunlar yaşadığı ve bu grubun çoğunlukla engelli bireylerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Oysa, engelsiz ve sürdürülebilir tasarımlar kentsel mekânların, tüm kent bireylerinin kullanabileceği fiziksel bütünleştirme ve toplumsal bütünleşme yönünde bir tasarım olarak ele almaktadır. Bu açıdan, erişilebilirlik ve engelsiz tasarım kavramları, içerik olarak sürdürülebilir kentsel kalkınma ile doğrudan ilgilidir.

Goffman'ın (1968) değindiği gibi bireyin fiziksel durumu yaşadığı toplumundan engellenmesinde bir sebep olmamalıdır. Bireylerin engellilik durumuna göre tepkiler gösteren toplum davranışları, toplumsal yapının sahip olduğu kültür ve sosyal yapıyla ilişkilidir (Burcu, 2002). Toplum olmanın gereklerinden biri de bireylerin birlikte yaşayabilmeleridir. Toplumsal yaşama tam katılım ise, yapıları fiziksel çevrenin toplumun tüm fertlerinin kullanımına uygun olarak düzenlenmesiyle mümkün olabilir. Yaşamın tüm alanlarındaki hak ve hizmetlere ulaşabilmek ve bunlardan yararlanabilmek anlamına gelen "erişilebilirlik" kavramı; II. Dünya Savaşı'ndan sonra toplumdaki engelli birey sayısının artması ile gündeme gelerek, kamusal alanların herkes tarafından ulaşılabilir ve engelsiz olması gerekliliği benimsenmiştir. Bununla birlikte dünyada 20. Yüzyıl süresince yaşanan sosyal ve ekonomik değişimler sonucunda erişilebilirlik konusunda farklı arayışlar ortaya çıkmıştır. Yaşam sürelerinin uzaması, engelleriyle yaşamak zorunda kalan birey nüfusunun çoğalması, satın alma gücünün yükselmesi, hareket kısıtlılığı taşıyan bireylerin ihtiyaçlarına yanıt verebilecek tasarımların eksikliği ve bu konuda toplumda farkındalık oluşması gibi nedenler sonucunda 'erişilebilirlik' kavramı gelişerek 'evrensel tasarım' yaklaşımı benimsenmiştir (Steinfeld, 1996). 1980'li yıllarda, yürüme engelli Amerikalı Mimar Ronald L. Mace ifadelerinde erişilebilir tasarım yerine evrensel tasarım terimine yer vermiştir (Kavak, 2010). Dünya çapında kabul görüp, yasal çerçevede yerini almış olan evrensel tasarım yaklaşımı içeriğinde; özel imkân ve yüksek enerjiye ihtiyaç duyulmadan herkesin kolayca erişip kullanabileceği, katılımı eşitlik ve kullanımda çeşitlilik imkânı verebilen, her tür kullanıcı için anlaşılabilir olan, bireylerin kullanım sırasında güven hissedebildiği, nitelikli mekân ve çevrelerin tasarım ölçütlerini barındırmaktadır. Yalnızca engelli bireylere değil tüm kullanıcılara hizmet verebilen tasarımları yönlendiren bu ölçütler; 'herkes için tasarım' anlayışını getirmekte ve kentin yaşam alanlarının bireyleri ayrıştırıcı değil, bütünleştirici tasarımlarla yapılandırılmasının gerekliliğini vurgulamaktadır. 2001 yılında Dünya Sağlık Örgütü (WHO), engellilik kavramına "International Classification of Functioning, Disability and Health ICF 2001" adını taşıyan bir tanım getirmiştir. Yetenek ve performans arasındaki ilişkinin analizine odaklanılarak yapılan tanımlamada; herkesin hayatının bir döneminde sağlığında düşüş yaşayıp, bazı engelleri deneyimleyebileceği düşüncesiyle engellilik kavramı, dinamik ve koşullarla ilişkili bağlamsal bir değişken olarak görülmüş ve engelliliğin boyutu kişinin farklı çevrelerle etkileşimiyle ilgili olarak yorumlanmıştır. Bu doğrultuda evrensel tasarım ölçütlerinin engellilik deneyimini azaltma ve herkesin deneyim/performansını geliştirme konularında uluslararası ölçekte önemini vurgulanmıştır (Dostoğlu, vd., 2009). Toplumlar arasındaki kültürel ve coğrafi farklılıklar doğrultusunda "evrensel tasarım" kavramı farklı şekillerde karşımıza çıkartmaktadır. "Herkes için

tasarım”(desing for all), “kullanıcı odaklı tasarım” (user needs design), “kapsayıcı tasarım” inclusive design), “ömür boyu için tasarım” (life span design), “gerçek yaşam için tasarım” (real life design), “kuşaklar arası tasarım” (transgenerational design) bunlardan birkaçıdır (Erkovan, 2013). Türkiye’de engelli bireylerin daha sağlıklı yaşam koşullarına sahip olabilmeleri adına düzenlenen 5378 sayılı özürülüler ve bazı kanun hükmünde kararnamelerde değişiklik yapılması hakkında kanun 07.07.2005 tarih ve 25868 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 2005). Bu tarihten sonra ise 5378 sayılı kanuna ek ve değişiklik getiren farklı mevzuatlarla yenilerek gelişmektedir. Ancak mevcut uygulamalarda farklı fiziksel özelliklere sahip bireylerin varlığı göz ardı edilmektedir. Kent ve bina ölçeğinde gözlemlenen uygulamalarda, herkes için erişilebilir olan, bütüncül ve kapsayıcı tasarımlar yerine, yalnızca yürüme engelliler için yapılan rampa uygulamalarıyla yasal yaptırımlar karşılanmaya çalışılmaktadır. Tespit edilen bu sorunlar doğrultusunda makale kapsamında, kentlerin geçmişten günümüze önemini yitirmeden gelen en önemli kamusal mekanları sayılan, bu nedenle sahip oldukları farklı fonksiyonlara göre toplumun bütünleşmesi noktasında önemli rol oynayan “kent meydanlarının erişilebilirliği ve sürdürülebilirliği” konusu ele alınmıştır. Mevcut yapıları alanlarda gözlemlenen erişim yetersizliklerinin deneyimlenebileceği “örnek kent meydanı” seçilerek alanın evrensel tasarım kriterlerine uygunluğunu ölçmek amacıyla engelli bireylerle doğal ortamda alan deneyleri yapılmıştır. Toplumla bütünleşmesi yönünde yaşadığı yoğun sorunlar göz önünde tutularak denek grubu, görme engelli bireyler arasından seçilmiştir. Araştırma yapıları alandaki verileri değerlendirme amaçlı yürütülerek, bulgular sonucunda getirilecek önerilerin fiziksel, sosyal ve kültürel anlamda görme engelli bireylere uygunluk gösterebilecek, erişim sorunlarına karşılık olacak, evrensel tasarım parametreleri çerçevesinde uygulanmış erişilebilir ve sürdürülebilir meydan tasarımları hazırlanması konusunda bir örnek oluşturması hedeflenmektedir.

A. METOT VE MATERYAL

1. Araştırma Yöntemine Yaklaşım

Araştırma, literatür taraması ile bilgi altyapısının oluşturulması, çalışma yapılacak kent meydanının belirlenmesi, yapıları alandaki eksikliklerin tespiti amacıyla görme engelli katılımcı grubuyla yerinde deneyimlenerek yürütülen anket çalışmasının sunulması, sonuçların değerlendirilmesi ve seçili kent meydanı örneğinde evrensel tasarım prensipleri doğrultusunda yapıları alanın revizyonu olarak yürütülmüştür. Alan çalışmasında yer alan katılımcıların seçiminde rastgele atanma tekniği kullanılmış, öncesinde katılımcılara; araştırmanın amacı, yararları, yürütme şekli ve kendilerinden beklenenler konusunda bilgi verilmiştir. Yürütülen çalışmanın mevcut yapıları farklı kamusal alanlarda ve farklı denek gruplarıyla birçok kez yinelenenbilmesi söz konusudur.

2. Çalışma Alanı

Marmara Bölgesinde 1999 yılında yaşanan deprem sonrasında hızlı kentsel gelişimin yaşandığı Sakarya İli, aynı zamanda engelli bireylere iş olanağı sağlanmasının zorunlu olduğu sanayi işletmelerini barındırmaktadır. Çalışmanın yürütüldüğü Arifiye İlçesi, Ankara–İstanbul otoyolu, TEM Anadolu otoyolu, Bilecik–Eskişehir otoyolu bağlantı noktalarında konumlanmaktadır. Yüksek nüfus yoğunluğu ve merkezi noktada bulunması nedenleriyle tercih edilen Arifiye İlçesinde çalışma yapılacak alanın

belirlenmesi için, mevcut meydanların haftalık/günlük kullanım yoğunlukları canlı gözlem metodu ile ölçülerek değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonuçlarına göre; sürekli yoğun kullanımın en fazla olduğu “Arifiye Meydanı” çalışma alanı olarak seçilmiştir (Şekil 1).

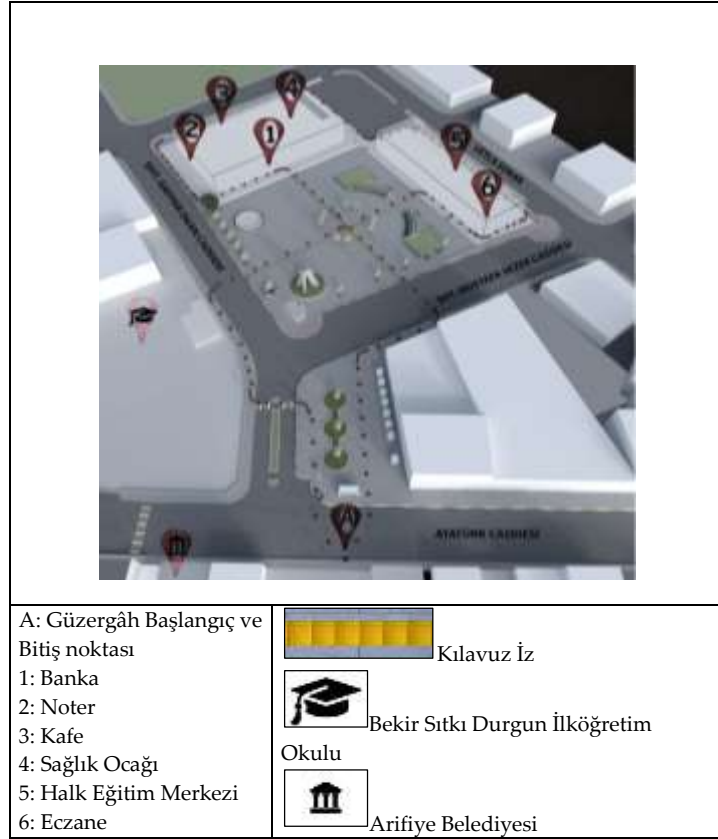
Şekil 1. Arifiye Meydanı



3. Alanın Değerlendirilmesi

Mevcut meydan düzeni hakkında görme engelli bireylerin görüşlerinin alınması amacıyla yürütülen çalışma; Sakarya İli, Arifiye Kent Meydanında gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan görme engelli bireyler, Sakarya İlinde yaşayan, daha önce bu meydanda bulunmamış ve rastgele seçim ile belirlenmiştir. Değerlendirmeye katılan üç kişiden oluşan görme engelli birey grubu, meydanda oluşturulan aynı güzergâhta rehber eşliğinde dolaşım sağlayarak, bireysel olarak çalışmaya katılım göstermişlerdir. A noktasından başlayan dolaşım (Şekil 2) de görüldüğü gibi yönlendirilerek aynı noktada sona ermiştir.

Şekil 2. Meydan ve Güzergâh



Denekler ile yürütülen alan çalışması kurgulanırken mevcut alan tasarımının değerlendirilmesinde, Mace (1998) ve The Center for Universal Design ekibinin oluşturduğu “Evrensel Tasarım Prensipleri” doğrultusunda Fazlıoğlu ve Çorapçıoğlu’nun düzenlediği ve uzman görüşü alınarak son halinin belirlendiği ölçütler kullanılmıştır. “Evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda görme engelli bireyler tarafından Arifiye Kent Meydanının değerlendirilmesi” olarak tanımlanan çalışma, veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Çalışmada ana prensipleri tanımlayan alt değerlendirme ölçütleri belirlenmiş ve denek grubundan alanın bu ölçütlere uygun olup olmadığını deneyimlemeleri beklenmiştir. Tüm alt ölçütlerin birlikte değerlendirilmesiyle ana tasarım prensibinin yerine getirilmiş olacağı varsayılmıştır. Yedi ana başlık altında toplam 20 maddeden oluşan değerlendirme ölçütleri, üçlü eşit aralıklı ölçekle hazırlanmıştır. Her madde için yanıtlanması beklenen “Var”, “Yetersiz”, “Yok” seçenekleri düzenlenmiştir. Oluşturulan yedi temel kriter aynı öneme sahiptir. Alt maddelerin her biri buldukları kriter başlığı altında eş değerde kabul edilmiştir (Tablo1).

Tablo 1. Anket Formu ve Yanıtlar

EVRENSEL TASARIM	İÇERİK	DEĞERLENDİRME								
		1. Katılımcı			2. Katılımcı			3. Katılımcı		
		V	Y	Y	V	Y	Y	V	Y	Y
1. EŞİT KULLANIM	Ayrımın olmadığı eş değerde kullanım.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Eş değerde güvenlik ve emniyet imkânı.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Çekici nitelikte tasarım.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
2. KULLANIMDA ESNEKLİK	Tasarımın kullanım şekillerinde seçme hakkı.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Doğru bir şekilde kullanımın sağlandığı tedbirler.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Tasarımın kullanıcı hızına uygunluğu.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
3. BASİT VE SEZGİSEL KULLANIM	Tasarımda yalınlık.	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Sezgisel kullanıma uygunluk.		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
	Beklentileri karşılayabilirliği.		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Okuma-yazma ve dil becerilerine uygunluğu		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
4. ALGILANABİLİR BİLGİLENDİRME	Alan kullanımında farklı anlatım. (görsel, işitsel, dokunsal duyular).			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
	Kullanım için bilgilendirmenin sağlanması.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Mevcut elemanların ayırt edilebilir ve tanımlanabilir olması.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
	Duyusal kısıtlamalara sahip bireylerin kullanım tekniklerine yönelik öncelik.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
5. TASARIMDA HATA PAYI	Mevcut elemanların mekânda tehlike ve hataları azaltmaya yönelik düzenlenmesi.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Alanda oluşabilecek tehlike ve hatalara yönelik uyarı ve koruma tedbirlerinin varlığı.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
6. DÜŞÜK FİZİKSEL GÜÇ HARCANMASI.	Kullanıcılarının doğal vücut yapıları ile makul güç kullanımına uygunluğu.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Uzun süreli fiziksel güç harcanmasını azaltacak tasarım.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
7. YAKLAŞIM VE KULLANIM İÇİN BOYUT VE MEKAN SAĞLANMASI.	Oturan veya ayakta olan her kullanıcının önemli elemanları fark edebilmesi için engelsiz bakış açısı.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
	Kişisel yardım veya yardımcı araçlarının kullanımına yeterli alan sağlanması.			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
V : VAR	Y : YETERSİZ	Y : YOK								

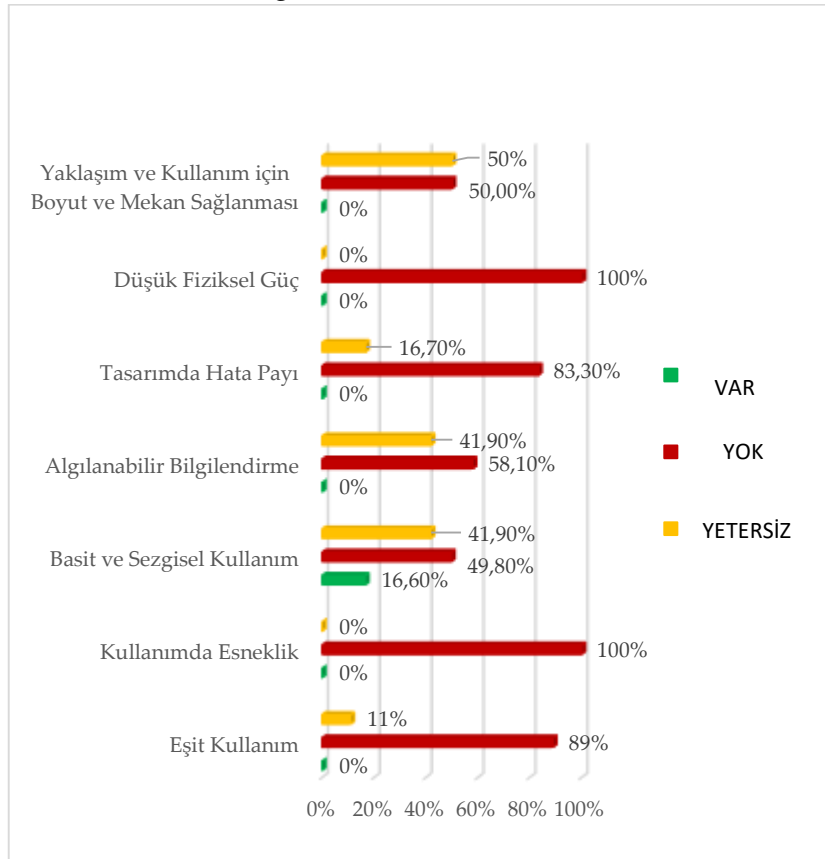
Yedi ilke ve kendi içlerindeki farklı sayıda dağılımlarıyla toplam 20 madde, frekans dağılımlarının aritmetik ortalaması ile değerlendirilmiştir. İstatistiksel analizler bilgisayar ortamında Excel programı ile frekans (f), yüzde (%), aritmetik ortalama kullanılarak yapılmıştır.

B. BULGULAR

1. İstatistiksel Analiz Sonuçları

Bulguların istatistiksel analizi Şekil 3' de verilmiştir.

Şekil 3. Anket Sonuçları Yüzdeler Grafik



2. Değerlendirme

1.Eşit kullanım prensibi doğrultusunda; “Tüm kullanıcılar için ayrımsız/eş değerde kullanım”, “emniyet imkanını”, tüm kullanıcılar için çekici nitelikte tasarımın varlığı” sorgulandığında; görme engelli bireylerin meydanın tamamını kullanabilecekleri bir sirkülasyon tasarımı yapılmadığı, kılavuz izlerinin yanlış ve eksik, yer döşemelerinin bozulmuş, rampa eğimlerinin hatalı olduğu belirtilmiştir. Görme engelli bireylere yönelik ayrıcalıklı bir tasarımın yer almaması nedeniyle meydan çekici nitelikte bulunmamıştır. [İstatistiksel değerler: %0,00 oranında var, %11,33 oranında yetersiz, %88,66 oranında yok].

2.Kullanımda esneklik prensibi doğrultusunda; “meydan kullanımında seçme hakkı”, “doğru ve dikkatli kullanım”, “farklı kullanıcı hızına uygunluk konusunda tedbir ve yönlendirmenin varlığı” sorgulandığında; sesli uyarı sistemlerinin olmayışı ve yalnızca baston ile yol takibi yapmak zorunluluğu nedeniyle meydan kullanımında seçme hakkının olmadığı belirtilmiştir. Kılavuz çizgilerinin yanlışlığı, uyarıcı yüzeylerin eksikliği, durum değiştirme hali uyarısı vermemesi nedenleriyle meydan, doğru kullanım ve farklı kullanıcı hızına uygun bulunmamıştır. [İstatistiksel değerler: %0,00 oranında var, %0,00 oranında yetersiz %100,00 oranında yok].

3.Basit ve sezgisel kullanım prensibi doğrultusunda; “meydan tasarımında yalınlık”, “sezgisel kullanıma, okuma-yazma dil becerilerine uygunluk”, “farklı beklentilerin karşılanması” sorgulandığında; tasarımda yalınlık, denekler tarafından kendi başlarına rahat hareket edilebilir alan olarak yorumlanarak değerlendirilmiş, sezgisel kullanıma uygunluk, bireylerin farklı duyularına hitap edebilme özelliği olarak deneyimlenmiştir. Görme engelli bireylerin algılayabileceği yön tabelalarının bulunmaması nedeniyle, meydan tasarımının okuma yazma ve dil becerilerine uygun olmadığı ve beklentileri karşılamadığı sonucu ortaya çıkmıştır. [İstatistiksel değerler: %16,66 oranında var, %33,33 oranında yetersiz, %50,00 oranında yok].

4.Algılanabilir bilgilendirme prensibi doğrultusunda; “meydan tasarımında görsel, işitsel, dokunsal duyulara hitap eden farklı anlatımlar ve kullanım için gerekli bilgilendirmenin sağlanması”, “mevcut elemanların ayırt edilebilir ve tanımlanabilirliği”, “duyusal kısıtlamalara sahip bireylerin kullanım tekniklerine yönelik öncelikler” sorgulandığında; alanda mevcut elemanların ve özellikle zemindeki doku farklılıklarının ayırt edilebilir ve tanımlanabilir olması kriterleri deneklerce aranmıştır. Bu doğrultuda alan kullanımında farklı anlatım sesli ve dokunsal sinyalizasyonun eksikliği, görsel, işitsel ve dokunsal duyulara hitap eden bilgilendirme levhalarının olmadığı tespit edilmiştir. [İstatistiksel değerler: %0,00 oranında var, %41,66 oranında yetersiz, %58,33 oranında yok].

5.Tasarımda hata payı prensibi doğrultusunda; “meydanda kullanılan mevcut elemanların tehlike ve hataları azaltmaya yönelik düzenlenmesi”, “oluşabilecek tehlike ve hatalara yönelik uyarı ve koruma tedbirlerinin varlığı” sorgulandığında; mevcut yapıli alanda, görme engellilere yönelik uyarıcı sinyalizasyon sistemleri olarak değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda yapıli alanda mevcut trafik dubalarının sert malzemedan yapılmış olduğu bu nedenle tehlike oluşturduğu ve bu elemanların varlığına yönelik bir uyarı sisteminin bulunmadığı tespit edilmiştir. [İstatistiksel değerler: %0,00 oranında var, %16,66 oranında yetersiz, %83,66 oranında yok].

6.Düşük fiziksel güç harcanması prensibi doğrultusunda; “meydan tasarımının kullanıcıların doğal vücut yapıları ile makul güç kullanımına uygunluğu”, “uzun süreli fiziksel güç harcanmasını azaltacak tasarımların varlığı” sorgulandığında; görme engelli bireylerin beyaz bastonuyla ayrıca efor sarf etmeden hareket edebilmeleri ve sarı bantların sürekliliği ve yönlendirici olması değerlendirilmiştir. Alanda sarı bantların yanlış konumlandırıldığı ayrıca sürekli ve yönlendirici olmadığı tespit edilmiştir. [İstatistiksel değerler: %0,00 oranında var, %0,00 oranında yetersiz, %100,00 oranında yok].

7.Yaklaşım ve kullanım için boyut ve mekân sağlanması prensibi doğrultusunda; “meydan tasarımında oturan veya ayakta duran her kullanıcının önemli elemanları fark edebilmesi için engelsiz

bakış açısının sağlanması”, “kişisel yardım veya yardımcı araçlarının kullanımına yeterli olacak alanların varlığı” sorgulandığında; meydana bulunan tabela, levha, direk gibi teknik öğelerin ve peyzaj düzenlemelerinin yerleşimi, kent mobilyalarının TSE tasarım kriterlerine uygunluğu deneyimlenmiştir. Değerlendirme sonucunda hareketliliği kısıtlayıcı şekilde konumlandırılan tasarım elemanları tespit edilmiştir. Ayrıca kişisel bakım ve yardımcı araçlar için rampaların uygun olmadığı tespit edilmiştir. [İstatistiksel değerler: %0,00 oranında var, %33,33 yetersiz, %67,33 oranında yok].

Arifiye Meydanında, üç kişiden oluşan görme engelli birey gurubunun meydana deneyimleri sonucunda mevcut yapıya alanda temel eksiklikler tespit edilmiştir. Alanda görme engelliler için hissedilebilir yönlendirici kaplama donatılarının eksik ve hatalı uygulanmış olması, yürüyüş güzergahında tehlike yaratan tabela, levha ve direk gibi teknik öğelerin yer alması, peyzaj düzenlemelerinin görme engellilerin hareket kabiliyeti düşünülmeden yerleştirilmesi, sesli sinyalizasyon sisteminin bulunmaması, rampaların hatalı uygulanmış olması, yapıya alanın toplumun farklı fiziksel özelliklere sahip bireyleri tarafından kullanıma uygun olmadığını göstermektedir. Gerçekleştirilen istatistiksel analizler, görsel tespitleri destekler niteliktedir. Görme engellilerin yaşam içinde daha fazla erişebilir olma, sosyal ve kültürel etkinliklerde bulunma hakları bağlamında kendilerine özel materyallere ve hizmetlere ihtiyaçları vardır. Bu materyal ve hizmetlerden faydalanabilmeleri için de kamusal alanların erişilebilirlik standartlarına uygun ve sürdürülebilir nitelikte tasarlanmış olması gerekmektedir.

C. ARİFİYE KENT MEYDANI DÜZENLEMESİ

Çalışma alanında saptanan hatalı tasarım ve yetersizlikler Şekil. 4 de gösterilmektedir.

Şekil 4. Tespit Edilen Hata ve Yetersizlikler

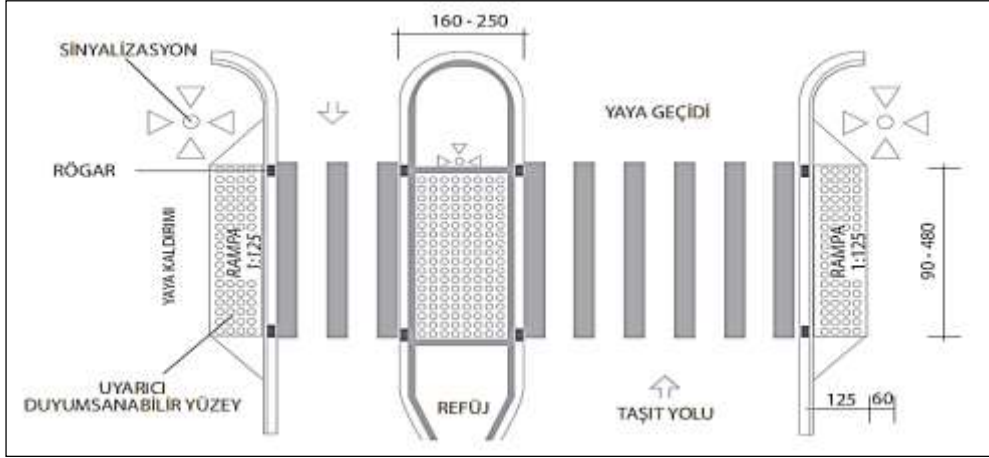


Meydanın evrensel tasarım prensipleri dikkate alınarak farklı fiziksel özelliklere sahip bireylerin kullanımına uygun tasarımlarla yeniden düzenlenmesi doğrultusunda getirilen çözümler Şekil 5.'de şematik olarak gösterilerek açıklanmıştır.

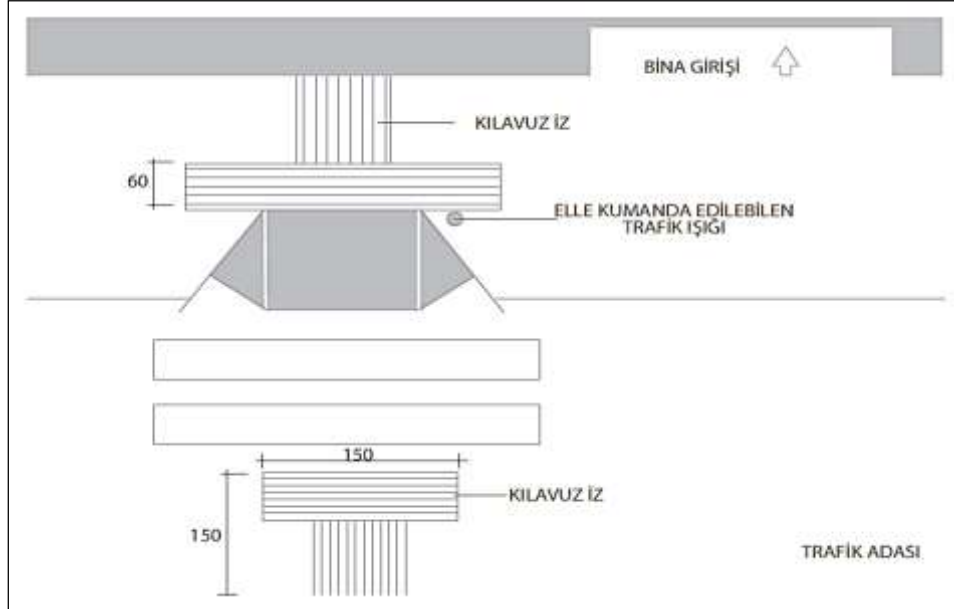
Şekil 5. Öneri Meydan Düzenlemesi



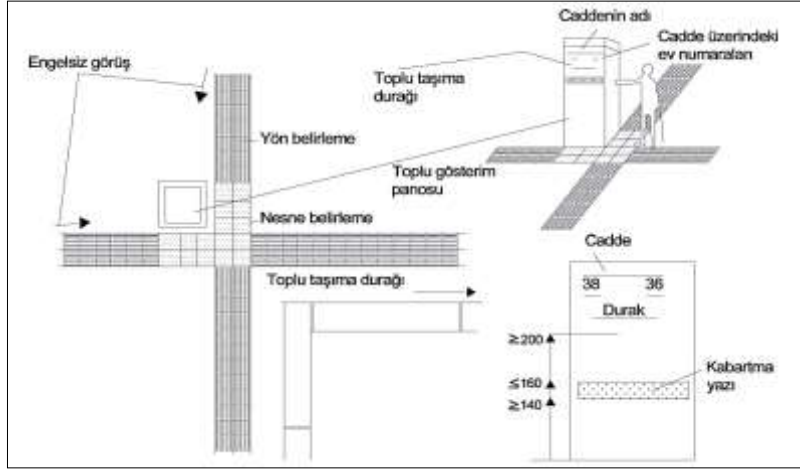
Şekil 5a. Işık Kontrollü Yaya Geçidi (Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, ÖZİDA, 2010)



Şekil 5b. Yaya Geçitlerinde Duyumsanabilir Yüzeyler ve Trafik Işığı (Birleşmiş Milletler (BM), 2004)



Şekil 5c. Yaya Yolunda Yer Kaplaması ve Yönlendirme (Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, ÖZİDA, 2010)



Meydan ve çevresinde işımsal olarak birbirini kesen akslar ile yönlendirme sağlanmaya çalışılmıştır. Ortak bir güzergâhta farklı fiziksel özellikteki bireylerin kullanımına olanak sağlayacak sirkülasyon alanları oluşturulmuştur. Meydanın yakın çevresindeki yoğun yapılaşmanın hafifletilmesine yönelik yeşil alanların çoğaltılması hedeflenmiştir. Tasarımı önerilen yeşil alanların aktif kullanımını desteklemek ve mevcut halk eğitim merkezinin meydanla bütünleşmesini sağlamak amacıyla, eğitim merkezinde üretilen farklı ürünlerin sergilenebileceği ve/veya daha farklı amaçlarla kullanılacak ahşap platformlar düzenlenmiştir. "1" no'lu noktada düzenlenen yaya geçidi uyarıcı, ışıklı ve sesli sinyalizasyon sistemleri ile desteklenmiştir (Şekil 5a). "2" no'lu alan için önerilen oturma gruplarıyla; ATM kullanıcıları, durak yolcuları ve okul giriş-çıkış saatlerinde bekleyen veliler için dinlenme alanları sağlanması düşünülmüştür. "3" no'lu noktada önerilen yaya geçidi bireylerin güvenli olarak meydana yönlendirilmesini sağlayabilecektir (Şekil5b-c). "4" no'lu noktada önerilen çiçek tarhlarının, sınırlandırıcı ve engelliler için tehlike yaratmayan peyzaj öğeleri olarak meydanın gerekli noktalarında tekrarlanması amaçlanmıştır. Kullanılacak bitkilerin koku özelliği olmasının görme engelli bireylerin yönlendirilmesine yardımcı olacağı düşünülmüştür. Bu revizyonların farklı yapılı kent meydanlarında uygulanması, toplum içinde görünür ve anlaşılır olmayı bekleyen görme engelli bireyler açısından önem taşımaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Kent meydanları barındırdıkları farklı fonksiyonlarla toplumsal sürdürülebilirlik ve bütünleşme noktasında önemli role sahiptir. "Erişilebilirlik" "sürdürülebilirlik" ve "kent meydanları" kavramları bir arada ele alındığında; toplumun çocuklar, yaşlılar, dil bilmeyenler, duyu ve uzuv kaybı olan kişiler gibi farklı özelliklere sahip tüm bireylerinin bir arada veya bağımsız, özgür, güvenli ve konforlu bir şekilde kullanabilecekleri kent meydanlarının varlığı olarak tanımlanabilir. Bu doğrultuda bütünleştirici ve sürdürülebilir kent meydanı tasarımlarının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Evrensel prensipler doğrultusunda kamusal alanların engelliler, her zaman engel sahibi olma riski taşıyan diğer bireyler, sonuç olarak toplumun farklı fiziksel özelliklerdeki tüm fertlerinin bir arada bulunabileceği mekânsal özellikleri taşıyabilecek ölçütlerin dikkate alınarak tasarlanması gerekmektedir. Bu konuda engelli

bireyler ve onların sosyal yaşama katılımını sağlanması yönünde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarının sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu bağlamda engelli bireylerin kamusal alan kullanımı ve kent içi ulaşımının sağlanması amacıyla yerel yönetimlerin, kentsel tasarımcıların ve uygulayıcıların mevcut yapıları alanlardaki eksik ve hatalı uygulamaların tespiti ve revizyonu konusunda yol gösterici olmaları beklenmektedir. Erişilebilirlik konusunda yapılan bilimsel araştırmaların yönlendirici olması amacıyla ilgili bakanlık, kurum ve kuruluşlara iletilmesi toplum içindeki engelli bireylerin sorunlarına yönelik somut adımların atılmasına önemli katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra çevre, tasarım ve kullanıcılar arasındaki ilişkilerin kalıcı ve sürdürülebilir kılınması adına toplumun bu konuda bilinçlendirilmesi gereklidir. Evrensel tasarım kriterleri yaşam kalitesinin artırılması ve yaşanabilir bir kentsel çevre oluşturulması bağlamında sürdürülebilir kalkınma planlarında önemli bir yere sahip olmalıdır. Bu konuda çalışma yapan kişi ve kuruluşların ortak bir platformda bir araya geleceği, yapılmış bilimsel çalışmaların paylaşılacağı, yapılması gerekenlerin tartışılacağı bir sempozyum düzenlenmesi; toplumun ortak değerlerin korunması adına güç birliği, ayrıca engellilik konusunda yönetim planlarının oluşturulmasını sağlayacağı için önerilmektedir.



KAYNAKÇA


- Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı (ÖZİDA). (2010). Yerel yönetimler için ulaşılabilirlik temel bilgiler teknik el kitabı. <https://eyh.aile.gov.tr/data/545886b5369dc3281c69af4f/>
- Birleşmiş Milletler (BM). (2004). Accessibility for the disabled a desing manual for a barrier free environment. <https://www.un.org/esa/socdev/enable/designm/>
- Burcu, E. (2002). Üniversite okuyan özürlü öğrencilerin sorunları: Hacettepe-Beytepe Kampüsü öğrencileri örneği. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 83-103.
- Dostoğlu, N., Şahin, E., & Taneli, Y. (2009, Mayıs). Evrensel tasarım: Tanımlar, hedefler, ilkeler. Tasarıma kapsayıcı yaklaşım: Herkes için tasarım. *Mimarlık Dergisi*, 347, 23- 27.
- Erkovan, E. (2013). *Evrensel tasarım ilkeleri kapsamında bir kamusal alan olarak Akdeniz Üniversitesi Kampüsünün incelenmesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü.
- Goffman, E. (1968). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Prentice Hall.
- Kavak, M. (2010). *Evrensel tasarım yaklaşımı bağlamında kamusal mekanlar: Harbiye Kongre Vadisi örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Keleş, R. (1980). *Kentbilim terimleri sözlüğü*. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Krier, R. (1979). *Urban space*. Academy Edition, Fifth Impression.
- Mace, R.L. (1998). *A perspective on universal design. designing for the 21st century: An International Conference on Universal Design*. FAIA.
- Moughtin, C. (2003). *Urban design: Street and square*. (Third Edition). Butterwort Architecture.
- Papaioannou, K. (2008). *European legislation on people with disabilities*. Department of Civil Engineering, Aristotle Univeristy Thessaloniki, Greece.

Resmi Gazete. (2005, Temmuz). *Anayasa Mahkemesi, 01.07.2005 Tarihli ve 5378 sayılı Kanun. Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun.* <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/07/20050707.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/07/20050707.htm>

Steinfeld, E. (1996). *Universal design as innovation*. Occasional paper, Center for Inclusive Design and Environmental Access, University at Buffalo.



ÇEVİRİMİÇİ MAĞAZA ATMOSFERİNİN TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ*

 Beyza Ecem NEVRUZ^a

 Fatma DEMİRCİ OREL^b

Öz

Çevrimiçi mağaza atmosferi, site tasarımında kullanılan elemanların belirli bir müşteri çıktısı elde etmek için bilinçli olarak bir araya getirilmesi olarak ifade edilir. Mağaza atmosferi elemanları müşterinin satın alma kararını doğrudan etkileyebilir, müşteriyi hedonik yönden tatmin ederek siteye yönelik olumlu niyetler oluşturmasını sağlayabilir. E-perakendeci açısından rekabet avantajı elde etmek, müşteriyi sitede tutmak ve müşterinin siteye yönelik nihai kararını şekillendirebilmekte atmosfer önemli bir pazarlama elemanıdır. Bu çalışmanın amacı, düşük görev ilgili çevrimiçi atmosfer elemanlarından ürün dışı resimler, üye ortaklar, site ödülleri ve güvenlik rozetlerinin müşterinin siteye yönelik yaklaşma niyetinin oluşmasındaki etkisini incelemektir. E-perakende simülasyonu oluşturularak tamamlanan deneysel araştırmadan elde edilen veriler SPSS 25.0 paket programında çoklu regresyon analizi uygulanarak değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda üye ortaklar ve ürün dışı resimler atmosfer elemanlarının bireyin nihai kararını şekillendirmesinde bir etkisinin olmadığı bulunmuştur. Bununla birlikte site ödülleri ve güvenlik rozetlerinin memnuniyet ve harekete geçmeyi pozitif yönde etkilediği ve yaklaşma niyetinin memnuniyet ve harekete geçmeden olumlu yönde etkilendiği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi Atmosfer, E-Perakende, SOR Paradigması, Webmosfer



THE EFFECT OF ONLINE STORE ATMOSPHERE ON CONSUMERS PURCHASE INTENTION

Abstract

The online store atmosphere is expressed as the conscious combination of elements used in website design to achieve a certain customer output. Atmospheric elements can directly affect the customer's purchase decision, enable the customer to create positive intentions towards the website by satisfying the customer hedonically. Also, as an important marketing tool webstore Atmosphere elements help to gain competitive advantage and to keep the customer on the Website. The aim is to examine the effect of the low task relevant e-atmospheric elements, pictures other than merchandise, security badges, website awards and affiliations, to the customer's approach

* Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından SYL-2016-6843 kodu ile desteklenmiştir.

^a Yüksek Lisans Öğr., Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, beyzaecemnevrucz@gmail.com

^b Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, fatmaorel@gmail.com

intention to the website. The data obtained from created e-retail simulation, was analyzed by multiple regression analysis. Results showed that the pictures other than merchandise and affiliations have no effect on approach intention of customers, website awards and security badges have positive impact on pleasure and arousal, and approach intentions have positively affected by pleasure and arousal.

Key Words: Online Atmosphere, E-Retailing, SOR Paradigm, Webmospher



Giriş

Refah seviyesi yükselen tüketicilerin, satın alma kararını fayda beklentisiyle birlikte ürünün satıldığı mağaza ve çevresini de değerlendirerek vermeye başlaması perakendecilikte mağaza atmosferi konusunu gündeme getirmiştir. 2000'lerden sonra sanal dünyaya transfer olmasıyla birlikte perakendecilikte rekabet küreselleşmiştir. Tüketicinin bir siteyi çekici bulup oradan alışveriş yapıp yapmamasının milisaniyelerle ölçüldüğü sanal dünyada geleneksel pazarlama karması elemanları yeterli etki yaratamamakta, müşteriyi siteye çekme, sitede tutma ve site müşterisi haline getirerek rekabet avantajı yaratmada e-atmosfer önemli bir rol üstlenmektedir.

E-perakendeci için mağaza atmosferi bilgisayar ekranından müşterisine ulaştırabildikleriyle sınırlıdır. Ancak dar bir alandan ulaşıyor olsa da çevrimiçi mağaza atmosferi elemanları tüketicinin siteye yönelik nihai kararının şekillenmesinde geleneksel atmosfer elemanlarının sahip olduğu etkiye sahiptir. Bu anlamda doğrudan müşterinin alışveriş hedefine odaklanan atmosferikler ve müşteriye siteyi çekici gösteren, onun bireysellik ve farklılaşma beklentilerini tatmin ederek hedonik fayda sağlayarak müşterinin siteye yönelik olumlu yaklaşımlar göstermesini sağlayan atmosfer elemanları çevrimiçi mağazalarda kullanılmaktadır.

Çevrimiçi ortamda alışveriş yapan müşteri saniyeler içinde bir siteden alışveriş yapıp yapmama kararı vermektedir. Bu noktada sitenin sahip olduğu atmosferik özellikler anahtar rol üstlenmektedir. E-perakende mağazasının ürün hakkında ve alışveriş süreci ile ilgili görsel ve yazılı bilgi sunması tüketicilerin siteye yönelik tercihlerini belirlemede tek başlarına yeterli değildir. Bir e-perakende mağazasının müşteri çekebilme ve onu elinde tutabilmek için tatmin edici düzeyde bilgi verici olmasının yanında çekici, akılda kalıcı ve keyifli bir alışveriş deneyimi sağlıyor olması gerekmektedir. Alışverişle doğrudan ilgili olmayan ancak tüketiciyi devamlı müşteriye dönüştürebilme gücüne sahip bu atmosferikler literatürde düşük görev ilgili atmosferikler olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmada düşük görev ilgili atmosferiklerden üye ortaklar, ürün dışı resimler, site ödülleri ve güvenlik rozetleri üzerinde durulmuştur. Literatürde yer almalarına rağmen diğer atmosferiklere kıyasla çok çalışılmamış olmaları nedeniyle tercih edilen bu atmosferikler aynı zamanda siteye özgünlük katma ve güvenli bir alışveriş sitesi algısı oluşturmaları bakımından önemlidir.

Bu çalışmanın amacı; müşterinin alışveriş hedefiyle doğrudan ilgili olmayan atmosfer elemanlarının tüketici üzerindeki etkisini ve bu atmosfer ortamının tüketicide siteye yönelik olumlu niyet oluşturup oluşturmadığını incelemektir.

A. ÇEVİRİMİÇİ MAĞAZA ATMOSFERİ

E-mağaza atmosferi “müşterilerde olumlu etki yaratıp; onlarda siteyi tekrar ziyaret etme, siteyi keşfetme gibi perakendecinin arzu ettiği tepkileri elde etmek amacıyla web çevresinin bilinçli olarak tasarlanmasıdır.” (Dailey, 2004, s. 796). Site içeriğinde ya da ara yüzünde algıları ve duyuları uyaran her şey Webmosfer (Childers et al., 2001, s. 529), web atmosferikleri ya da sanal atmosfer bileşenleri olarak tanımlanır (Ballantine, 2005, s. 462; Manganari vd., 2009, s. 1141).

Sanal dünyada müşterinin psikolojik ve davranışsal tepkiler vermesine neden olan atmosferikler (Hunter & Mukerji, 2011, s. 121) ürün ve perakendeci hakkında doğal bir bilgi kaynağı görevini üstlenir (Eroglu vd., 2003, s. 149; Manganari vd., 2009, s. 1140; Vrechopoulos, 2010, s. 528; Wu vd., 2013, s. 6) Bununla birlikte satın alma noktasına gelen müşteri için diğer pazarlama elemanlarından daha güçlü bir etkiye sahip olduğu kanıtlanmıştır (Breugelmans & Campo, 2011, s. 6). Bu anlamda güçlü bir pazarlama elemanı olan webmosferler müşterinin harekete geçme ve hoşnut olma seviyelerini ve satın alma miktarını etkilemekte (Koo & Ju, 2010, s. 386; Richard, 2005, s. 1639), ürünü ve mağazaya yönelik ilgi ve tutumları şekillendirmekte (Childers vd., 2001, s. 529; Coyle & Thorson, 2001, s. 75; Richard, 2005, s. 1639; Wang vd., 2011, s. 55), memnuniyeti arttırmakta (Eroglu vd., 2001, s. 181), satın alma niyetini (Liang & Lai, 2002, s. 443; Richard, 2005, s. 1639) ve nihayetinde yakınlaşma ve kaçınma davranışlarını etkilemektedir (Donovan & Rossiter, 1982, s. 54; Eroglu vd., 2003, s. 141; Siomkos vd., 2006, s. 335; Vrechopoulos, 2010, s. 530; Wu vd., 2013, s. 18). İşitme ve görme duyularını kullanabilen müşteriler atmosferi bütün olarak algılar. Atmosfer dikkat çekici olduğunda müşterinin kişisel davranışlarını da arttırmaktadır (Breugelmans & Campo, 2011, s. 26). Tasarımcılar dokunma ve koklama duyularını kullanma imkânı olmadığı için siteyi olabildiğince kullanımı kolay, hızlı ve basit tasarlayarak sanal alışverişin hali hazırda karmaşıklığını azaltırken (Cop & Sezer, 2015, s. 142; Kotler & Armstrong, 2012, s. 538) hedonik güdülerini tetikleyecek interaktif unsurları da ekleyerek müşterilere keyifli bir alışveriş deneyimi yaşamaktadır (Liu, 2000, s. 125). Bu sayede tüketicilerin satın alma niyetlerinin ve satın alma davranışlarının oluşmasını sağlamaktadır (Pelet & Papadopoulou, 2012, s. 459).

Bireyin içinde bulunduğu çevrenin davranışları üzerindeki etkisini görmek amacıyla geliştirilen Stimulus-Organism-Response, SOR (Uyarıcı-Birey-Tepki) paradigması (Mehrabian & Russell, 1974) ilk olarak Donovan ve Rossiter (1982, s. 55) tarafından perakendeye daha sonra Eroğlu vd. (2001, 2003) tarafından atmosfer çalışmalarını için e-mağazalara uyarlanmıştır. Eroglu vd. (2001, s. 179) sanal mağaza atmosferiklerini müşterilerin alışveriş hedefine ulaşmalarını doğrudan etkileyip etkilemediklerine göre ikiye ayırmıştır: *yüksek görev ilgili atmosfer elemanları* ve *düşük görev ilgili atmosfer elemanları*. Yüksek görev ilgili atmosferikler; sanal mağazada müşterinin alışveriş hedefine ulaşmasına yardımcı olan ve hedefine ulaşmasını sağlayan yazılı ve görsel olarak yer alan bütün açıklamalardır. Faydacı motivasyonu destekleyen ve (B. Babin, 1995, s. 49) müşterinin alışveriş kararında doğrudan etkiye sahip bu elemanlar; ürün açıklaması, fiyat bilgisi, satış şartları, gönderim ve iade politikaları, ürünün görseli, stok bilgisi ve gezinti yardımları (site haritası, sayfayı yukarı veya aşağıya taşıyan rehber çubuğu vb.) olarak ifade edilebilir.

Düşük görev ilgili atmosfer elemanları; müşterinin alışveriş hedefine ulaşmasıyla doğrudan ilgili olmayan, müşterinin sitede hoş zaman geçirmesi ve siteye yönelik güven duygusunun gelişmesini

sağlayan (Richard, 2005, s. 1639), hedonik (B. J. Babin vd., 1994, s. 646; Childers vd., 2001, s. 529) ve alışveriş deneyimini arttırmayı sağlayan site elemanlarıdır. Sanal mağazada kullanılan renkler, şeritler (borders), arka plan müzik ve sesleri, oyun ve yarışmalar gibi eğlence içeriği, sayfanın beyaz alan miktarı, ikonlar, harita görseli, dekorasyon ve tema amacıyla eklenen ürün dışı resimler, güvenli bağlantı ve güvenli işlem görselleri, site birliği (unity of site), site sayacı, site ödülleri ve üye ortakların isim / logoları gibi siteyi daha çekici ve akılda kalıcı hale getirerek rekabet avantajı (Hunter & Mukerji, 2011, s. 118) yaratan elemanlardır.

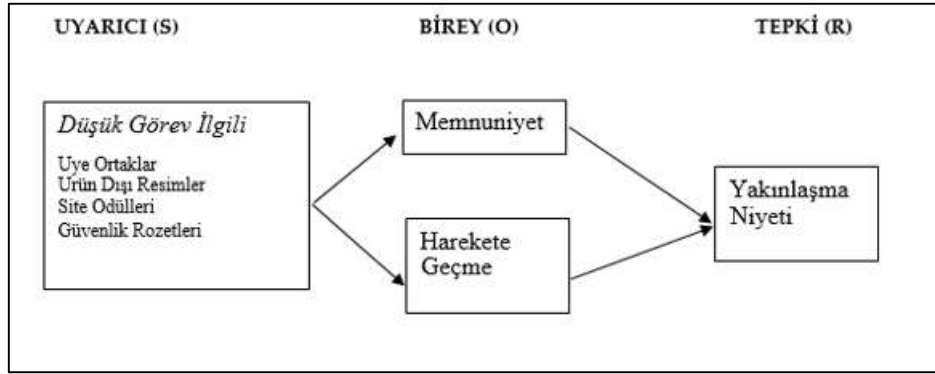
B. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada çevrimiçi alışveriş tercih eden tüketici davranışlarının anlaşılması için, çevrimiçi davranışsal niyetlere odaklanılmıştır. Tüketici psikolojisi alanıyla koordineli çalışması ve tüketicinin neden ve nasıl tüketime yönelip aktiviteleri gerçekleştirdiğinin anlaşılmasında deneysel araştırma uygun bir yöntem olarak önerilmektedir (Burns & Bush, 2015). Bu çalışmada gerçek bir ortamda uygulanması ve gerçek hayattakilere benzer sonuçlar verme ihtimalinin yüksek olması (Burns & Bush, 2015) nedeniyle saha deneyi tercih edilmiştir. Saha deneyleri; gerçek hayatta ve gerçek pazar koşulları altında olan tüketicinin doğal ortamında gözlemlendiği deneylerdir (Churchill, 1992). Sanal alışveriş tercih eden müşteri hem sanal mağazanın hem de içinde bulunduğu fiziksel çevrenin etkisi altındadır. Çevrimiçi alışveriş yapan müşteriyi izole bir ortamda test etmek, sanal alışverişin doğasına aykırı olacağı ve çalışmanın gerçek hayata uyarlanabilirliğine zarar vereceği (Lynch & Ariely, 2000) düşünülerek saha deneyi yöntemi çalışma için uygun bulunmuştur.

1. Pilot Test ve Araştırma Modeli

Çalışmanın modeli Şekil 1’de görüldüğü gibidir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Pilot ve ana çalışma için kitap satışı yapan bir web sayfası tasarlanmıştır. Araştırmanın örnekleme uygun kartopu yöntemiyle seçilen katılımcılara sosyal medya aracılığıyla ulaşılmış siteye giriş yapmaları, giriş sayfasında açıklanan yönlendirmeler doğrultusunda uygulamayı yapmaları ve bitiminde site kullanımı, anket soruları ile ilgili geri bildirim yapmaları istenmiştir. Bir ay süresince aktif kalan pilot çalışmaya 50 kişi katılmıştır. Pilot çalışma sürecinin değerlendirilmesi ve çalışmaya yönelik yorumların alınması için çalışmaya katılan 50 kişi içinden 20 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmıştır.

Alınan geri bildirimler ışığında site tasarımıyla ilgili sayfa düzeni, anket bölümüne geçişin kolaylaştırılması, katılımcılara deney sürecinin anlatıldığı açıklama metnin okunurluğunun geliştirilmesi gibi teknik düzeltmeler yapılmış, böylece nihai site tasarımına ulaşılmıştır.

2. Hipotezler

Eroğlu vd. (2001, s. 180, 2003, s. 142) tarafından düşük görev ilgili atmosferiklerden biri olarak belirtilen üye ortakların logolarının, sitede varlığının müşterilerin duygusal ve bilişsel durumları üzerinde etkisi olduğu ve bu etkinin nihai yaklaşma niyetini oluşturduğu ifade edilmektedir. Çevrimiçi mağaza atmosferi hakkında yapılan geçmiş çalışmalarda sözü edilen atmosfer elemanı ile ilgili Eroğlu vd.'nin (2001, 2003) önerisini test eden bir çalışmaya rastlanmamış ve bu nedenle bu çalışmada siteyi ziyaret eden müşteri üzerindeki etkilerini görmek için H1 ve H2 hipotezleri geliştirilmiştir.

H1: Üye ortakların logolarının sitede yer almasının müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu yönde etkisi vardır.

H2: Üye ortakların logolarının sitede yer almasının müşterilerin harekete geçmesinde olumlu yönde etkisi vardır.

Eğlence unsurları içinde yer alan ürün dışı resimler ürünün kendisini destekleyici elemanlardandır. Siteye bir kimlik kazandırarak onu diğerlerinden farklılaştıran ürün dışı resimler müşterilerin siteye karşı duyduğu memnuniyeti arttırmada etkin role sahiptir (H. Kim & Lennon, 2010, s. 423). Yapılan çalışmalarda ürün dışı görsel kullanımına önem vererek özgünleşen sitelerin, müşterilerin alışveriş tatminini yükselttiği (Oh vd., 2008, s. 11; Pereira vd., 2016, s. 288) ve sitenin kullanımının kolay olduğu algısını yarattığı böylece siteye yönelik bağlılığı arttırdığı bulunmuştur (Pereira vd., 2016, s. 281). Bu nedenle site müşterilerinin siteden memnun kalması ve satın almaya yönelik harekete geçme duyguları üzerinde olumlu bir etki oluşturması beklenerek H3 ve H4 hipotezleri geliştirilmiştir.

H3: Ürün dışı resimlerin sitede kullanılmasının müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu yönde etkisi vardır.

H4: Ürün dışı resimlerin sitede kullanılmasının müşterilerin harekete geçmesinde olumlu yönde etkisi vardır.

Literatürde site ödülleri için memnuniyet ve harekete geçme üzerindeki etkisinin varlığını test eden bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Eroğlu vd. önerdiği gibi (2001, s. 180, 2003, s. 142) müşterilerin siteye yönelik nihai kararını oluşturacak bilişsel ve duygusal durumları üzerinde atmosferiklerin etkisinin olup olmadığını görmek amacıyla H5 ve H6 hipotezleri geliştirilmiştir.

H5: Sitenin kazandığı ödülleri logolarının gösterilmesinin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu yönde etkisi vardır.

H6: Sitenin kazandığı ödülleri logolarının gösterilmesinin müşterilerin harekete geçmesinde olumlu yönde etkisi vardır.

Güvenlik rozetlerinin ve logolarının sitede müşterilerin görebilecekleri bir konumda yer alması, sitenin kişisel ve finansal güvenliği sağladığının bir göstergesi olarak müşterilerin alışverişleri sırasında ve alışverişlerini sonlandırırken kendilerini güvende hissetmelerini sağlar (Eroglu vd., 2001, s. 180; Hsiao, 2009, s. 89; Hunter & Mukerji, 2011, s. 120; H. Kim & Lennon, 2010, s. 423). Bu güvencenin devamlı müşteri olma niyeti (Lu vd., 2013, s. 59; Pereira vd., 2016, s. 282) ve müşteri sadakatının sağlanmasında (Flavián vd., 2006, s. 8) etkili olduğu görülmüştür. Bu anlamda site güvenliğini sağlayan araçların logo veya sembollerinin site tasarımında kullanılmasının tüketicinin memnuniyet ve harekete geçme duyguları üzerinde etkili olacağı düşünülmüş ve H7 ve H8 hipotezleri geliştirilmiştir.

H7: Güvenlik rozetlerinin kullanılmasının müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu yönde etkisi vardır.

H8: Güvenlik rozetlerinin kullanılmasının müşterilerin harekete geçmesinde olumlu yönde etkisi vardır.

SOR paradigması çevrimiçi atmosfer elemanlarının müşterilerinin siteye yönelik memnuniyet duygusu ve harekete geçme bilişsel durumlarını doğrudan etkileyerek, bireylerin siteye yönelik yaklaşma ya da kaçınma niyetinde olacağını savunmaktadır (Eroglu vd., 2001, s. 181). Siteye yönelik risk algısının oluşturduğu bilişsel süreçler ve sitede yapılan para harcamalarının ve geçirilen zamanın belirleyicisi olan duygusal durumların siteye yönelik tatminin, bağlılığın, alışverişin tamamlanmasının ve olumlu tavsiye gibi yaklaşma niyetlerinin üzerinde etkileri vardır. Memnuniyet ve harekete geçme durumlarının nihai yaklaşma niyeti üzerindeki etkilerinin incelenmesi amacıyla H9 ve H10 hipotezleri geliştirilmiştir.

H9: Memnuniyetin müşteride yaklaşma niyetinin oluşmasında olumlu yönde etkisi vardır.

H10: Harekete geçmenin müşteride yaklaşma niyetinin oluşmasında olumlu yönde etkisi vardır.

3. Senaryonun Kullanılması ve Araştırma Tasarımı

Katılımcıların gerçek alışveriş niyetlerini ortaya koymaları için hali hazırda aktif faaliyette olan kitap satışı yapan e-mağazalar incelenerek ve literatürde yer alan etkinliği kanıtlanmış içerik özellikleri dikkate alınarak bu çalışma için bir web sitesi tasarlanmıştır.

Tasarlanan web sitesinin adı www.kitapcitukkani.com olarak belirlenmiştir. Katılımcılar kendilerine sosyal ağlar aracılığıyla gönderilen linke masaüstü veya diz üstü bilgisayarlarından giriş yaptıklarında çalışmanın ne olduğu ve eksiksiz bir şekilde tamamlanması için ne yapmaları gerektiğini anlatan yönergenin yer aldığı ana sayfa ile karşılaşmıştır. Sayfanın altında çalışma örnekleminin belirlenmesinde eyleyici olacak "Daha önce hiç internet üzerinden alışveriş yaptınız mı?" sorusu yer almaktadır. Bu soruya "Evet" cevabını veren denekler bir sonraki sayfaya yönlendirilerek alışveriş simülasyonuna alınmışlardır.

Kitap görsellerinin yer aldığı ikinci sayfa bir e-perakende mağazası olarak tasarlanmıştır. Sayfanın en altında üye ortaklar, site ödülleri ve güvenlik rozetleri yerleştirilmiştir. Ürün dışı resimler kitap listesinin sol yanında konumlandırılmıştır. Kitap listesinden seçmek istediği kitap görselinin altında yer alan "Sepete Ekle" butonuna tıklayarak denekler simülasyon sayfasından çıkarılarak anket sayfasına yönlendirilmişlerdir.

Anket sayfası eksik bilgi girişini engelleyecek biçimde tasarlanmıştır. Anket sayfasının sonunda yer alan “Anketi Kaydet” ikonuna basan denekler çalışmayı tamamlamış olarak kabul edilmişlerdir.

Anket formu katılımcıların çevrimiçi alışveriş yapma süreleri ve sıklığını öğrenmeye yönelik soruların yer aldığı birinci bölüm, araştırma modelinde gösterilen yapıların değerlendirilmesi için belirlenen ifadelerin yer aldığı ikinci bölüm ve katılımcıların demografik özellikleri hakkında soruların yer aldığı üçüncü bölümden oluşmaktadır. Modelin uyarıcı ve tepki bölümüne ait olan ifadeler 5’li Likert ölçeğiyle, memnuniyet ve harekete geçme ifadeleri 5 noktalı Semantik Farklılık ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Modelin birey bölümünde yer alan memnuniyet; bireyin kendisini neşeli, mutlu ve iyi hissetmesi, harekete geçme; bireyin kendisini çevresel etkenler tarafından uyarılmış, heyecanlı, aktif ve eyleme geçmeye hazır hissetmesidir (Mehrabian & Russell, 1974; Wu vd., 2013, s. 11). Bireyin nihai kararı öncesi içsel süreçlerini ifade eden bu iki değişkenin ölçülmesinde Mehrabian ve Russel’in duygusal tepkiler ölçeğinden Eroglu vd. (2003, s. 145) tarafından uyarlanan semantik farklılık ölçeği kullanılmıştır. Yakınlaşma niyetine yönelik ölçümlerin yapılması için Eroglu vd. (2003, s. 145) ve Wu vd. (2014, s. 12)’nin, güvenlik rozetleri atmosferiğinin katılımcılarda site hakkında güvenli alışveriş yapılabilecek bir adres algısını oluşturup oluşturmadığını görebilmek için (Ranganathan & Ganapathy, 2002, s. 463) ’nin, site ödülleri değişkenini ölçmede (Wang vd., 2004, s. 62)’in çalışmalarında kullandıkları ölçekler kullanılmıştır. Literatürde çevrimiçi atmosfer elemanlarından eğlence unsurlarının içinde yer alan ürün dışı resimleri doğrudan ölçen bir ölçeğe rastlanmamıştır. Ancak sitenin eğlenceli olarak algılanıp algılanmadığının incelendiği çalışmalarda (Hausman & Siekpe, 2009, s. 12) kullanılan ifadeler bu değişkene göre uyarlanarak anket formuna eklenmiştir. Benzer şekilde üye ortaklar atmosferiği hakkında, çevrimiçi mağaza atmosferi yazınında bir ölçek olmaması nedeniyle bu değişkene ait ifadeler araştırma öncesi yapılan çalışmalar ve pilot testlerle oluşturulmuştur. Çalışmada yer alan değişkenlere yönelik toplam yirmi beş ifade yer almaktadır. Bununla birlikte katılımcılara çevrimiçi alışveriş deneyimlerini belirleyebilmek için iki, demografik özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak için altı soru sorulmuştur. Ölçüm aracında yer alan ifadeler açık ve öz olarak yazılmıştır. Bu bakımdan katılımcıların ortalama 5 dakika içinde çalışmanın bu kısmını tamamladıkları gözlemlenmiştir.

C. YÖNTEM

1. Kullanılan Analizler

Çalışmada Türkiye’de yaşayan ve çevrimiçi alışverişini tercih eden tüketicilerin satın alma niyetlerinin şekillenmesinde, alışveriş yaptıkları site atmosferlerinin etkisinin anlaşılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan araştırma modelinde gösterilen ilişkilerin analiz edilmesi için regresyon analizinin uygun olacağı düşünülmüştür.

Regresyon analizine başlamadan önce analiz sayıtlarının sağlanıp sağlanmadığı incelenmiştir. Çalışmadaki bütün değişkenlerin normallik şartını sağladığı görülmüştür. Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantıların olmaması şartını incelemek için VIF, tolerance ve conditions index değerlerine bakılmıştır. VIF değerlerinin 10’den küçük, tolerance değerlerinin .10’den büyük olması gerekliliği şartının sağlandığı görülmüştür. Condition Index değerleri incelendiğinde normalliğin sağlandığı aralıkta (10-30) olduğu görülmüştür. Otokorelasyonun olmaması için Durbin-Watson

değerine bakıldığında memnuniyet için 1.954, harekete geçme için 1.906 ve yakınlaşma için 1.997 olduğu ve bu halde otokorelasyonun olmama şartının da sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Regresyon analizinin uygulanabilmesi için verilerin normal dağılım göstermesi önemlidir. Çalışmanın verilerine ait normallik dağılımını gösteren değerler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Verilerin Normallik Dağılımı, Yatıklık ve Basıklık Değerleri

		DEĞİŞKENLER							
		Güvenlik Rozetleri	Üye Ortaklar	Site Ödülleri	Ürün Dışı Resimler	Memnuniyet	Harekete Geçme	Yakınlaşma	
Dağılımın Şekli	Skewness	İstatistik	-0.537	-1.183	-0.914	-1.175	-0.719	-0.561	-0.970
		Std. Hata	0.118	0.118	0.118	0.118	0.118	0.118	0.118
		Z değeri*	-4.562	-10.049	-7.764	-9.982	-6.108	-4.765	-8.240
Özellikleri	Kurtosis	İstatistik	0.011	1.053	0.466	1.343	0.657	0.136	0.973
		Std. Hata	0.235	0.235	0.235	0.235	0.235	0.235	0.235
		Z değeri*	0.047	4.483	1.984	5.717	2.780	0.579	4.142

* Değerin ilgili olduğu standart hataya bölünmesi yoluyla hesaplanmıştır.

Tablo 1’de yer alan veriler incelendiğinde regresyon analizini yapabilmek için gerekli olan normallik şartlarının sağlandığı görülmektedir.

2. Örnekleme Süreci ve Örneklem Karakteristikleri

Çoklu regresyon analiz sonuçlarının anakütleye genellenebilmesi ve toplanan verinin anakütle temsil edebilmesi için örneklem büyüklüğünün bağımsız değişken sayısının en az 15-20 katı olması gerekmektedir (Hair Jr. vd., 2010, s. 172). Bu doğrultuda kartopu yöntemiyle toplanan 438 kişilik bir örneklemin çalışma için uygun olacağı düşünülmüştür.

Çalışmanın uygulaması 2018 yılı Haziran ve Kasım ayları arasında yapılmıştır. Örnekleme oluşturan katılımcılara sosyal medya (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) ve e-mail aracılığıyla ulaşılmış ve katılımcıların diz üstü ve masa üstü bilgisayarlarından tesadüfi olarak siteye giriş yapmışları sağlanmıştır.

Deney katılımının 18 yaş üzeri kadın ve erkek katılımcılar ile sınırlandırılmış olması nedeniyle veri setinden 8 cevap yaş sınırının altında kaldığı için silinmiş ve analizler kalan 430 anket verisi ile yapılmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Demografik Veriler

YAŞ	%	Toplam Sayı	MESLEK	%	Toplam Sayı
18-27	43,8	188	Devlet Memuru	2,3	10
28-37	28,8	123	Diğer	10,5	45
38-47	22,8	98	Eğitimci	7,9	34
48-58	4,8	21	Ev Hanımı	9,8	42
			İşçi	10,7	46
GELİR	%	Toplam Sayı	Tüccar/Sanayici	19,3	83
1600tl ve altı	12,6	54	İşsiz	4,9	21
1601tl - 2600tl	16,5	71	Nitelikli Serbest Meslek	10,2	44
2601tl - 3600tl	11,4	49	Öğrenci	7,2	31
3601tl - 4600tl	8,8	38	Özel Sektörde Büro Personeli	5,1	22
4601tl - 5600tl	23	99	Özel Sektörde Yönetici	12,1	52
5601tl - 6600tl	8,1	35			
6601tl - 7600tl	7,7	33	EĞİTİM	%	Toplam Sayı
7601tl ve üzeri	11,9	51	İlköğretim	1,6	7
CİNSİYET	%	Toplam Sayı	Lise	66,5	286
Kadın	66	283	Üniversite	18,4	79
Erkek	34	147	Yüksek Lisans / Doktora	13,5	58

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach's Alpha ile incelenmiş elde edilen değerlerin 0.806 ile 0.958 arasında değiştiği ve sosyal bilimler için kabul edilebilir alt sınır olan 0.70'e göre değerlendirildiğinde (Hair Jr. vd., 2010, s. 141) ölçeklerin yeter güvenilirlik seviyesini sağladığı görülmüştür. Toplanan veriler çoklu regresyon analizleri ile SPSS 25.0 paket programında analiz edilmiştir.

D. BULGULAR

1. Hipotez Testleri

Çalışmada SOR modeli çerçevesinde düşük görev ilgili çevrimiçi atmosfer unsurlarının müşterilerin siteye yönelik memnuniyet ve harekete geçmeleri üzerindeki etkilerinin yaklaşma niyetine olan yansıması ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmada yer alan değişkenlere ait korelasyon değerleri Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Değişkenlere Ait Korelasyon Değerleri Tablosu

		Memnuniyet	Harekete Geçme	Güvenlik Rozetleri	Üye Ortaklar	Site Ödülleri	Ürün Dışı Resimler	Yakınlaşma
Memnuniyet	Pearson Corr.	1	.761**	.474**	.209**	.320**	.189**	.600**
	Sig.		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	430	430	430	430	430	430	430
Harekete Geçme	Pearson Corr.	.761**	1	.478**	.208**	.318**	.123*	.585**
	Sig.	.000		.000	.000	.000	.011	.000
	N	430	430	430	430	430	430	430
Güvenlik Rozetleri	Pearson Corr.	.474**	.478**	1	.529**	.596**	.493**	.684**
	Sig.	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	430	430	430	430	430	430	430
Üye Ortaklar	Pearson Corr.	.209**	.208**	.529**	1	.721**	.590**	.512**
	Sig.	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	430	430	430	430	430	430	430
Site Ödülleri	Pearson Corr.	.320**	.318**	.596**	.721**	1	.611**	.561**
	Sig.	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	430	430	430	430	430	430	430
Ürün Dışı Resimler	Pearson Corr.	.189**	.123*	.493**	.590**	.611**	1	.449**
	Sig.	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	430	430	430	430	430	430	430
Yakınlaşma	Pearson Corr.	.600**	.585**	.684**	.512**	.561**	.449**	1
	Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	430	430	430	430	430	430	430

** Korelasyon 0.01 seviyesinde anlamlıdır (2-kuyruklu).

* Korelasyon 0.05 seviyesinde anlamlıdır (2-kuyruklu).

Tablo 3’de yer alan değişkenlere dair korelasyon değerleri incelendiğinde tüm değerlerin .80’in altında kaldığı ve bu sayede çoklu doğrusallık sorununa neden olacak bir durumun olmadığı sonucuna varılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin korelasyon değerleri ilişkinin yönü bakımından incelendiğinde bağımsız değişkenlerin hem kendi içlerinde hem de bağımlı değişkenlerle pozitif korelasyona sahip olduğu görülmüştür.

Çalışmada bahsi geçen düşük görev ilgili atmosferiklerin memnuniyet ve harekete geçme duygusal durumu üzerindeki etkilerini gözlemleyebilmek için yapılan regresyon analizine ilişkin değerler Tablo 4’te ve Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 4. Memnuniyet ve Bağımsız Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Değerleri

Değişken	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit	2.545	0.171	-	14.919	.000
Güvenlik Rozetleri	0.419	.048	.474	8.732	.000
Üye Ortaklar	-0.099	.053	-.119	-1.859	.064
Site Ödülleri	0.141	.055	.172	2.534	.012
Ürün Dışı Resimler	-0.069	.049	-.080	-1.418	.157

R= .490 R²=.240 Düzeltilmiş R²= .233
F(4-425)= 33,541 p= .000

Tablo 4'te görüldüğü gibi çalışmada incelenen webmosferlerin memnuniyet durumuyla anlamlı bir ilişki kurduğu görülmektedir (R=.49, R² = .24, F(4-425)= 33.541 p< .001). Değişkenlere ait standardize edilmiş regresyon katsayıları (β) incelendiğinde memnuniyet üzerinde en etkili olan atmosferiğin güvenlik rozeti olduğu ($\beta_{\text{güvenlik rozetleri}} = .474$) sonrasında sırasıyla site ödülleri ($\beta = .172$), üye ortaklar ($\beta = -.119$) ve ürün dışı resimlerin ($\beta = -.080$) geldiği görülmüştür.

Regresyon katsayısının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde güvenlik rozetleri ve site ödülleri atmosferiklerinin memnuniyet üzerinde pozitif etkiye sahip oldukları (t_{güvenlik rozeti} =8.732, p< 01; t_{site ödülleri} = 2.534, p< .05) görülmektedir.

Tablo 5. Harekete Geçme ve Bağımsız Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Değerleri

Değişken	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit	2.737	0.182	-	13.005	.000
Güvenlik Rozetleri	0.479	.051	.499	9.334	.000
Üye Ortaklar	-0.077	.057	-.085	-1.353	.177
Site Ödülleri	0.178	.059	.201	2.995	.003
Ürün Dışı Resimler	-0.184	.052	-.195	-3.520	.000

R= .510 R²=.261 Düzeltilmiş R²= .254
F(4-425)= 37,443 p= .000

Tablo 5'de görüldüğü gibi bağımsız değişkenler ve harekete geçme arasında anlamlı bir ilişki olduğu (R=.51, R² = .26, F(4-425)= 37.443 p< .001) görülmüştür. Webmosferlerin tamamı harekete geçmeyi etkilemektedir. Bu anlamda en büyük etki güvenlik rozetleri atmosferiğinden kaynaklanmakta ($\beta_{\text{güvenlik rozetleri}} = .499$), sonrasında sırasıyla site ödülleri ($\beta = .201$), ürün dışı resimler ($\beta = -.195$) ve üye ortaklar ($\beta = -.085$) atmosferikleri gelmektedir.

Regresyon katsayısının anlamlılığına bakıldığında güvenlik rozetleri, site ödülleri ve ürün dışı resimler atmosferiklerinin harekete geçmeyi pozitif olarak etkilediği (t_{güvenlik rozeti} =9.334, p< 01; t_{site ödülleri} = 2.995, p< .05; t_{ürün dışı resimler} = -3.520, p< 01) görülmektedir.

Memnuniyet ve Harekete Geçmenin Yakınlaşma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını görmek için yapılan regresyon analizine ilişkin değerler Tablo 6'de yer almaktadır.

Tablo 6. Memnuniyet, Harekete Geçme ve Yakınlaşmaya İlişkin Regresyon Analizi Değerleri

Değişken	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit	1.168	0.163	-	7.152	.000
Memnuniyet	0.395	.062	.366	6.331	.000
Harekete Geçme	0.306	.058	.307	5.310	.000

R= .632 R²=.399 Düzeltilmiş R²= .396
F(2-427)= 141,8163 p= .000

Tablo 6'de görüldüğü gibi bağımsız değişkenler yakınlaşmayı anlamlı bir şekilde etkilemektedir (R=.63, R² = .40, F(2-427)= 141.8163 p< .001) . İki bağımsız değişkenin yakınlaşma üzerindeki etkilerinin birbirine yakın olduğu ($\beta_{\text{memnuniyet}} = .366$; $\beta_{\text{harekete geçme}} = .307$) ve t değerleri bakımından her ikisinin de anlamlı etkiye sahip olduğu (t_{memnuniyet} =6.331, p< .01; t_{harekete geçme} = 5.310, p<.01) anlaşılmıştır.

Analiz sonuçlarına göre H₅, H₆, H₇, H₈, H₉ ve H₁₀ hipotezleri desteklenmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Sanal mağaza müşterilerinin, e-perakende sitesini bir bütün olarak algıladıkları ve her bir elemanın ziyaretçiyi etkileme potansiyeli olduğu bilinmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, düşük görev ilgili atmosferiklerden üye ortaklar, ürün dışı resimler, site ödülleri ve güvenlik rozetlerinin bireyin içsel süreçleri olarak tanımlanan memnuniyet ve harekete geçme üzerindeki doğrudan etkisi görülmek istenmiş ve çevreden aldığı veriler etkisindeki bireyin siteye yönelik olumlu çıktılarını ifade eden yakınlaşma niyeti ölçülmek istenmiştir.

Çalışma öncesi yapılan ön araştırmalardan ve akademik yazının incelenmesi sonucunda çevrimiçi alışverişte tüketicilerin kişisel ve finansal bilgilerinin korunması hakkında endişelerin olduğu (Flavián vd., 2006, s. 5; van der Heijden & Verhagen, 2004, s. 615) öğrenilmiştir. Bu çalışmada alışveriş sitelerinde sitenin güvenli olduğunu ifade eden ibarelerin kullanılmasının tüketicilerdeki bu algıyı yıkacağı düşünülmüştür. Yapılan testlerin sonucunda beklenildiği gibi konuyla ilgili önceki çalışmaların (Arslan, 2016, s. 135; Katawetawaraks & Wang, 2011, s. 71) bulgularıyla tutarlı olarak, site atmosferinin bir parçası olan güvenlik rozetlerinin müşterinin yakınlaşma niyetini doğrudan etkileyen memnuniyet duygusu ve harekete geçme bilişsel süreçleri üzerinde anlamlı ve olumlu etkisi olduğu bulunmuştur. Çalışmadan alınan sonuçlara göre alışveriş sitelerinde müşterilerine güvenli alışveriş imkânı sağladığını ifade eden en az bir tane güvenlik rozetinin mağaza atmosferinin bir parçası olarak görünür bir alanda kullanılmasının yeterli olacağı düşünülmektedir.

Literatürde yer alan bulgularla (J.-H. Kim & Lennon, 2012, s. 76; Oh vd., 2008, s. 11; Pereira vd., 2016, s. 288) benzer şekilde sitede kullanılan görsellerin hedef kitlenin hoşuna gidecek ve siteye bir kimlik sağlayacak özellikte olması müşterinin siteye yönelik memnuniyetinin gelişmesini olumlu yönde etkileyeceği beklenmektedir.

Bu anlamda araştırmada kullanılan web sayfasında kitap ürünüyle ilişkili olarak beş farklı görsel sunulmuştur. Analizler sonucunda ürün dışı görsellerle memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı, harekete geçme bilişsel durumuyla ise anlamlı ancak negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu noktada araştırmanın web sitesinde kullanılan görsellerin siteye bir kişilik ve kimlik katmak için yeterli etki sağlayabileceği, kullanılan web sitesinin araştırma amaçlı tasarlandığı bilgisine sahip katılımcıların görsellere beklenenden farklı anlamlar yüklemiş olabileceği ve görsellerin sitede konumlandırılmasının ve görsel sayısının bu sonuçların elde edilmesinde etkili olabileceği düşünülmektedir.

Üye ortaklar atmosferiği literatürde üzerinde çok durulmayan bir Webmosfer olduğu için bu çalışmada değerlendirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda üye ortaklar atmosferiğinin tüketicinin memnuniyet ve harekete geçme bilişsel durumlarıyla anlamlı ve pozitif bir ilişkisinin olmadığı bulunmuştur. Araştırmacı ve katılımcının bir araya gelmediği bir deneysel ortamın yaratıldığı bu çalışmada katılımcıların sitenin altında gördükleri üye ortaklar logolarının varlığının nedenini anlamamış olabileceğinin bu sonuçların elde edilmesinde etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca hâlihazırda siteyi ziyaret etmekte olan müşteriye perakendecinin kendisine alternatif bir alışveriş sitesini öneriyormuş gibi algılatmış olmasının bu çıktılara neden olduğu düşünülmektedir. Benzer şekilde yazındaki eksiklik doğrultusunda alışveriş sitelerinin çeşitli nitelikleri sayesinde kazanmış olduğu ödülleri müşterisinin görebileceği şekilde sayfasında konumlandırılmasının, müşterinin memnuniyet ve harekete geçme içsel süreçleri üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu düşünülmektedir. Yapılan analizlerle, hipotezlerde önerildiği gibi site ödülleri atmosferik bir unsur olarak müşteriye sunulmasının, müşterinin memnuniyet duygusu ile harekete geçme bilişsel durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğunu görülmektedir. Araştırmadan elde edilen sonuç Eroğlu vd.'nin (2001, s. 180; 2003, s. 142) çalışmalarında belirttiği gibi düşük görev ilgili webmosferlerden olan site ödülleri doğrudan bireyin içsel süreçlerini, dolaylı olarak nihai çıktısını etkilediği görüşüyle örtüşmektedir. Ödül alınan kurum ve kuruluşun etkisinin değerlendirmeye alınmadığı bu çalışmada, konusu ne olursa olsun alınan ödüllere ait sembol ve logoların mağaza atmosferinin bir parçası olarak site müşterisine sunulmasının mağazaya yönelik olumlu geri dönüşlere sebep olacağı çıkarımı yapılmıştır.

SOR paradigmasına göre müşteri ziyaret ettiği alışveriş sitesinde kendisine sunulan atmosferik verileri memnuniyet olarak kavramlaştırılan duygu süzgecinden geçirdikten ve harekete geçme olarak tanımlanan bilişsel yorumları çerçevesinde değerlendirdikten sonra ziyaret ettiği siteye yönelik bir davranış niyeti geliştirir (Eroğlu vd., 2001, s. 181). Memnuniyet ve harekete geçmenin yaklaşma niyeti üzerinde olumlu etkisi olup olmadığını araştırmak için geliştirilen hipotezler (H9 ve H10), analiz sonuçlarına göre önceki çalışmalarla tutarlı olarak (Eroğlu vd., 2001, s. 181; Kim & Lennon, 2010, s. 142; Park vd., 2005, s. 714) desteklenmiştir.

Sınırlılıklar ve Öneriler

Araştırmanın bütününe bakıldığında çevrimiçi atmosfer yazınıyla da desteklendiği gibi alışveriş sitelerinin tasarlanmasında kullanılan her bir elemanın site müşterisi üzerinde etkisi vardır. Bu etkinin gücü atmosferiklerin münferit niteliği ve birlikte kullanıldıkları diğer atmosferiklerle bir arada değerlendirilmesine bağlı olarak değişmektedir. Bu araştırmadan elde edilen bulguların

değerlendirilmesinde çalışmada kullanılan web sitesinin deney amaçlı gerçeğe olabildiğince yakın simülasyon bir tasarım olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

E-perakende sitesinde tematik görsellerin kullanılmasının etkileri ve site içinde ürün dışı görsellerin farklı noktalarda konumlandırılmasının etkileri hakkında yapılacak çalışmalarla birlikte alışveriş sitesinin hedef kitle beğenisine göre tercih edilecek spesifik görsellerin tüketici üzerindeki etkilerinin incelenmesinin yazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca site ödülleri atmosferiği ile ilgili ödülü veren kurum/kuruluşun ve ödülün niteliğinin müşterinin içsel durumları üzerindeki etkileri araştırma konusu olabilir. Üye ortakların varlığı ile bireysel süreçler arasındaki ilişki üye ortak olarak seçilen firmaların bilindik olup olmaması üzerinden incelenebilir.

Çalışmada bir arada etkisi incelenen atmosferiklerin yine birlikte, ancak farklı bir ürünün satışının yapıldığı web sitesinde kullanıldığı araştırma sonuçlarının e-perakende firmaları için katkı sağlayacağı düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- Arslan, B. (2016). Sanal mağaza atmosferi unsurlarının anlık satın almaya etkisi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 117–136.
- Babin, B. (1995). Consumer self-regulation in a retail environment. *Journal of Retailing*, 71(1), 47–70. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(95\)90012-8](https://doi.org/10.1016/0022-4359(95)90012-8)
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656. <https://doi.org/10.1086/209376>
- Ballantine, P. W. (2005). Effects of interactivity and product information on consumer satisfaction in an online retail setting. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(6), 461–471. <https://doi.org/10.1108/09590550510600870>
- Breugelmans, E., & Campo, K. (2011). Effectiveness of in-store displays in a virtual store environment. *Journal of Retailing*, 87(1), 75–89. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2010.09.003>
- Burns, A. C., & Bush, R. F. (2015). *Pazarlama araştırması* (F. Demirci Orel, Ed.; 7th ed.). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of Retailing*, 77(4), 511–535. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00056-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00056-2)
- Churchill, G. A. A. (1992). *Basic marketing research* (2nd ed.). Dryden Press.
- Cop, R., & Sezer, N. (2015). E-mağaza atmosferine tüketicinin bakışı ve bir araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(30), 138–162. <https://doi.org/10.30976/susead.302179>
- Coyle, J. R., & Thorson, E. (2001). The effects of progressive levels of interactivity and vividness in web marketing sites. *Journal of Advertising*, 30(3), 65–77. <https://doi.org/10.1080/00913367.2001.10673646>

- Dailey, L. (2004). Navigational web atmospherics. *Journal of Business Research*, 57(7), 795–803. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00364-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00364-8)
- Donovan, R., & Rossiter, J. R. (1982). Store atmosphere an environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1), 34–57.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric qualities of online retailing. *Journal of Business Research*, 54(2), 177–184. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00087-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00087-9)
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2003). Empirical testing of a model of online store atmospherics and shopper responses. *Psychology and Marketing*, 20(2), 139–150. <https://doi.org/10.1002/mar.10064>
- Flavián, C., Guinalú, M., & Gurrea, R. (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *Information & Management*, 43(1). <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.01.002>
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Hausman, A. V., & Siekpe, J. S. (2009). The effect of web interface features on consumer online purchase intentions. *Journal of Business Research*, 62(1), 5–13. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.018>
- Hsiao, M. H. (2009). Shopping mode choice: Physical store shopping versus e-shopping. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 45(1), 86–95. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2008.06.002>
- Hunter, G. R., & Mukerji, G. B. (2011). The role of atmospherics in influencing consumer behaviour in the online environment. *International Journal of Business and Social Science*, 2(9).
- Katawetawaraks, C., & Wang, C. L. (2011). Online shopper behavior: Influences of online shopping decision. *Asian Journal of Business Research*, 1(2), 66–74. <https://doi.org/10.14707/ajbr.110012>
- Kim, H., & Lennon, S. J. (2010). E-atmosphere, emotional, cognitive, and behavioral responses. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 14(3), 412–428. <https://doi.org/10.1108/13612021011061861>
- Kim, J. H., & Lennon, S. (2012). Music and amount of information: Do they matter in an online apparel setting? *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 22(1), 55–82. <https://doi.org/10.1080/09593969.2011.634073>
- Koo, D. M., & Ju, S. H. (2010). The interactional effects of atmospherics and perceptual curiosity on emotions and online shopping intention. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 377–388. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.11.009>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Liang, T. P., & Lai, H. J. (2002). Effect of store design on consumer purchases: An empirical study of online bookstores. *Information & Management*, 39(6), 431–444. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00129-X](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00129-X)
- Liu, K. P. A. C. L. C. (2000). Design quality of websites for electronic commerce: Fortune 1000 webmasters' evaluations. *Electronic Markets*, 10(2), 120–129. <https://doi.org/10.1080/10196780050138173>

- Lu, L., Chang, H., & Yu, S. (2013). Online shoppers' perceptions of e-retailers' ethics, cultural orientation, and loyalty. *Internet Research*, 23(1), 47–68. <https://doi.org/10.1108/10662241311295773>
- Lynch, J. G., & Ariely, D. (2000). Wine online: Search costs affect competition on price, quality, and distribution. *Marketing Science*, 19(1). <https://doi.org/10.1287/mksc.19.1.83.15183>
- Manganari, E. E., Siomkos, G. J., & Vrechopoulos, A. P. (2009). Store atmosphere in web retailing. *European Journal of Marketing*, 43(9), 1140–1153. <https://doi.org/10.1108/03090560910976401>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Oh, J., Fiorito, S. S., Cho, H., & Hofacker, C. F. (2008). Effects of design factors on store image and expectation of merchandise quality in web-based stores. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15(4), 237–249. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2007.03.004>
- Park, J., Lennon, S. J., & Stoel, L. (2005). On-line product presentation: Effects on mood, perceived risk, and purchase intention. *Psychology and Marketing*, 22(9), 695–719. <https://doi.org/10.1002/mar.20080>
- Pelet, J. É., & Papadopoulou, P. (2012). The effect of colors of e-commerce websites on consumer mood, memorization and buying intention. *European Journal of Information Systems*, 21(4), 438–467. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.17>
- Pereira, H. G., Salgueiro, M. de F., & Rita, P. (2016). Online purchase determinants of loyalty: The mediating effect of satisfaction in tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 279–291. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.003>
- Ranganathan, C., & Ganapathy, S. (2002). Key dimensions of business-to-consumer web sites. *Information & Management*, 39(6), 457–465. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00112-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00112-4)
- Richard, M. O. (2005). Modeling the impact of internet atmospherics on surfer behavior. *Journal of Business Research*, 58(12), 1632–1642. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.07.009>
- Siomkos, G., Vrechopoulos, A., & Manganari, E. (n.d.). Web-atmospheric effects on online consumer behavior: a review of literature. Proceedings of IADIS International Conference E-Commerce, Barcelona, Spain 9-11 December.
- van der Heijden, H., & Verhagen, T. (2004). Online store image: Conceptual foundations and empirical measurement. *Information & Management*, 41(5), 609–617. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.07.001>
- Vrechopoulos, A. P. (2010). Who controls store atmosphere customization in electronic retailing? *International Journal of Retail and Distribution Management*, 38(7), 518–537. <https://doi.org/10.1108/09590551011052115>
- Wang, S., Beatty, S. E., & Foxx, W. (2004). Signaling the trustworthiness of small online retailers. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 53–69. <https://doi.org/10.1002/dir.10071>
- Wang, Y. J., Minor, M. S., & Wei, J. (2011). Aesthetics and the online shopping environment: Understanding consumer responses. *Journal of Retailing*, 87(1), 46–58. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2010.09.002>
- Wu, W. Y., Lee, C. L., Fu, C. S., & Wang, H. C. (2013). How can online store layout design and atmosphere influence consumer shopping intention on a website? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(1), 4–24. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-01-2013-0035>



ASGARİ EGEMENLİK AZAMİ İSTİHBARAT: SOĞUK SAVAŞTA FEDERAL ALMANYA CUMHURİYETİ DIŞ İSTİHBARAT SERVİSİ'NİN (BND) ORTADOĞU'DAKİ FAALİYETLERİ

 Ahmet BÜLBÜL^a

Öz

Soğuk Savaş sırasında, bölünmüş Almanya; iki blok gücü arasında önemli bir ön cephe haline gelmiş, İkinci Dünya Savaşı sonrası egemenliğini kısıtlayıcı koşullara rağmen, bu dönemde hem kendi hem de Batılı müttefikleri adına önemli istihbarat faaliyetlerini gerçekleştirmiştir. Almanya'nın istihbaratının faaliyetleri, sadece Berlin Duvarının arkası ile sınırlı kalmamış, dünyada aralarında Ortadoğu'nun da yer aldığı geniş bir coğrafyaya yayılmıştır. Soğuk Savaş döneminde Doğu-Batı çatışmasında önemli bir mücadele alanı haline gelen Ortadoğu bölgesinde artan istihbarat faaliyetlerine Alman Dış İstihbarat Servisi BND de etkin bir şekilde katılmıştır. Bu çalışma, Soğuk Savaş döneminde egemenliği ve dış politikası üzerinde ciddi kısıtlamalar olan Almanya'nın aksine; BND'nin Ortadoğu'da etkin ve önemli bir rol oynadığını savunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Almanya, Dış Politika, İstihbarat (BND), Soğuk Savaş, Ortadoğu



MINIMUM SOVEREIGNTY MAXIMUM INTELLIGENCE: FOREIGN INTELLIGENCE AGENCY (BND) OF THE FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY'S COLD WAR ACTIVITIES IN THE MIDDLE EAST

Abstract

During the Cold War, Germany, carried out important intelligence activities, despite the conditions restricting its full sovereignty in the post-World War II era, served an important frontline, between the two blocks. Germany engaged in important intelligence activities for both its own and Western allies during the Cold War, the intelligence interest was not only limited by the Eastern Germany, but also spread to a wide scale, including the Middle East. The German Foreign Intelligence Service actively participated in the increasing intelligence activities in the Middle East region, which became an important battleground in the East-West conflict during the Cold War Era. This essay argues unlike Germany, which had severe restrictions on its sovereignty and foreign policy during the Cold War; BND plays an active and important role in the Middle East.

Key Words: Germany, Foreign Policy, Intelligence (BND), Cold War, Middle East

^aDr., ahmetbulbul38@hotmail.com



A. GİRİŞ VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Washington Post Gazetesi, Alman ikinci devlet kanalı ZDF ve İsviçre devlet kanalı SRF'nin 11 Şubat 2020 tarihinde yayınladıkları ortak haberde, Amerikan Dış İstihbaratı CIA ile Almanya'nın Dış İstihbarat Servisi'nin "*Bundesnachrichtendienst: BND*" 1970-1993 yılları arasında yüzden fazla ülkede hükümetlerin şifreli haberleşmelerini yıllarca deşifre ederek izleyip dinlediği ortaya çıkmıştır (Deutsche Welle Türkçe, 2020; Endres 2020; Miller, 2020; Theveßen 2020). "*Yüzyılım İstihbarat Darbesi*" başlığıyla ile kamuoyuyla paylaşılan bu haberde, dünyanın en büyük istihbarat binasına sahip olan ve günlük yaklaşık 1,2 trilyon bağlantıyı izleyebilen BND'nin faaliyetlerinin araştırılmasına işaret etmiştir (Hipp vd., 2020; Schultheis, 2019). Federal Almanya Cumhuriyeti (Batı Almanya) 1949 yılında kurulmasından 3 yıl kadar önce: 1946'da faaliyete geçen BND'nin selefi Gehlen Örgütü ile istihbarat çalışmalarına başlayan Almanlar; Soğuk Savaş döneminde hem kendi hem de Batılı müttefikleri adına çeşitli operasyonlar düzenlemiştir.

Soğuk Savaş sırasında, iki blok gücü arasında önemli bir ön cephe hattı haline gelen Almanya, devletin, egemenliğini sınırlayan kurucu andlaşmasına ve koşullara rağmen önemli istihbarat çalışmalarında bulunmuştur. İstihbarat faaliyetleri, Almanya için özellikle önemli hale gelmesi, Almanya'nın süper güçler arasındaki çatışmada hem önemli bir dış politika aracı hem de kendisi güç rekabetinin bir nesnesi olmasıyla yakından ilişkilidir. Federal Alman Devletinin kurulması ve 1955'te NATO'ya üye olmasından, önce; 1946'da başlayan istihbarat ve karşı istihbarat faaliyetleriyle öncelikli olarak Amerika Birleşik Devletleri'ne (ABD) ve Batı Bloğundaki müttefiklere aralarındaki Ortadoğu'nun da bulunduğu geniş bir coğrafya hususunda katkı sağlamıştır. Almanya; 'egemenliği sınırlandırılmış olsa da bir devletin istihbarat gücünün olabileceğini' göstermiştir. Alman istihbaratının faaliyetleri, sadece Berlin Duvarı'nın gerisiyle sınırlı kalmamış, dünyada aralarında Ortadoğu'nun da yer aldığı geniş bir ölçeğe yayılmıştır. Bu geniş ölçekteki istihbarat ve karşı istihbarat faaliyetleri birçok açıdan yakın tarihteki soğuk savaş dönemi ile ilişkilendirilse de, ilk kez devletin dünya sahnesinde varlık göstermesiyle eşanlı olarak belirmiştir.

Literatüründe niteliği vurgulanarak, genellikle "gizli istihbarat" olarak bilinen istihbarat (*Intelligence*); Doğu ve Batı blokları açısından Soğuk Savaş'ta merkezi öneme haiz bir alan olagelmektedir. İstihbarat bu dönemde, yaygınlık kazanmış, kurumsallaşmış ve ödüllendirilmiştir. İstihbarat; "bir hükümetin ulusal güvenlik çıkarlarını ilerletmek ve bu çıkarlara yönelik fiili veya potansiyel düşman ve/veya rakiplerden gelen tehditlerle başa çıkmak için politika oluşturma ve uygulama ile ilgili "*bilgiler*"i kapsayan faaliyetlerin bütünüdür" (Shulsky & Schmitt, 2002, s. 1). En açık haliyle ve çoğu zaman bu bilgiler; bir rakibin yetenekleri, askeri eylem planları, istihbarat faaliyetleri, diplomatik faaliyetleri ve niyetleri gibi askeri ve siyasi konularla ilişkili ancak bunlarla sınırlı değildir. İstihbarat, bilgilerin tipik olarak sadece casusluk veya başka bir yolla toplanan "ham verileri" değil, aynı zamanda sistematik olarak toplanan bilgilerin, ilgililerine kullanabilecekleri biçimde sunulduğu faaliyet ve sürecin kendisidir. Bu bağlamda istihbarat, ürünleri ve çıktılar ile ham veriler dâhil olmak üzere analiz ve değerlendirmelerden oluşmaktadır.

Hükümet içinde istihbaratın “toplama, analiz ve tahminler, karşı istihbarat ve gizli eylem” olarak dört ana faaliyetten oluştuğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda, karşı istihbarat (*Counterintelligence*), rakip ya da düşman istihbarat servislerinin faaliyetlerini etkisiz hale getirmeyi ve onlara karşı koymayı amaçlayan bilgi veya faaliyetlerle ilgilidir ve devletin sırlarının diğer devletlerin eline geçmesini önlemek için gerekli görülmektedir. Bu bağlamda karşı istihbarat; devletin sırlarının ve önemli bilgilerinin diğer devletlerin eline geçmesini önlemek için, onların istihbarat faaliyetlerine karşı, bilgiye erişimi engellemeye ya da gerçekler veya önemleri hakkında aldatmaca gibi çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır (Caparini, 2016, s. 5). Son olarak, “istihbarat” terimi, bu faaliyetleri yürüten ve bundan sorumlu olan bir kuruluşu veya örgütü de işaret etmekte, bu doğrultuda bilgi toplamak için gizli veya istihbari yollar kullanan devlet kurumları, gizli ya da istihbarat servisi olarak tanımlanmaktadır (Roewer vd., 2003, s. 310).

İstihbarat çalışmalarının geçmişi çok eski tarihlere kadar dayandığı bilinmektedir (Kahana & Suwaed, 2009, s. XXXI). Ortadoğu'da 19'uncu yüzyılın sonlarına doğru büyük petrol rezervlerinin bulunması, Almanya'nın Osmanlı Devleti^a ile yakın iş birliğine girmesi ve artan jeostratejik önemi; bölgenin, istihbarat faaliyetlerinin merkezi haline gelmesini beraberinde getirmiştir. Birinci ve ikinci Dünya Savaşı ve onu takiben başlayan Soğuk Savaş döneminde, Ortadoğu, jeopolitik, jeoekonomik ve jeostratejik önemine bağlı olarak büyük güçlerin kendi aralarındaki rekabetin doğrudan yansıdığı bir coğrafya haline gelmiştir.^b Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında İsrail devletinin kurulması, bölgedeki İngiltere hâkimiyetinin yerini ABD'nin alması ve SSCB'nin etkin süper güç olarak bölgedeki görünürlüğüne artmasıyla ortaya çıkan rekabette bölgede istihbarat ve karşı istihbarat faaliyetleri büyük ölçüde artmıştır.

Alman Wehrmacht'ının^c 8 Mayıs 1945'te koşulsuz teslim olması ile son bulan II. Dünya Savaşı'nın ardından Doğu-Batı çatışması sonucunda egemenliği sınırlı iki Alman devletinden biri olarak 1949'da ABD, İngiliz ve Fransız sektörlerinin birleştirilmesiyle Batı Almanya olarak bilinen Federal Almanya Cumhuriyeti ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Batı Almanya'nın devlet yapısı, ulusal kimliği ve dış politikasının şekillenmesinde; savaş sonrası düzende içinde bulunduğu batı blokunun etkisi ile Nazi dönemi ve savaş sırasında yapılan büyük tahribat ve soykırım ve aralarında özellikle Yahudi soykırımı (Holokost ya da Ha-Shoa/Shoah)^d önemli rol oynamıştır. Başka bir ifadeyle Nazi döneminde

^a Osmanlı Devleti'ni literatürde imparatorluk olarak nitelendiren bir bakış açısı söz konusudur. Bu bakış açısı sultanların kendilerini tanımladıkları unvanlara dayanmaktadır. Ancak Osmanlı'nın topraklarına kattığı yeni coğrafyalarda farklı yönetim biçimleri ihdas etmiş olmaması, devletin emperyalist (sömürgeci) karakteri olmadığını işaret etmekte ve buna bağlı olarak imparatorluk değil, cihan devleti olarak sınıflandırılması gerektiğini ifade eden bir diğer bakış açısı, birincisini eleştirmektedir. Bu tartışma bu çalışmanın sınırları dışında kaldığı için metinde Osmanlı Devleti ibaresi kullanılmıştır.

^b Bu doğrultuda bir “*barut fıçısı*” olarak nitelendirilen Ortadoğu bölgesinde II. Dünya Savaşı'ndan bugüne ellinin üzerinde savaş gerçekleşmiştir (Jung vd., 2003, s. 251; Stetter, 2008, s. 70).

^c Nazi Almanya'sının 1935-1945 arasındaki Alman Silahlı Kuvvetleri *Wehrmacht* olarak adlandırılmıştır. Kelime anlamı olarak “*Savunma Gücü*” anlamına gelmektedir.

^d Holokost; Almanya'daki Nasyonal Sosyalizm döneminde (1933-1945) Hitler'in ölüm ve işkence kamplarında milyonlarca Avrupalı Yahudi'nin ve diğer esirlerin sistematik şekilde katledilmesini “*soykırımı*” ifade etmektedir. Çoğunlukla Anglosakson çevrede kullanılan Holokost kavramının yanında bu soykırımı tanımlamak için İbranice “*felaket*” anlamına gelen “*Ha-Shoa* ya da *Shoah*” kavramı ise İsraililer ve Fransızlar tarafından tercih edilen bir terimdir. Bunun yanında ana dili Yidiş olan kişiler ve Holokost kurbanlarının büyük çoğunluğu, bunu “*yıkım*” olarak adlandırmaktadırlar (Bülbül, 2019a, s. 59; 2019b, ss. 161-162).

yaşananlardan dolayı ortaya çıkan tarihsel suçluluk duygusu ve bunun sorumluluğu ile birlikte Soğuk Savaş koşullarıyla şekillenmiştir. ^e Almanya üzerindeki kısıtlamalar, ön cephede bulunması nedeniyle SSCB tehdidi ve Alman Demokratik Cumhuriyeti'nin (Doğu Almanya) bağımsız bir devlet olarak tanınmaya yönelik girişimleri nedeniyle Soğuk Savaş boyunca tam bağımsızlığını elde edemeyen Federal Almanya bulunduğu koşullara uygun bir dış ve güvenlik politikası oluşturmak zorunda kalmıştır. Bu olumsuzluklara ve kısıtlamalara karşın 1946'da temelleri atılan Federal Almanya Dış İstihbarat Servisi BND, Soğuk Savaş boyunca Almanya'nın ve müttefiklerinin güvenliği noktasında önemli faaliyetler göstermiştir.

Alman dış politikası üzerine hem Almanca hem de Türkçe literatürde önemli çalışmalar bulunmasına karşın dünyadaki diğer istihbarat servisleri gibi BND'nin gerçekleştirdiği faaliyetler noktasında izlediği çok sıkı gizlilik politikası ve Alman arşivleri üzerindeki erişim kısıtlamaları nedeniyle yapılan literatür taramasında BND'nin Ortadoğu'daki faaliyetlerine yönelik olarak sınırlı bir kaynağa ulaşılmaktadır. Almanca literatürde istihbarat uzmanı Schmidt-Eenboom'un (1995, 2001, 2007) Ortadoğu'da bulunan ülkelere yönelik gizli Alman dış politikasının ve bu bağlamda BND'nin Ortadoğu'daki faaliyetleri üzerine yaptığı çalışmaları öne çıkmaktadır. Her şeyden önce, gizli servis uzmanı Erich Schmidt-Eenboom, Arap devletlerine yönelik perdesini kaldırıyor: Mısır ve Sudan, Irak ve Suriye için gizli servis ve hükümetin entrikaları ve hileleri hedefleniyor.

Bunun yanında Ortadoğu bağlamında İsraili istihbarat uzmanı Shpiro'nun Almanya-İsrail, BND ve İsrail istihbaratı MOSSAD arasındaki ilişkileri üzerine yaptığı çalışmalar önemli bilgiler sunmaktadır (Shpiro, 2000, 2002, 2004, 2007, 2008, 2013). Buna karşın Türkçe literatürde yapılan taramada BND ve onun Ortadoğu'daki faaliyetlerine yönelik olarak herhangi bir çalışmaya rastlanılmamaktadır. Bu bağlamda Türkçe literatürdeki bu eksikliğin giderilmesine katkı sağlamayı amaçlayan bu çalışma ile Alman dış politikasının Soğuk Savaş dönemindeki durumuna paralel olarak özellikle BND'nin Ortadoğudaki faaliyetlerine ışık tutulmaktadır. Bu çalışmada; Almanya'nın, Soğuk Savaş dönemindeki önemli gelişmelerde önemli ve henüz keşfedilmemiş bir rol oynadığı iddiasından yola çıkarak, bugün itibarıyla dünyanın sayılı istihbarat servisleri arasında yer alan BND'nin, Soğuk Savaşta egemenliği üzerinde ciddi kısıtlamalar olan Almanya ve onun dış politikasının aksine bu dönemde Ortadoğu'da gerçekleştirdiği etkin faaliyetlerinin olduğunu savunmaktadır. Soğuk Savaş döneminde Alman dış politikasının genel özelliklerinin açıklanmasından sonra BND'nin nasıl ortaya çıktığı hakkında bilgi verilecektir. Son olarak tarihsel arka plan çerçevesinde Soğuk Savaş öncesi Almanya'nın Ortadoğu'ya yönelik istihbarat faaliyetleri ile ilgili bilgilerin ardından Soğuk Savaş dönemindeki istihbarat faaliyetleri incelenmeye çalışılacaktır.

B. SOĞUK SAVAŞ DÖNEMİNDE ALMANYA: DIŞ POLİTİKA VE ORTADOĞU

II. Dünya Savaşı sonrasında Almanya, ABD, SSCB, İngiltere ve Fransa'dan oluşan müttefikler tarafından dört "*hâkimiyet bölgesi*"ne ayrılmıştır. Almanya'nın sahip olduğu toprakların bir bölümü

^e Banchoff; toprakları ve egemenliği sınırlandırılan Almanya'nın 1949 ve 1990 yılları arasındaki dönemde, devlet sistemi, ulusal kimliği ve dış politikasının, II. Dünya Savaşı sırasında yaşanan acı tecrübelerden alınan dersler ile birlikte Soğuk Savaş dönemin koşulları bağlamında hem dış hem de geçmiş deneyimlerinden oluşan (tarihsel hafıza) tarafından şekillendirildiğini iddia etmektedir (Banchoff, 1996, s. 36).

elinden alınmış, geriye kalan ve silahsızlandırılan topraklarında ekonomik ve toplumsal olarak büyük bir dönüşüm süreci başlamıştır. 5 Haziran 1945'te imzalanan "Berlin Deklarasyonu" ile bütün egemenlik hakları elinden alınan Almanya devlet olma vasfını yitirerek, üzerindeki ciddi kısıtlamalar ile birlikte uluslararası politikada neredeyse hiç söz hakkı olmayan bir ülke haline gelmiştir (Öcal, 2019, s. 467). ABD, Fransa ve İngiltere'nin kendi işgal ettikleri bölgeleri birleştirmek suretiyle 23 Mayıs 1949'da kuruluşunu ilan eden Federal Almanya Cumhuriyeti'nin, egemen bir devlet olarak kendi dış politikasını uygulaması söz konusu olmamıştır (Kronenberg, 2009, s. 14). Kademeli olarak, 22 Kasım 1949 yılında yapılan Petersberg Anlaşması, 26 Mayıs 1952'de "Almanya Anlaşması" ve son olarak 23 Ekim 1954'te "Paris Antlaşmaları" ile Batı Almanya üzerindeki kısıtlamalar ve geçerli olan işgal statüsü ve Almanya'yı yöneten Müttefik Yüksek Komisyonu'nun^f varlığı sona ermiş olsa da bu, Almanya'nın tam bağımsızlığını elde ettiği anlamına kesinlikle gelmemiştir.

Almanya 1949 ve 1955 yılları arasındaki yaptığı bu anlaşmalar neticesinde tam bağımsızlığını kazanamamasına karşın diğer ülkelerle eşit bir seviyeye gelerek, dış politika yapabilme yetisini kazanabilmiştir (Schwarz, 2005, ss. 10-16). Her ne kadar Baring, 1950'ler ve 1960'ların başındaki Alman siyasetini "başlangıçta Adenauer vardı" iddiası (Baring, 1984) ile anlamlandırmış olsa da, hem Haftendorn hem de Kronenberg'in ifadeleriyle başlangıçta Adenauer değil müttefiklerin varlığı söz konusu olmuştur (Haftendorn, 2006, s. 9; Kronenberg, 2009, s. 14). Aynı şekilde dönemin Almanya Sosyal Demokrat Partisi (*Sozialdemokratische Partei Deutschlands: SPD*) Başkanı Schumacher, öncelikli olarak güvenliğin tercih edilerek, birleşmenin tehlikeye sokulması, ulusal çıkarların göz ardı edilmesi olarak sıraladığı eylemlerine bağlı olarak müttefiklerin diktatörlüğüne boyun eğdiği gerekçesiyle Adenauer'ü "Müttefiklerin Şansölyesi - Kanzler der Alliierten" olarak nitelendirerek eleştirmiştir (Öcal, 2019, s. 474). Dolayısıyla 1950'lerin ortalarına kadar belirgin şekilde Müttefik Yüksek Komisyonu'nun izni ve onayı olmadan Almanya'nın iç ve dış politikasında "hiçbir yaprağın kıpırdayamadığı" açık bir şekilde görülmüştür (Öcal, 2019, s. 474). Müttefik Yüksek Komisyonu'nun görevi 1955'te son bulsa da Müttefikler tarafından Alman Anayasası'nda (Grundgesetz)^g dış politikanın bir aracı olarak savaşın ve kuvvet kullanımını reddeden "bir daha asla savaşa - Nie wieder Krieg" anlayışı ile getirilen yasaklar Almanya'nın egemenliğine önemli sınırlamalar getirmeye devam etmiştir.^h

^f Savaş sonrasında 1945 yılında ABD, İngiltere, Fransa ve SSCB tarafından Almanya'yı yönetmek için oluşturulan "Müttefik Kontrol Komisyonu" Nisan 1949'da SSCB'den ayrı olarak ABD, İngiltere ve Fransa'nın kendi işgal bölgelerini birleştirerek "Müttefik Yüksek Komisyonu"nu kurdular (Öcal, 2019, ss. 468-469)

^g Almanca'da anayasa anlamını tam karşılayan "Verfassung" kelimesi olmasına rağmen "Grundgesetz - Temel Kanun" ifadesi tercih edilmiştir. Bu tercihin sebebi; 1949 yılında Batı Almanya'da anayasa yürürlüğe girerken Doğu ve Batı Almanya olarak yaşanan bölünmenin geçici bir durum olduğu varsayımından yola çıkılarak, birleşme ihtimalinin dikkate alınması neticesinde, anayasa "temel kanun" olarak adlandırılmıştır. Batı ve Doğu Almanya'nın birleşmesinden sonra dahi temel kanun kullanımı devam etmiştir (Bülbul, 2019b, s. 77).

^h Federal Almanya Cumhuriyeti Anayasası; "Madde 1/1: İnsanın onur ve haysiyeti dokunulmazdır. Tüm devlet erki ona saygı göstermek ve onu korumakla yükümlüdür. Madde 1/2: Alman Milleti, bu nedenle dokunulmaz ve devredilmez insan haklarını, yeryüzünde her insan topluluğunun, barışın ve adaletin temeli olarak kabul eder. Madde 24/1 Federasyon, egemenlik haklarını, devletlerarası kuruluşlara yasayla devredebilir. Madde 24/2: Federasyon, barışın korunması için, karşılıklı olarak kolektif güvenliği sağlayan bir kuruluşa katılabilir; bu halde, Avrupa'da ve dünya halkları arasında barışçı ve sürekli bir düzeni sağlamak ve güvence altına almaya yönelik egemenlik haklarını sınırlandırmaları kabul eder. Madde 25: Federal hukuk ve devletler hukuku Devletler hukukunun genel kuralları, federal hukukun ayrılmaz parçasıdır. Bu kurallar, yasalardan üstündür ve Federasyonun topraklarında

İki Almanya'nın birleşmesini içeren ve 1990'da imzalanan "İki artı Dört Antlaşması"na (2 + 4 Vertrag) kadar geçen Soğuk Savaş döneminde müttefiklerin askeri birliklerinin, Almanya topraklarında konuşlanması gibi bazı mahfuz haklarının devam ettiği ve iki farklı Alman devletinin yan yana eşanlı varlıkları, dünya siyasetinde *de facto* olarak kabul görmüştür. Bu durum birleşmenin engellendiği, sınırlı bir egemenlik durumunu da güçlendirmiştir (Schwarz, 2005, ss. 10-16). Aynı şekilde Katzenstein; Almanya'nın İkinci Dünya Savaşı'nın ertesinde yenilginin ağır sorumluluk yükü ve savaş sonrası devletin sahip olduğu iç ve dış koşullara bağlı olarak, Federal Almanya, 1990 yılına kadar "yarı bağımsız – semisovereign" bir ülke olarak varlığını sürdürdüğünü ifade etmiştir (Katzenstein, 1987). Bu bağlamda ayrıca Sovyet tehdidi karşısında Almanya'nın sınırlı askeri gücü ile kendi güvenliğini kolektif güvenlik sistemi olan NATO'nun içinde yer alarak sağlamaya çalışması, müttefiklerine olan bağımlılığını artıran diğer faktörler arasında yer alarak, devletin sınırlı bir egemenlik ile pasifist bir dış politika izlemesine hem imkân vermiş hem de bunun ötesine geçmesini engellemiştir (Dalgaard-Nielsen, 2013, s. 26).

Farklı amaçlara sahip iki kutup liderinin, nesnelliği üzerinde oydaşılan kriterlerle belirlenmiş 'Soğuk Savaş'ta (Şimşek-Özkan, 2019, s. 612), Devletlerin savaşmama ve dolayısıyla güvenlikte olma durumu sahip oldukları silahlar ile güncel tutulmuştur (Şimşek-Özkan, 2018, ss. 284-286). Bu dönemde Doğu Almanya'nın SSCB ile birlikte hareket etmiş, Batı Almanya, ise bugünkü Federal Almanya Cumhuriyeti'nin klasik varoluş nedeni olarak anlaşılan yayılmacı karakterli "Güç Politikası: *Machtpolitik*" ve büyük güç statüsüne yönelik amacından bilinçli biçimde uzak durmuştur (Gareis, 2014, s. 118). Risse bu durumu, "eski milliyetçi ve askeri geçmişten kopmaⁱ ihtiyacı duyan derin bir kimlik krizinden geçmiş bir ülke var ise, bu ülke kesinlikle Federal Almanya Cumhuriyeti olmuştur" ifadeleriyle teyit etmiştir (Risse, 2007, s. 53). Alman dış politikası; sorunların güç kullanımı yerine diyalog ve siyasi çözüm ile birlikte çok taraflı işbirliğini destekleyen "Sivil Güç – *Zivilmacht*" kimliği altında özetlenen, geçmişin olumsuzluğuna karşı "bir daha asla - nie wieder" ve "asla yalnız olma - nie wieder allein" anlayışı çerçevesinde kendi konumunu belirlemiştir (Maull, 2000, s. 56, 2004, s. 19). Almanya öncelikli olarak demokrasiye, diğer devletlerle "Çok Taraflı: *Multilateralismus*" siyasi ve ekonomik işbirliğine kendini adayan, ulus-üstü bütünleşmeyi destekleyen, hukukun üstünlüğü ve bununla paralel biçimde insanlığın refahı, bireysel ve kolektif insan haklarına saygı ilkesine dayalı bir dış politika anlayışı benimsemiştir. Buna uygun olarak çatışma çözümünde güç ve şiddetin yerine, *Kısıtlama Kültürü: Kultur der*

oturanlar için doğrudan hak ve yükümlülükleri doğururlar. **Madde 26/1:** Halkların bir arada barış içinde yaşamalarını engellemek, özellikle bir saldırı savaşını hazırlamak eğilimindeki eylemler ve bu amaçla yapılan hareketler, Anayasaya aykırıdır. Bu eylemlerin cezalandırılması öngörülür." Federal Almanya Cumhuriyeti Anayasası, T.C. Adalet Bakanlığı, ss. 217, 225, <http://www.adalet.gov.tr/duyurular/2011/eylul/anayasalar/ulkeana/pdf/08-ALMANYA%202009-276.pdf> (21.01.2020)

ⁱ 1945 yılı sadece 8 Mayıs'ta Almanya'nın fiziksel olarak yıkımının bir sonucu olarak, sadece Wehrmacht'ın koşulsuz teslim olması anlamına gelmeyip, aynı zamanda metaforik bir boyutta, bu tarihten önceki Alman ideolojisi ve kimliğini oluşturan; Alman temel normlarının, fikirlerinin ve kolektif inançların ve milliyetçiliğin sonu anlamına gelen "Sıfır Saati - *Stunde Null*" ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle sıfır saati; Nazilerin ve Nazi düşüncesinin artık olmadığı, geçmişle mutlak bir kopuşu ifade eden, yeni bir zamanın başlangıcı anlamına gelmektedir (Becker, 2013, s. 14).

Zurückhaltung olarak isimlendirilen barışçıl çözümler ve araçların kullanılması etrafında bir dış ve güvenlik politikası benimsenmiştir (Haftendorn, 2006, s. 353; Risse, 2007, s. 53).

Federal Almanya Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra dış politikasındaki ana hedeflerini; egemenliğin ve saygınlığın, güvenilir ve iyi niyetli bir müttefik sıfatlarıyla yeniden kazanılması, iki Almanya'nın birleşmesi, güvenliğin sağlanması, ekonominin yeniden inşası ve yeniden silahlanma oluşturmuştur (Öcal, 2019, s. 475). II. Dünya Savaşı ve Holokost'un korkunç suçlarından sonra tam egemenliğin kazanılması için oluşturulan Batı Politikası "*Westpolitik*" çerçevesinde, Batı ve onun kurumları ile çok taraflı bütünleşme olan "*Westintegration*" aracılığıyla uluslararası alanda meşruiyet ve saygınlığın kazanılması ve bölgesel güvenlik ve refahın sağlanması ve sürdürülmesi amaçlanmıştır.^k Bu saik ile amaç için Almanya 1951 Nisan ayında Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'na; 1952 Mayıs'ında 154'te Plevan Planı'nın reddedilmesin sonra işlevsizleşen Avrupa Savunma Topluluğu'na; 6 Mayıs 1955 tarihinde Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü'ne (NATO) ve 25 Mart 1957'de Avrupa Ekonomik Topluluğu'na (AET) katılmıştır. Almanya "yeniden eşitlik" temelinde egemen bir devlet olarak kabul görmenin yansısı, müttefiklerinin ve diğer devletlerin güvenini kazanmak amaçlarıyla Batı kurumlarına girerken, Kronenberg'in de ifade ettiği gibi; uzunca bir süre "*egemenliğini kazanmak için egemenliğinden feragat etmiştir*" (Kronenberg, 2009, ss. 14, 17). Almanya'nın "Batı Politikası" başlangıçta bir hedeften daha çok bir araç işlevi görmüş olsa da daha sonra Alman dış politikasının en önemli ilkelerinden biri haline gelmiştir (Colschen, 2010, s. 121).

Soğuk Savaş döneminde Almanya'nın en önemli dış politika hedeflerinden bir diğerini "Almanya politikası: *Deutschlandpolitik*" kapsamında iki Almanya'nın yeniden birleşmesine yönelik "*Wiedervereinigung*" çabaları oluşturmuştur. Sovyetler'in 1955 yılında Alman Demokratik Cumhuriyeti'ni (Deutsche Demokratische Republik: DDR) tanımının ardından umut edilen birleşmenin yakın zamanda mümkün olmayacağını anlaşılmaması ile Batı Almanya, Alman ulusunun tek temsilcisi olduğuna dair iddiası olan "*Alleinvertretungsanspruch*" çerçevesinde Aralık'ta "*Hallstein Doktrini*" şeklinde bilinen stratejisini açıklamıştır. Bu doktrin ile Almanya; Sovyetler Birliği haricinde Doğu Almanya'yı bağımsız bir devlet olarak tanıyan ülkeler ile diplomatik ilişkileri keseceğini ve bunu dostane olmayan: düşmanca bir hareket olarak "*unfreundlichen Akt*" kabul edeceğini açıkça ilan etmiştir. Böylece, DDR'nin bağımsız bir devlet olarak üçüncü ülkeler tarafından tanınmasını engellemeye çalışmıştır. (Öcal, 2019, s. 479). Ancak tüm bu çabalara rağmen Doğu Almanya 1960'ların sonuna doğru birçok devlet tarafından tanınması ile Hallstein Doktrininin işlevini yitirdiği açıkça görülmüştür. Aynı

^j Soğuk Savaş'ın sonuna kadar, Almanya askeri gücü Bundeswehr'i, II. Dünya Savaşı'ndan sonra oluşan askeri kültürü ve jeostratejik konumu nedeniyle sadece bölgesel savunma gibi amaçlar için kullanmıştır. Bu dönem içinde Almanya hiçbir uluslararası askeri göreve katılmamıştır.

^k Niclauff; savaş sonrası alınan yenilgi ile birlikte kendi kaderini tayin etme hakkı gibi egemenlik haklarını kaybeden Almanya'nın Batı ve onun kurumları ile bütünleşme politikasının onun kendi özgür tercihinden daha çok, kendisine sunulan zorunlu bir tercih olduğunu iddia etmiştir. Başka bir ifade ile ona göre; tıpkı SSCB'nin Doğu Almanya üzerindeki etkisi gibi ABD, İngiltere ve Fransa, Almanya'nın başka bir tarafa yönelmesine veya farklı bir politika çizmesine izin vermemişlerdir (Niclauff, 2015, s. 58). Aynı şekilde Ash ise, kaybedilen topraklar ile birlikte Doğu Almanya'nın ayrı bir devlet olarak ortaya çıkmasının coğrafik olarak, Federal Almanya'nın Bismarckian Reich'dan daha çok Batı'da yer almasına ve ülkenin merkezinin Batı'ya kaymasına neden olduğunu ifade ederek, Batı bütünleşmesinin coğrafik olarak kaçınılmaz olduğunu iddia etmiştir (Ash, 1994, s. 67).

zamanda bu doktrin ile Alman Dış Politikası'nın hareket alanını kısıtlayarak kendi doktrininin esiri haline gelmesi neticesinde Brandt ile Yeni Doğu Politikası olan "*Ostpolitik*"e kayış göstermiştir. Ostpolitik ile Almanya'da 1969'da iktidara gelen Brandt'ın 1974'e kadar devam eden döneminde Alman dış politikasında bloklar ve iki Almanya arasındaki yakınlaşmanın az etkileşimle değil, aksine daha fazla etkileşim ile gerçekleştirilebileceği stratejisini öngörülmiştir. Doğu Andlaşmaları¹ olarak adlandırılan andlaşmalar serisi ile SSCB başta olmak üzere Doğu Bloku ile arasındaki sorunları çözerek diplomatik ilişkileri kuran Federal Almanya, 21 Aralık 1972'de imzalanan Temel Andlaşma'nın ilk iki maddesi ile Alman ulusunun tek temsilcisi olma iddiasından vazgeçerek DDR'yi var olan sınırlarıyla birlikte eşit bir ülke olarak tanımıştır.^m

Brandt'ın Doğu Politikası sadece uluslararası yumuşama (détente) sürecine uyum sağlamakla kalmamış, aynı zamanda yumuşama sürecini hızlandıran etkili bir faktör olmuştur. Hatta Sümer, Ostpolitik'in dış politikada ilk defa müttefiklerinden ayrı olarak hareket etmesi ve iki kutuplu sisteme yönelik açık bir tepkiyi içermesi açısından Alman dış politikası için önemli bir dönüm noktası olarak nitelendirmiştir. (Sümer, 2010, s. 89). Diğer taraftan da Ostpolitik, Almanya'yı Doğu Bloku ülkeleriyle sürekli olarak bir çatışmaya yönelten bakış açısına meydan okumuştur. (Sümer, 2010, s. 89). Almanya üzerindeki kısıtlamalar göz önüne alındığında Ostpolitik ile birlikte Alman dış politikasında yeni bir dönem başlamıştır. Ostpolitik; uluslararası alanda Alman diplomasini daha aktif hale getirerek, Almanya'nın hem Doğu'da hem de Batı'daki diplomatik kaldırıcını artırmıştır (Hanrieder, 1989, s. 313). Ostpolitik doğrultusunda atılan adımların neticesinde; 1990'daki *İki Artı Dört Andlaşması* ile iki Almanya yeniden birleşmiş ve Alman birliği sağlanmıştır. Bu andlaşma ile Doğu Almanya, Federal Almanya'ya katılmıştır. Bu birleşimin Batı Almanya etrafında gerçekleşmesi, Batı'nın Doğu'ya göre diğerleri arasında iktisadi açıdan çok daha müreffeh olmasıyla ilişkili olmuştur.

Batı Almanya, savaş sonrası yeniden inşasındaki başarıyla 1950'lerde ekonomik bir mucize: "*Wirtschaftswunder*" gerçekleştirerek, ekonomisini ve ülkesini yeniden ayağa kaldırmıştır (Abelshauer, 2011, s. 2). Ekonomik gücünü arttırarak, dış politika açısından bir ticaret devleti: *handelsstaat* ve dünya ekonomik gücü: *weltwirtschaftsmacht* haline gelmiştir (Kloten, 1997; Schrader, 1997). Almanya'nın 1950'li yıllarda gerçekleştirdiği ekonomik mucize ile elde ettiği iktisadi güç Almanya'nın siyasi bir güç olarak ayağa kalkması ve bu bağlamda dönüştürme yeteneği ile donatılmasından önce gerçekleşmiştir. Almanya'nın dış politikasında güçlü bir ticaret devleti olarak öne çıkmasında; Soğuk Savaş'ın koşulları ile birlikte müttefiklerin Almanya üzerinde saklı kalan mahfuz haklarının dış ve güvenlik politikalarındaki bağımsız hareket alanını kısıtlanması nedeniyle daha fazla hareket özgürlüğü sağlayan ekonomik alana yönelmesi etkili olmuştur (Staack, 2000, s. 526). Bunun yanında Haftendorn'ın da

¹ Yeni Doğu Politikası çerçevesinde ilk olarak SSCB ile 12 Ağustos 1970'te Moskova Antlaşması imzalandı. 7 Aralık 1970'te Varşova Antlaşması, 3 Eylül 1971'de Dört Güç Antlaşması: Berlin Antlaşması, 17 Aralık 1971'de Transit Antlaşması, 20 Aralık 1971'de Seyahat ve Ziyaretçi Trafiki Antlaşması, Doğu Almanya ile 21 Aralık 1972'de Temel Antlaşma "*Grundlagenvertrag*" ve 11 Aralık 1973'te Prag Antlaşması imzalandı.

^m Toplam 10 maddeden oluşan Temel Antlaşma hakkında daha fazla bilgi için bkz. Vertrag über die Grundlagen der Beziehungen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik ["Grundlagenvertrag"], 21. Dezember 1972, In: 100(0) Schlüssel Dokumente, zur Deutschen Geschichte im 20. Jahrhundert. http://www.1000dokumente.de/pdf/dok_0023_gru_de.pdf (29.01.2020)

belirttiği gibi, Almanya'nın güvenliğinin ABD tarafından koruma garantisi altına alınması; Almanya'nın güvenlik ağı içerisindeki yükünün hafiflemesine ve bu çerçevede ekonomiye ve diplomasiye daha çok odaklanmasına hizmet etmiştir (Haftendorn, 2001, ss. 132-133). Neticeyle savaş sonrası dönemde siyasi olarak bir çüce olan Federal Almanya Cumhuriyeti ekonomik gelişmeyle birlikte ekonomik bir dev haline gelmiştir (Reinhard, 2007, s. 619).

Soğuk Savaş döneminde iki Almanya'nın yeniden birleşmesi, Batı bütünleşmesi, güvenlik ve diğer ülkeler ile dış ticaretin gelişmesi gibi öncelikli konular ile meşgul olan Alman dış politikasında Ortadoğu bölgesi ise en öncelikli husus olarak nitelendirilmemiştir. Ancak bu dönemde, günümüz ile kıyaslandığında dış politikanın öncelikleri arasında daha alt sırada yer alan Ortadoğu'da, Alman dış politikasının birincil ilgi alanını her daim İsrail ile olan ilişkiler oluşturmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrası Batı Almanya'nın kurulmasından 1 yıl önce 1948'de kurulan İsrail devleti ile savaş sırasında yaşanan Holokost'tan dolayı 1952'de imzalanan ve Wiedergutmachung Anlaşması (Wiedergutmachungsabkommen) olarak bilinen "Lüksemburg Tazminat Anlaşması" temelinde iki devlet arasındaki ilişkiler gelişmiştir. Bu bağlamda Holokost'tan kaynaklanan suçluluğu nedeniyle Almanya; dünyadaki tüm Yahudilere ve İsrail'e karşı oluşan tarihsel ahlaki sorumluluğu doğrultusunda İsrail'in varlığını ve güvenliğini sağlamak için siyasi, ekonomik ve askeri desteğini hiçbir zaman esirgememiştir (Bülbül, 2019a, ss. 60-61). Almanya, Mayıs 1965'te İsrail ile diplomatik ilişkileri başlatarak iki ülke arasındaki ilişkilere verdiği önemi açıkça göstermiştir. Almanya'nın "ostpolitik" sürecine kadar bölgedeki ikincil önceliğini ise; Doğu Almanya'nın egemen bir devlet olarak "tanınmamasına" yönelik çabalar oluşturmuştur. 1960'ların sonuna kadar Doğu Almanya'nın tanınmasını engelleyen Almanya, İsrail ile yapılan gizli silah anlaşmalarının ardından İsrail ile diplomatik ilişkilerin başlaması ve Arap-İsrail savaşları sırasında İsrail lehindeki siyaseti neticesinde Ortadoğu'daki birçok devlet Almanya ile diplomatik ilişkilerini kesmiş ve Doğu Almanya'yı egemen bir devlet olarak tanımıştır. Dış politikada yaşanan bu siyasi başarısızlığa ve birçok ülke ile kesilen siyasi ilişkilere rağmen, bölgedeki ülkeler ile ticari ve ekonomik ilişkiler kesilmeden devam etmiştir (Bülbül, 2019b).

Ortadoğu'nun önemli bir pazar olması bağlamında Arap ülkeleri ile olan ticari ilişkiler ile enerji ihtiyacı Almanya'nın bölge üzerindeki üçüncü önceliği olarak öne çıkmıştır. Ostpolitik'le birlikte 1973'de ortaya çıkan dünya petrol krizi; Ortadoğu üzerinde önemli ekonomik çıkarları bulunan Almanya'yı bölgeye yönelik politikalarını değiştirmek zorunda bırakmıştır. İsrail ve Arap ülkeleri arasında daha dengeli bir politika izlemeye yönelen Almanya bu doğrultuda Filistin'in var olma hakkını tanıyan ilk Avrupalı devletlerarasında yer almıştır. Her ne kadar petrol krizi sonrası Almanya, daha Arap yanlısı bir pozisyona kaymış gözüksün de, İsrail yanlısı politikasını ağırlıklı olarak sürdürmüştür (Bülbül, 2019b). Bu bağlamda 1970'lerin ortalarından itibaren Ortadoğu çatışması bir bütün olarak Alman dış politikasının nirengi noktası haline gelmesine paralel olarak, Almanya İsrail politikasını, Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) gibi çok taraflı kurumlar içine yerleştirerek, güçlendirmiştir (Colschen, 2010, s. 262). Bu bağlamda Almanya, AET içinde İsrail'e yönelik alınacak olumsuz kararlarda fren mekanizması görevi göstererek, bu kararların yumuşatılmasını sağlamıştır. İki devletli bir çözüme dayanan bir politika izleyen Almanya bu doğrultudaki barış girişimlerini desteklemiştir.

C. MERKEZİ İSTİHBARAT BÜROSU'NDAN BND'YE: FEDERAL ALMANYA CUMHURİYETİ DIŞ İSTİHBARAT SERVİSİ'NİN ORTAYA ÇIKIŞI

Prusya İmparatoru I. Wilhelm kendisine karşı muhalif ve sosyalist faaliyetleri izlemesi için görevlendirilen Wilhelm Stieber tarafından 1866 yılında kurulan “Gizli Saha Polisi - Geheime Feldpolizei”, Prusya'nın Avusturya-Macaristan İmparatorluğuna karşı savaşı (1866) sırasında genişleyen faaliyetleriⁿ ile daha sonra kurulacak Alman gizli servislerine öncülük etmiştir (Adams, 2009, ss. 444-47; Weiß, 2003, s. 129). 1 Ağustos 1866'da Stieber, bu teşkilatı “Merkezi İstihbarat Bürosu (Central-Nachrichten-Büreau)” adı altında Dışişleri Bürosu'na (Auswärtiges Amt) taşımış ve yeni Alman İmparatorluğu için siyasi ve askeri bilgi toplayabilecek modern bir istihbarat servisinin temellerini atmıştır (Zolling ve Höhne, 1971, ss. 30-31). Bunun yanında Alman Genelkurmay Başkanlığı'nın Merkezi İstihbarat Bürosu'ndan bağımsız olarak kendi bilgi toplama birimine sahip olma eğilimi neticesinde Alman tarihi içerisindeki ilk askeri gizli servisi 1867'de kurulmuştur. Her iki istihbarat servisi arasında yaşanan rekabette I. Dünya Savaşı önemli bir dönüm noktası teşkil etmiştir. Alman Genelkurmay Başkanlığı içinde Walter Nicolai yönetimindeki “Bölüm IIIb – Sektion/Abteilung IIIb” olarak adlandırılan askeri istihbarat servisi, ilerleyen dönemlerde siyasi istihbarat üzerinde tam hâkimiyet kazanarak, sansür, propaganda, ideolojik kontrol ve faaliyetler gibi birçok yeni görevleri üstlenmiştir (Adams, 2009, s. XXVIII).

Birinci Dünya Savaşı öncesi döneme bakıldığında Alman istihbarat teşkilatı taktik ve operasyonel düzeyde bir başarı sağlamışsa da, genel görünüm itibarıyla, Almanya'ya uygun bir ulusal istihbarat değerlendirme sistemi oluşturamamış olduğu ve bu bağlamda Alman istihbaratının ufukta görünen dünya savaşı için gerekli yetkinliğe ve güce sahip olmadığı görülmüştür. Neticede Birinci Dünya Savaşı öncesi, İmparatorluk Almanya'sının önemli ana stratejileri belirlendiği ve istihbarat değerlendirmelerinin yapıldığı bir sistem kuramaması, İngiltere ve Fransa'nın istihbarat toplama ve casusluk faaliyetleri konusundaki büyük tecrübelerine sahip olamaması, Almanya'nın Birinci Dünya Savaşı'nı kaybetmesine neden olan faktörlerden biri olarak ortaya çıkmıştır (Pöhlmann, 2005, ss. 53-54). Bununla birlikte, Birinci Dünya Savaşı modern bir istihbarat aygıtının ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda savaş sona ermesiyle birlikte, istihbarat; hem Almanya hem de diğer bütün diğer ülkeler için sadece gazete okumaktan ve süvari devriyeleri göndermekten daha fazlasını ifade etmeye başlamıştır.

Almanya'nın Kasım 1918'de çöküşü, diğerlerinin yanında mevcut askeri istihbarat ve karşı casusluk yapılarının da tasfiye edilmesine yol açmıştır. Versailles Andlaşması'nın hükümleri uyarınca çok büyük kısıtlamalara maruz kalan Almanya'nın ne bir orduya ve ne de askeri bir istihbarat servisine sahip olmasına izin verilmemiştir (Richter, 2003, s. 5). Üzerindeki kısıtlamaları aşmaya çalışan *Reichswehr* (İmparatorluk Ordusu 1918-1935) üst komutasının çabaları neticesinde 1 Ocak 1921'de *İmparatorluk Savunma Bakanlığı – Reichswehrministerium* içinde istihbarat faaliyetlerini yürütecek ve “casusluk ofisi” ismini taşıyan özel bir birim kurulmuştur. Kurulan bu ofis ilk başkanı Binbaşı Gempp tarafından tepki çekmemek için savunma amaçlı hareket etmeyi ifade eden *Abwehr* (karşı casusluk hizmeti) olarak adlandırılmıştır (Buchheit, 1966, s. 17; Richter, 2003, s. 6). Doğu ve Batı olmak üzere iki bölümden oluşan

ⁿ Düşman ajanların sızmasının önlenmesi, Avusturya ordusu ve Almanya'nın düşmanları hakkında gizli bilgiler edinilerek, Alman ordusunun desteklenmesi.

Abwehr'in faaliyetleri; Weimar Cumhuriyeti döneminde personel ve finansman eksikliği nedeniyle, Almanya'nın ezeli düşmanları olan İngiltere ve Fransa'ya yönelik karşı casusluk ve Polonya ordusunun yeniden silahlanmasının gözlenmesi ile sınırlı kalmıştır. 1 Nisan 1928 tarihinde Alman deniz istihbarat servisi ile birleşerek gücünü ve işlevselliğini arttıran Abwehr; yavaş yavaş düzenli bir askeri istihbarat servisine dönüştürülerek, odak noktası dış politikaya kaydırılmıştır.^o

Almanya'da 1933 yılında Adolf Hitler liderliğinde iktidara gelen Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei – NSDAP) kendilerine tehdit oluşturacak düşmanlarına yönelik istihbarat faaliyetlerine büyük önem atfetmişlerdir. Üçüncü Reich olarak adlandırılan bu dönem içerisinde istihbarat; diğer devletlerin çoğundan farklı olarak daha büyük bir anlama sahip olarak, daha geniş amaçlara hizmet etmiştir. Bu bağlamda Naziler, Nasyonal Sosyalist devletin varlığına yönelik tehlikelere karşı hem yurtdışında hem de yurt içinde özel ve kamusal alan içinde istihbarat faaliyetleri yürütmüştür (Geyer, 1986, ss. 310-346). Bu geniş istihbarat faaliyetleri için bazı eski istihbarat kurumları, personelleri ile birlikte muhafaza edilirken, birçok farklı alanda faaliyet gösteren yeni istihbarat servisleri de kurulmasına paralel olarak istihbarat toplama ve değerlendirme kapasitelerini arttırmak için devasa bürokratik aygıtlar dizayn edilmiştir (Geyer, 1986).

Nazi döneminde Güvenlik Servisi - *Sicherheitsdienst* (SD) ve *Gestapo* (Geheime Staatspolizei – Gizli Devlet Polisi), Koruma Bölüğü/Timi'nin – *Schutzstaffel* (SS)^p emri altına verilmiştir. Bu yeni kurumların yanında Abwehr'in bütçesi, İngiliz İmparatorluğu'nun geleneklerine ve kurumlarına olan hayranlığından etkilenen Hitler tarafından önemli ölçüde artırılmıştır. 2 Ocak 1935'te göreve getirilen Abwehr'in yeni başkanı Wilhelm Canaris tarafından Abwehr içinde büyük reformlar yapılmıştır. Abwehr'in ismi 1938 yılında "*Dış İstihbarat Dairesi - Amt Ausland / Abwehr*" olarak değiştirilmiştir.^q Bunun yanında Dışişleri Bürosu'nun içinde bulunan "*Pers Z – Personal Z*" adı altındaki şifreleme/kripto bölümü Joachim von Ribbentrop tarafından 1936 sonrası yapısı ve ismi "*Informationsstelle III – İstihbarat Merkezi*" olarak değiştirilerek casusluk hizmetine dönüştürülmüştür (Richter, 2003, s. 7). Ülke içinde birçok farklı istihbarat teşkilatının bulunması ve bunların birbiri ile rekabeti nedeniyle birliktelik ve uyum sağlanamamıştır. Her ne kadar 1 Ekim 1939'da Reinhard Heydrich yönetimi altında oluşturulan "*Reich Güvenlik Baş Dairesi – Reichssicherheitshauptamt / RSHA*" ile Abwehr haricinde bir birlik^r elde edilmeye

^o Weimar Cumhuriyeti döneminde Abwehr'in yanında diğer önemli istihbarat kurumları: Siyasi Polis - Politische Polizei, Kamu Düzeni Koruma Ulusal Ofisi - Reichskommissariat für Überwachung der Öffentlichen Ordnung ve muadili, Prusya Kamu Düzeni Koruma Ofisi'dir - Staatskommissariat für Öffentliche Ordnung (Buchheit, 1966, ss. 37-38; Richter, 2003, s. 6).

^p Adolf Hitler'in korunması için 1923'te Münih'te kurulan küçük muhafız timi "*Stosstrupp-Hitler*" 1925 yılında Nazi partisinin tabanının genişlemesine paralel olarak, Hitler'e fanatik bir şekilde bağlı olan özel koruma timi *Schutzstaffel* (SS) kurulmuştur. Heinrich Himmler'in yönetiminde SS, Nasyonal Sosyalist Rejimin en güçlü ve etkili örgütü haline gelmiştir. Güvenlik Servis ve Gizli Polisten sorumlu olan SS, Alman Polisine de komuta etmiştir. 1935 yılında SS'de çalışanlarının sayısı 200.000'e ulaşarak, parti örgütünden daha önemli hale gelmiştir.

^q Abwehr'in personel sayısı 150'den 1000'e çıkartılmıştır. Canaris tarafından Abwehr yurtdışındaki gizli casusluk (Hans Piekenbrock), sabotaj (Helmuth Groscurth), karşı casusluk (Rudolf Bamler), yabancı irtibat (Leopold Bürkner), yönetim ve organizasyon (Hans Oster) olmak üzere başlangıçta beş bölüme ayrılmış, 1938 yılında Abwehr'in ismi Dış İstihbarat Dairesi (Amt Ausland / Abwehr) olarak değiştirilse de Abwehr ismi yaygın bir şekilde kullanılmaya devam etmiştir. Daha fazla bkz. (Adams, 2009, s. 3).

^r Abwehr ayrı statüsünü 1944'ün ortalarında kaybederek, RSHA'nın bir parçası haline gelmiştir.

çalışılsa da, bu şemsiye organizasyon farklı güvenlik/istihbarat servisleri arasındaki kemikleşmiş düşmanlıkları ve yetki alanları noktasındaki bürokratik karmaşıklığı engelleyememiştir (Adams, 2009, s. 365).

Alman ordusu Wehrmacht'ın içinde Sovyetler Birliği'nin silahlı kuvvetleriyle ilgili istihbaratın derlenmesinden ve analizinden sorumlu ana organ olarak "*Doğu Yabancı Orduları'nın - Freemde Heere Ost: FHO*" 10 Kasım 1938'de resmi olarak kurulması ile Nazi dönemindeki istihbarat alanında faaliyet gösteren kurumlara bir yenisi daha eklenmiştir. Etkisiz bir değerlendirme bölümü olan FHO'nun kendine ait bir istihbarat toplama ajansı olmamasından dolayı, Abwehr, RSHA, Dışişleri Bakanlığı ve Alman Hava Kuvvetleri (Luftwaffe) de dâhil olmak üzere sayısız kaynağa bağımlı kalmıştır. Doğu cephesindeki keşif faaliyetlerinden ama her şeyden önce özellikle Sovyetler Birliği'ne karşı sorumlu olan FHO, Mart 1942'de Reinhard Gehlen'in başkanlığıyla birlikte Doğu Avrupa'da bulunan diğer ülkelere karşı oluşturulan siyasi-askeri gizli servisleri de devralmıştır (Müller vd., 2002, s. 30). FHO, istihbarat edinmek için geniş bir ajan ağı ve Sovyetler Birliği'nin içinde örgütlenen "ön keşif komutanlığı" kurmuştur. Sovyet liderleri hakkında hazırlanan çok sayıda bireysel raporlar, Sovyet ekonomisi ve savunma sanayi üzerine yapılan istihbarat çalışmaları sayesinde FHO, açık ve hızlı bir şekilde askeri işlevinin dışına taşan yeni sorumluluklar üstlenerek büyümüştür. Böylece FHO modern dış istihbarat servisinin ilk örneği olmuştur (Henze & Knigge, 1997, s. 23).

Üç Batılı işgal gücü (ABD, Fransa ve İngiltere) 1954 ve 1955 yılları arasında, Federal Almanya Cumhuriyeti'nin yeniden silahlandırılması konusunda bir uzlaşya varmıştır. Almanya'nın NATO'ya üyeliği ve Alman ordusu Bundeswehr'in kurulması, Almanya ve Batılı müttefikleri arasındaki ilişkilerde önemli bir değişime işaret etmiştir. Bu üyelik, SSCB'nin içinde Doğu Almanya'nın da yer aldığı Varşova Paktı'nı kurmasını da beraberinde getirmiştir. Soğuk Savaş döneminde Almanya, SSCB'nin başını çektiği Doğu Bloku'nun kendilerine yarattığı tehditlere karşı müttefiklerine yardım ederek müttefiklerine savunma ve güvenlik alanında önemli destek vermiştir. Ancak bilinen aksine Federal Almanya, 1949'da bir devlet olarak kurulmadan ve 1955'te NATO'ya katılmadan çok daha önce Batı'nın güvenlik politikasına önemli katkıda bulunmaya başlamıştır. 1945'te savaşın bitmesinden hemen sonra FHO Komutanı ve İstihbarat Şefi Gehlen ile ABD istihbaratı CIA ve ABD Ordusu Askeri istihbarat bölümü olan G-2 ile arasında Sovyetlere karşı yapılan askeri istihbarat işbirliği başlamıştır (Krieger, 2011, ss. 28-29). Yapılan bu işbirliği temelinde kurulan Münih şehrinin Pullach kasabası ve Berlin merkezli Federal Almanya Dış İstihbarat Servisi – Bundesnachrichtendienst (BND); Almanya'nın İkinci Dünya Savaşı sonrası siyasal tarihi açısından diğer kurumlarından farklı kendi şahına münhasır bir kuruluş özelliğine sahip olmuştur. ABD ordusu ve CIA desteği ve koordinatörlüğünde BND, askeri bir ofisten, askeri istihbarat servisine ve daha sonra ise Almanya'nın ulusal dış istihbarat servisi haline gelmiştir. (Nielsen, 2013, s. 60).

İkinci Dünya Savaşı sırasında FHO'nun komutanı ve İstihbarat Şefi olan Gehlen 1942 ve 1945 yılları arasında Sovyetler, Kızıl Ordu ve istihbaratı başta olmak üzere Sovyetlerin Savunması, Kızıl Ordunun subayları, askeri personeli, silahları ve mühimmatı, ekonomisi ile ilgili bilgilerin de yer aldığı önemli gizli istihbarat bilgilerini ve belgelerini toplamıştır. Gehlen elde ettiği yaklaşık 50 çelik valiz dolusu gizli belge ve mikrofilm gibi önemli istihbarat raporlarını ve veri tabanını Sovyet ordusundan saklamayı

başarmıştır.⁵ Wehrmacht'ın 1945'te koşulsuz teslim olmasından hemen sonra, Gehlen hem elindeki istihbarat raporlarını hem de Sovyetler Birliği ve diğer Doğu Avrupa ülkeleri içindeki mevcut istihbarat ağlarını, ABD Ordusu'na (*ABD Ordusu Karşı İstihbarat Birlikleri'ne – U.S. Army Counterintelligence Corps: CIC*) sunmuştur (Schmidt-Eenboom, 2010, s. 130; Keßelring, 2017, s. 19; Krieger, 2011, s. 29). İkinci Dünya Savaşı sırasında anti-Hitler koalisyonu çerçevesinde ABD, Sovyetler Birliği ile ittifak ilişki içinde olması nedeniyle Sovyetleri bir tehdit olarak görmemiştir. Ancak savaşın sonrası sona ermesine müteakiben Doğu ve Batı arasındaki ihtilafının ufukta çoktan görünmesiyle birlikte ABD'nin Sovyetler Birliği ve onun silahlı kuvvetleri hakkında neredeyse hiçbir bilgiye sahip olmadığı görülmüştür (Wark, 2004, s. 249). Ufukta görünen Sovyet tehlikesi bağlamında Sovyetlerin hedeflerini ve kapasitesini değerlendirecek bir istihbarat bilgisine ve teşkilatına sahip olmayan Amerikan tarafı, 1945 yılının sonlarında, Gehlen'in kendilerine sunduğu teklife büyük ilgi göstererek, Gehlen ile özel bir işbirliği yapmaya başlamıştır (Nielsen, 2013, s. 60; Schmidt-Eenboom, 2001, s. 130). Bu bağlamda Reinhard Gehlen sadece galiplerin gözüne girmekle kalmamış, aynı zamanda sivil kontrol altında nihai bağımsız bir Alman istihbarat servisinin temelini de atmıştır.

Gehlen ile ABD hükümeti adına CIA arasında 1946 yılında yapılan anlaşmayla daha sonra BND'yi oluşturacak temel kuruluş "*Gehlen Örgütü: Die Organisation Gehlen*" Münih'in güneyinde bulunan Pullach kasabası idari merkezli olarak Almanya'ya komşu ülkelerin çoğunun bilgisi olmadan kuruldu. Adını Reinhard Gehlen'den alan bu örgütün bünyesindeki ilk çalışanlarını; Wehrmacht'ın eski istihbarat subayları, askerleri ve polislerinden oluşan, sivil bir geleneğe sahip olmayan karışık ve uyumsuz bir kalabalık oluşturmaktaydı.⁶ Resmi kısaltması "*Org.*" olan Gehlen Örgütü, ABD'nin Merkezi İstihbarat Ofisi CIA tarafından denetlendi ve finanse edildi.⁷ Amerikan dış istihbarat servisi CIA'nin önemli bir ortağı olarak çalışan Gehlen Örgütü'nün hedefini; Sovyetler Birliği ile ilgili savaş sırasında elde ettikleri istihbarat bilgilerini kullanarak, bu yeni siyasi ve askeri rakip olan Sovyetlerin ortaya çıkarılması/aydınlatılması oluşturdu (Daun, 2011, s. 144; Wark, 2004, s. 250).

Gehlen Örgütü 11 Temmuz 1955 tarihinde Bakanlar Kurulunda alınan karar ile 1 Ocak 1956 yılından itibaren Federal Almanya Cumhuriyeti Hükümeti'nin "*Federal Dış İstihbarat Teşkilatı* -

⁵ FHO komutanı Reinhard Gehlen 4 Nisan 1945'te Saksonya eyaletinin Bad Elster şehrindeki bir kaplıca otelde yardımcıları Yarbay Gerhard Wessel ve Hermann Baun ile önemli bir toplantı gerçekleştirdi. Savaşın görünen neticesi karşısında nasıl devam edileceğine dair yapılan toplantıda "*Bad Elster Paktı - Pakt von Bad Elster*" olarak bilinen, Sovyetler ve Doğu cephesiyle ilgili önemli belge ve dokümanları güvenli bir yerde saklamayı ve daha sonra bunları ABD'nin hizmetine sunmayı kararlaştırdılar. Bu toplantıda Gehlen'in olası bir Doğu-Batı çatışması hakkındaki öngörülerini önemli rol oynadı (Zolling & Höhne, 29.03.1971, ss. 131-147).

⁶ Krieger'e göre; hem Amerikan hükümeti araştırmacılarının hem de tarihçilerinin dikkate değer yaptıkları araştırmalara rağmen ABD'nin Gehlen başta olmak üzere işe almış oldukları bu kişileri hangi nedenle işe aldıkları ve işbirliği yaptıkları net değildir. Ona göre muhtemelen, ABD bu işe alımda ve işbirliğinde Sovyet tehdidinin yanında, II. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan kaotik ekonomik, sosyal ve psikolojik durum nedeniyle eski Nazi yetkilileri ve SS fanatiklerinin bir güvenlik tehdidi haline gelmeleri halinde bunların ağlarına kolayca erişmeyi umuyordu (Krieger, 2011, s. 29).

⁷ Merkezi Haberalma Teşkilatı (CIA) 1949-1956 yılları arasında Batı Almanya istihbarat servisi olmaya başlayan Gehlen Örgütü'nü "*vesayet - trusteeship*" altına aldı. Bu bağlamda tarihinde ilk kez bir istihbarat ajansı, yabancı bir istihbarat servisinin finansmanı ve operasyonlarından tamamen sorumlu oldu ve onu sadakatle korudu. Bu yedi yıllık süreçte CIA, 1956'da Gehlen Örgütü'nden ortaya çıkan Federal Almanya Dış İstihbarat Servisi BND ile özel bir bağ geliştirdi (Wark, 2004, s. 250).

Bundesnachrichtendienst” altına yerleştirildi (Wark, 2004, s. 250; Wieck, 1998, s. 47). Alman-Amerikan istihbarat ilişkileri bakımından Gehlen Örgütü temelinde ortaya çıkan BND; iki ülke arasındaki hem siyasi hem de istihbari alandaki ikili ilişkilerde anahtar bir birleşen oldu (Wark, 2004, s. 250). Gehlen, 1968 yılındaki istifasına kadar BND’nin başkanı olarak kaldı. BND, 1963 yılında Federal Başbakanlık Makamına bağlandı. BND’nin Dışişleri veya Savunma Bakanlığı yerine Başbakanlık Makamına bağlanması, BND’yi belirli çıkarlardan ve siyasetin etkisinden bağımsız hale getirdi ve tüm kuruluşlarına eşit hizmet sunmasını sağladı (Nielsen, 2013, s. 60).

D. SOĞUK SAVAŞ ÖNCESİ ALMAN İSTİHBARAT SERVİSLERİNİN ORTADOĞU’DAKİ FAALİYETLERİ

Almanya, istihbarat faaliyetlerine ancak 1871’de birliğini sağladıktan sonra ve özellikle II. Wilhelm ile birlikte izlenen yayılcı “dünyaya açılma” politikası ile başlamış ve XIX. yüzyılda Ortadoğu’da başlayan güç mücadelesine eklenmiştir. Birinci Dünya Savaşı öncesi Almanya’nın Osmanlı Devleti ve İran üzerindeki büyüyen etkisi ile birlikte istihbarat faaliyetleri de artmıştır (Hughes, 2002, s. 449). Birinci Dünya Savaşı’nın başlangıcından itibaren, Alman istihbaratı *Max von Oppenheim* önderliğinde “Doğu İstihbarat Bürosu - *Nachrichtenstelle für den Orient (NfO)*” çatısı altında Ortadoğu’da çalışmaya başlamıştır. Dönemin küresel güç dengeleri bağlamında Osmanlı Devleti ile ittifak yapan Almanya’nın anılan istihbarat teşkilatı Osmanlı ile birlikte “Cihad” fikri temelinde İngiliz ve Fransızlara karşı bölgede yaşayan Müslüman halkın isyanını destekleyecek türden istihbarat ve propaganda faaliyetlerini yönetmiştir (Bragulla & zur Capellen, 2011, ss. 17-20).

Almanya’nın İran üzerindeki faaliyetleri bağlamında İranlı bir dizi kabile üzerinde önemli etkisi olan ve Almanya’nın Lawrance’ı olarak da bilinen *Wilhelm Wassmuss* ve *Oskar von Niedermayer* en önemli diplomat ve istihbarat ajanı olarak öne çıkmıştır. (Gröttrup, 2013; Lenczowski, 1949, s. 149; Sykes, C., 1936; West, 2013, ss. 221-22). Wassmus ve Niedermayer İran’ı, körfez bölgesini ve Afganistan’ın doğu bölgesini kapsayan etkileyici bir insan istihbarat ağı kurmayı başarmış ve İran’ın güneyinde yaşayan *Kaşkayların* İngilizler’e karşı büyük bir isyan örgütlenmesinde önemli rol oynamıştır (Hopkirk, 2001, ss. 105-121). İngiltere 1915’te yaptığı bir operasyon ile Alman istihbari belgelerini ele geçirerek, Niedermayer’in gizli grubunun yapısı ve hedefleri hakkında anlamlı bilgiler deşifre edebilmiştir (Strachan, 2001, s. 781; West, 2013, s. 332). Bu çerçevede birçok Alman istihbarat uzmanı ve subayı Almanya’ya geri dönmek zorunda kalmış ancak aralarından kurtulan Wassmuss İran’da yaklaşık dört yıl boyunca İngiltere hâkimiyetini sıkıntıya sokan eylemlere devam etmiştir (Olson, 2013, s. 52; Sykes, 1922, s. 156). Kasım 1918’de savaşın bitiminden sonra NfO’nun adı, muhtemelen bu örgütlenmenin faaliyetleri ve önemli bağlarının üzerinin kapatılması amacıyla, *Alman Doğu/Şark Enstitüsü* (Deutsches Orient Institut - DOI) olarak değiştirilmiştir (Krug, 2015, s. 4).

Naziler 1933’te Almanya’da iktidara gelmeden bir yıl önce Filistin’de kurdukları kendilerine bağlı altı üyeden oluşan bir istihbarat hücresi aracılığıyla başlattıkları gizli istihbarat ve casusluk faaliyetlerini

1936'da tüm Ortadoğu'ya yayarak artırmışlardır.^v Birçok Alman ajanı, her birinin görevlerine yönelik olarak hazırlanmış farklı kurmaca hayat hikâyeleri ile bölgeye gelmiştir. Alman ajanları; genelde Arap toplumunda İngiltere karşıtlığına özinde ise Kürtler başta olmak üzere ulusal azınlıkların, kabile liderleri ve yerel işbirlikçiler ile direniş çabalarının kurulmasına önemli rol oynamıştır (Kahana & Suwaed, 2009, s. 95). Alman Dışişleri Bakanlığı'ndan *Fritz Grobba* ve Alman istihbaratından *Franz Mayer*^w, Almanya'nın Ortadoğu'daki gizli faaliyetlerini yürütmüştür. Grobba, 1936 ve 1941 yılları arasında Almanya'nın Irak ve Suudi Arabistan'ın büyükelçisi olarak bu faaliyetleri etkin bir şekilde sürdürmüştür. Bu faaliyetlerinde Grobba, Alman istihbaratından Mayer tarafından desteklenmiştir (Kahana & Suwaed, 2009, s. 95).

Balkanlar ve Ortadoğu gibi çatışma bölgelerinden fazla uzak olmayan Türkiye'nin savaş sırasında tarafsız bir duruş sergilemesi başta İstanbul ve Ankara'nın savaş sırasında uluslararası istihbarat ağlarının da odakları arasında yer almasını beraberinde getirmiştir (Sertel, 2016, s. 95). İstanbul, Müttefik ve Mihver güçlerine bağlı casusların Balkanlar ve Ortadoğu'daki hedeflerine yönelik gizli operasyonların merkezi haline gelen (Schröder, 1975) Türkiye'de Alman istihbarat servisinin çalışmaları söz konusu olmuştur.

İlerleyen süreçte özellikle İstanbul, Arap Ortadoğu ve İran'daki faaliyetlerini denetlemek ve yürütmek için ve bilhassa da General von Rommel'in Süveyş Kanalı'nın ele geçirilmesi ve bu çerçevede savaşın ilk safhalarında Mısır'da bulunan İngilizlerin engellenmesi noktasında önemli bir merkez olarak kullanılmıştır (Tucker, 2016, s. 193). SD'yi kullanarak Irak'ta büyük çaplı yıkımlar planlayan Reich Güvenlik Baş Dairesi Başkanı Heydrich bu doğrultuda Müttefik alanlarındaki devrimci faaliyetleri koordine etmek için dünya çapındaki Alman büyükelçiliklerine askeri ataşelerin yerleştirilmesine karar vermiştir. Heydrich, Arap Milliyetçiliğini, İngiltere'nin Ortadoğu'daki etkisini baltalamak için önemli bir fırsat olarak değerlendirmiştir (Aboul-Enein, 2013, s. 49). Bu bağlamda Grobba; 1941 baharında, Mayer ile birlikte Bağdat'ta Alman yanlısı bir isyan ve darbenin örgütlenmesinde kilit rollerden birini oynamıştır (Kahana & Suwaed, 2009, s. 95). Aynı şekilde Suriye'de bulunan Alman ajanları, Arap Milliyetçiliğini tetikleyerek, Şam'da İngilizlere ve siyonizme karşı büyük isyanların başlamasına yardım etmiştir (Aboul-Enein, 2013, s. 91).

Lenczowski; Almanya'nın II. Wilhelm dönemi ile İran üzerinde başlayan Alman çıkarları doğrultusunda İran'ın boyun eğdirilmesine yönelik çabaların bir süreklilik gösterdiğini iddia etmiştir. Ona göre; İran üzerindeki Almanya'nın etkisinin arttırılmasına yönelik çabalar; Birinci Dünya Savaşı sırasında güneybatı İran'da Wassmuss'un faaliyetleri ile yoğunlaştırılarak, Weimar döneminde ara vermeden devam etmiş ve daha sonra Naziler tarafından mükemmelleştirilmiştir (Lenczowski, 1949, ss. 145-166). Bu bağlamda Nazi döneminde İran'da yaklaşık üç bin kişi civarında Alman istihbarat ağına sahip Abwehr'in aktif bir unsuru söz konusu olmuştur (Sachar, 1972, s. 158). Abwehr'in birincil görevi

^v Örneğin; 1937 ortalarında Filistin'de Naziler ile işbirliği içinde bulunan gizli hücrelerdeki üyelerin sayısı: Sarona ve Yafa'daki yerel şubede 108 üyeye, Hayfa'da 90 üyeye, Kudüs'te 66'ya ve 19 üye Bethlehem de olmak üzere yaklaşık üç yüze yükselmiştir (Nicosia, 2000, ss. 96-99).

^w Birçok farklı arşiv belgelerinde ve kaynakta *Franz Mayer*'in soyadı "*Mayr*" ve "*Meyer*" gibi çeşitli biçimlerde kullanılmıştır. Bu çalışmada "*Mayer*" soyadının kullanılması tercih edilmiştir.

Sovyet petrol tesisleri ve Kafkasya'daki askeri faaliyetler hakkında istihbarat toplamak olarak tanımlanmıştır. Diğer amacı ise işgücü ve hükümet çevrelerine sızarak, Abadan'daki İngiliz petrol çıkarlarını sabote etme hususunu içermiştir. Almanya'nın İran üzerinde artan nüfuzunu ve daha önce Almanlardan Avrupa'da tecrübe ettikleri "Beşinci Kol/Sütun" (The Fifth Column – Fünfte Kolonne)^x faaliyetlerinin İran'da durdurulması için 1941'de Sovyetler Birliği ve İngiltere İran'ı işgal etmiştir (Seydi, 2010, s. 733). Bu gelişme neticesinde Naziler; İran'ın işgal edilmesiyle azalan etkilerini arttırmak için yeni isimlerle yeni faaliyetlere başlamıştır. 1940'ın sonbaharında Rus ve Farsça dillerine iyi hâkim olan Mayer liderliğindeki (1940-43) ^y Alman ajanları İran'a gelerek, İran'da bulunan Alman azınlıkla birlikte kendilerinin *Beşinci Kol* faaliyetlerini yeniden düzenlemeye giriştiler (Seydi, 2010, s. 733).

Mayer, İran'da bulunan gizli Alman ajanı *Berthold Schulze-Holthus* ile birlikte, gelişigüzel bir şekilde düzenlenmiş olan İran ordusunun sıfırdan yeniden örgütlenmesini (*Free Persian Corp*) sağlamışlardır (Seydi, 2010, s. 734). Mayer; İran Genelkurmay Başkanı *General Yazdan Panah* ve İran Genel Jandarma Komutanı ve birçok önemli subayın içinde yer aldığı İran ordusunun büyük bir kısmının desteğini almayı başarmıştır. Bunun yanında; bazı kabine bakanları, meclis üyeleri, polis ve devlet memurları ve İran hükümetinin otoritesinin neredeyse yok olduğu güney İran'da yaşayan başta *Kaşkaylar* olmak üzere birçok azınlık etnisite ve aşiretin üyelerini, İngiliz ve Sovyetlere karşı, kendi saflarına çekmiştir (Farrokh, 2011, s. 282). Bu bağlamda koordinasyon ve iletişimin daha etkin işlemesi için "*Melliun – Melliun-i İran*" adlı siyasi bir hareketin şemsiyesi altında, İran'da yürütülen beşinci kol faaliyetleri çerçevesinde oluşturulan tüm birim ve organizasyonlar birleştirilmiştir (Lenczowski, 1949, ss. 163-64; O'Sullivan, 2014, s. 111).

Melliun-İran hareketi altında birbirine kaynaştırılan ordu, jandarma ve aşiret örgütleri iyi bir şekilde de organize haline gelince yapılacak saldırı için gerekli mühimmat ve silah gibi yardımlar için Almanya 1943'ün ilkbaharından itibaren özellikle Müttefiklerin ulaşmayacağı İran'ın güneybatı topraklarına paraşüt operasyonları yoluyla, ajanlarını İran'a sızdırmaya başlamıştır. O zamandan beri, Alman istihbarat örgütü "*Abwehr*" tarafından güney İran'a, Kaşkayların yoğunlukla yaşadığı bölgelere

^x "Beşinci Kol/Sütun" kavramı; İspanyol İç Savaşı (1936-1939) sırasında yaratılmıştı ve Truva Atı hikâyesinin modern bir versiyonuydu. II. Dünya Savaşı'nda Beşinci Kol, Müttefik ülkelerin ev cepheleri üzerinde yıkıcı bir çalışma yürüten Mihver ajanlarına verilen isim olmuştur. Görevleri dış faktörlerin isteği doğrultusunda; fiili olarak ele geçirilemeyen devletin veya toplumun, sabotaj ve terör eylemleri, propaganda ve yanıltıcı haber gibi her türlü faaliyetler yoluyla toplumun belirli bir kesimin kontrol edilerek yönlendirilmesi ile ülke içinde korku ve karışıklığa neden olunarak ülke içindeki birliğin ve barışın bozulması yoluyla bir düşman işgaline/müdahalesine yardımcı olmak amacıyla gizli kapaklı faaliyet gösteren içinde gizli ajanların ve yerel sempatanların oluşturduğu yerel unsurlar veya gruplar Beşinci Kol olarak ifade edilir. Bu çerçevede 1933 ve 1945 yılları arasında yaklaşık beş milyon Alman, imparatorluk sınırlarının dışında yaşıyordu. Bu bağlamda Beşinci Kol faaliyetleri tüm kıtalarda aktif olan "*NSDAP'nin Yurtdışı Örgütü*" (Auslands-Organisation der NSDAP) tarafından kontrol edildi ve örgütlendi. Berlin'de merkezi bir bölge (*Gau*) içinde bağımsız olarak, Alman ırk politikasını ve yurtdışındaki Yahudilerin izlenmesi ile saldırgan propaganda ve Nazi yönetimi ve askeri için casusluk yaptı. 1945'ten sonra, bu küresel ağın yardımıyla, sayısız Nazi yetkilisi Müttefik takibinden kaçtı. Daha fazla bilgi için bkz. (Der Spiegel 28/1959; Koop, 2009; Lenczowski, 1949, ss. 162-166; Loeffel, 2015).

^y Bkz. Foreign Relations of the United States: Diplomatic Papers, 1943, The Near East and Africa, Volume IV. 800.20291/7: Telegram. The Minister in Iran (Dreyfus) to the Secretary of State. TEHRAN, August 16, 1943—3 p.m. In: Office of the Historian, Bureau of Public Affairs United States Department of State. <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1943v04/d397> (05.12.2019).

üç paraşüt operasyon grubu gönderilmiştir (O'Sullivan, 2014, s. 158; Seydi, 2010, s. 735). Ancak paraşütçülerin inişi ve diğer yıkıcı gizli Alman faaliyetlerinin Rus ve İngiliz gizli servisleri tarafından öğrenilmesi ile İngiltere ve Rusya Almanya'nın beşinci kol faaliyetlerinin yok edilmesi çabalarını hızlandırma girişimlerine başlamışlardır. Mayer'in 15 Ağustos 1943'te Tahran'daki *Britanya Savunma Güvenliği Örgütü* (British Defence Security Organization in Tehran -DSO) tarafından yakalanmasıyla İran'daki Alman istihbaratı çözülme noktasına gelmiş ve Almanya'nın İran üzerindeki planları başarısızlığa uğramıştır (O'Sullivan, 2014, ss. 222-40; Seydi, 2010, s. 740). İran'ın 9 Eylül 1943'te Alman Nazi Almanya'sına savaş ilan etmesiyle birlikte Almanya'nın İran'daki mağlubiyeti kesinleşmiştir (Lenczowski, 1949, s. 166).

İkinci Dünya Savaşı sırasında Alman gizli servisleri başta Türkiye olmak üzere Suriye, Filistin, Mısır ve diğer Kuzey Afrika ülkelerinde dönüştürme kabileyetine sahip olacak şekilde örgütlenmiştir. Özellikle Almanya'nın Ankara Büyükelçiliği bir koordinasyon ve yönetim merkezi olarak çalışarak, İran ve Irak başta olmak üzere birçok Ortadoğu ülkesine sızma ve geçişte önemli bir köprü görevi üstlenmiştir (Sertel, 2016, ss. 103-104). Almanya da karşısında yer alan müttefikler de, hem Türkiye'nin kendi taraflarında savaşa katılması hem de Türkiye'de Ortadoğu'daki faaliyetlerinin koordinasyonu açısından Türkiye'ye büyük bir önem atfetmiştir ve buna bağlı olarak Türkiye üzerinde ve Türkiye üzerinden Ortadoğu'ya yönelik istihbarat ve propaganda faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Almanya Türkiye'yi hem kendi yanına çekmek hem de Ortadoğu'da İngilizlere ve Sovyetler Birliği'ne karşı yürüttüğü faaliyetleri idare etmek için, Türkiye'ye çok sayıda istihbarat personeli ve bilim insanı göndermiş kamuoyu ilgisini kazanabilmek için basın ile ilişkiler kurmuştur.^z Abwehr'in Türkiye'deki istihbarat faaliyetleri; savaşın sonuna doğru Almanya'nın yenilgisinin kesinlik kazanması ve 1944 yılında altı Alman ajanın İstanbul'da saf değiştirerek bilgi paylaşımında bulunması üzerine son bulmuş ve Alman ajanlar Berlin'e geri dönmüştür (Sertel, 2016, s. 112).

E. SOĞUK SAVAŞ DÖNEMİNDE BND'NİN ORTADOĞU'DAKİ FAALİYETLERİ

2020'nin başında, hükümetlerin şifreli haberleşmeleri için kriptoloji cihazları ve şifreleme tekniklerinin geliştiren ve bunların ticaretiyle uğraşan İsviçre merkezli "Crypto AG" isimli kuruluşun asıl sahiplerinin CIA ve BND olan bir paravan şirket olduğu, satılan cihazlara, CIA ve BND'nin şifreli haberleşmeleri dinlemesine olanak sağlayacak aparatlar yerleştirmeleri suretiyle 1970'den 1993'e kadar yüzden fazla devleti dinledikleri ortaya çıkmıştır. "Yüzyılım istihbarat darbesi" olarak nitelendirilen bu gelişme, BND'nin "Rubikon", CIA'nın "Minerva" adını verdiği operasyonla, dinlenen ülkelerin büyük çoğunluğunu Ortadoğu'da bulunan ülkeler oluşturmuştur. Ancak kamuoyu tarafından öğrenilen bu istihbari dinleme operasyonları, BND'nin şifreli haberleşme ya da iletişim cihazları üzerinden Ortadoğu'ya yönelik ilk geniş kapsamlı dinleme operasyonu olmamıştır. BND kuruluşundan itibaren Irak, İran, Suudi Arabistan, Ürdün, Suriye, Libya, Sudan, Lübnan ve Mısır gibi Ortadoğu'daki birçok devlete hem askeri elektronik, iletişim teknolojisi ve danışmanlık vesilesiyle eğitim yardımı sağlayarak hem de bu devletlerin tüm şifreli haberleşmelerinin kendileri tarafından dinlemesine olanak sağlayan

^z Arşiv belgelerine göre savaş sırasında Türkiye'de en fazla faaliyet gösteren ajanlar arasında Rus ve Alman ajanlar çoğunluğu oluşturmuştur (Sertel, 2016, ss. 97-110).

cihazları paravan şirketler üzerinden bu devletlere satarak, Ortadoğu'daki gelişmeleri kontrol altında tutmaya çalışmıştır (Scheuer, 1990).

BND; Ortadoğu'da bulunan istihbarat servislerine, istihbarat teknolojisinin: örtülü dinleme sistemlerinin, şifreleme ve iletişim araçlarının, değerlendirme bilgisayarlarının temin edilmesinde önemli rol oynanarak, hem bölgedeki istihbarat servisleri ile olan işbirliğini geliştirmiş hem de Almanya'nın ile bu ülkelerle olan siyasi, ticari ve askeri ilişkilerin güçlendirilmesine katkı sağlamıştır. Aynı zamanda da bir Almanya markası olan Siemens ürünlerini satarak ticari kar elde ederken diğer taraftan da BND'nin satılan ürünler hakkında sahip olduğu bilgi ve ürünlerdeki düzeneklerle, gizli bilgi ve şifreli konuşmalardan da haberdar olmuşlardır.^{aa} Dost ve düşman ülkelerin ve ortak istihbarat servislerinin diplomatik iletişimlerinin dinlenmesi ve şifreli haberleşmelerinin çözülmesi, BND'nin Ortadoğu ve diğer bölgeler üzerindeki bilgi hacmini önemli ölçüde geliştirmiş ve gizli "sarı hat" bilgilerine sahip olmasını da beraberinde getirmiştir (Schmidt-Eenboom, 1995, ss. 67-68). Özellikle 1970'ler itibarıyla Münih merkezli "TELEMIT Electronic GmbH" ve diğer paravan şirketler tarafından Ortadoğu'da bulunan Irak, İran, Libya ve Mısır başta olmak üzere birçok ülkeye şifreli haberleşme ve iletişim cihazları ihraç edilmiştir. Gerçekleştirilen ihracatların, her ne kadar yasalara aykırı olarak yapıldığı iddia edilse de, çoğunlukla sorumlu federal makamların onayı ile gerçekleştirildiği ortaya çıkmıştır (Scheuer, 1990).

TELEMIT şirketinin 1970 ve 1980'lerde Arap gizli servisleriyle yakın teması söz konusu olmuştur. TELEMIT, 1976 yılında LAFICO (Libya Arap Yabancı Yatırım Şirketi) devlet fonu aracılığıyla Libya tarafından gizlice satın alınmıştır. TELEMIT, BND'nin dikkatinden kaçmamış ve şirketin Ortadoğu'ya teslim ettiği tüm haberleşme ve elektronik cihazların frekansları ve kodları, şirket çalışanlarının çoğunun haberi olmadan BND tarafından elde edilmiştir (Scheuer, 1995). Dolayısıyla Ortadoğu'nun istihbarat faaliyetleri için askeri elektronik tedarik eden TELEMIT ve benzeri paravan şirketlerin çoğu böylece bu teknolojilerle gizlenen bilgileri, aynı zamanda BND'ye de iletmiştir. Buna ilaveten BND için Libya'da çalışan eğitmenlerin yanına Bundeswehr'in eski askeri personelleri 1979 ve 1983 yılları arasında Libya'ya, Kaddafi'nin kişisel koruma muhafızlarına yakın dövüş ve sessiz öldürme teknikleri eğitimi göreviyle BND tarafından gönderilmiştir. Bu personel arasında yer alan Hans-Dieter Raethjen'in TELEMIT ile resmi iş akdi imzalaması ardından BND ile şirketin yakın teması devam etmiştir. TELEMIT şirketi; Libya'da ihtiyaç duyulan cihaz ve ekipman için paravan bir şirket olarak BND'ye hizmet vermiştir (Müller vd., 2002, s. 614).

^{aa} Alman şirketi Siemens, 1848'de Avrupa'daki ilk uzun mesafe telgraf hattını inşa ederek telekomünikasyon alanına öncülük etmişti. İkinci Dünya Savaşı sırasında Siemens, "Geheimschreiber - Gizli yazıcı" olarak da bilinen şifreli haberleşmeyi sağlayan etkileyici *Siemens & Halske T52*'yi tasarlayarak üretmiştir. Savaş sonrası iletişim cihazları yapmaya devam eden Siemens 1957'de dünyanın ilk seri üretilen bilgisayarını yapmıştır. Bu bağlamda BND ve selefi Gehlen Örgütü ile Siemens şirketi Avrupa'da uzun yıllar boyunca baskın telekomünikasyon devi olarak, şifreli haberleşme teknolojisi alanında önemli bir rol oynamıştır. BND, Siemens ile olan özel ilişkisine ek olarak daha sonra ANT, AEG Telefunken, Tele Security Timmann (TST) ve Rohde & Schwarz (R&S) gibi şirketler ile anlaşmalar yaparak, bu şirketlerin ürettiği ve geliştirdiği tüm şifreli haberleşme cihazlarını kontrol etmiştir (Dobson, 2020, s. 3).

Nazi Almanya'sının birçok eski ordu ve gizli servis görevlileri İkinci Dünya Savaşı sona erdikten sonra, Arap milliyetçileri arasındaki eski bağlantılarına güvenerek, Ortadoğu'ya gelmişlerdir. Batı basınındaki verilere göre, Ortadoğu ülkelerindeki sayıları 1950'lerin ortalarında 8000 kişiye kadar ulaşmıştır. Birçoğu Ortadoğu ülkelerindeki ordu özel birimleri ile istihbarat ve karşı istihbarat bölümlerinin, oluşumunda belirleyici bir rol oynamışlardır (Kahana & Suwaed, 2009, s. 95). Gehlen'in ABD ile yaptığı işbirliği çerçevesinde, Ortadoğu'daki devletlerde bulunan eski bağlantılarını öncelikli olarak ABD liderliğindeki Batı Bloğuna ve ardından Batı Almanya hizmet eden geniş bir istihbarat ağına dönüştürülmüştür (Kahana & Suwaed, 2009, ss. 95-96). Özellikle Sovyetler Birliği'nin Ortadoğu'daki faaliyetlerinin izlenmesi hususundaki çalışmaları başarılı olarak nitelendirilen BND'nin bu ağı, ABD ve Batılı müttefikler açısından önemli bir kaynak haline gelmiştir.

Batı Almanya'nın Ortadoğu'daki ilk önemli istihbarat faaliyeti, Mısır'ın kendisinden ordu ve istihbarat teşkilatını yeniden yapılandırmaya yönelik talebine olumlu biçimde yanıt vermesiyle başlamıştır. Güven problemine bağlı olarak ABD'ye benzeri bir taleple gitmekten imtina eden Mısır açısından, tarihsel olarak Alman yanlısı düşünce biçiminin de etkisiyle eski Nazi subayları ve istihbarat elamanları, danışman olarak Mısır Ordusu ve istihbaratı için çalışmaya başlamışlardır (Sirrs, 2010, ss. 33-34). Alınan danışmanlar (Örneğin, bunlardan biri olan Binbaşı Gerhard-Georg Mertins) Mısır'daki 1952 darbesi ertesinde de Mısır'da kalmaya devam etmiş hatta Mısır için yeni bir hava indirme birimi kurulması ve Süveyş Kanalı'nda İngiltere karşıtı gerilla güçlerinin oluşturulmasında görev almışlardır. Almanya'ya ait kullanılmış bir denizaltının satışının da dâhil olduğu birçok askeri teçhizat satışı anlaşmaları gerçekleştirilmiş, 1953'te Mısır ordusunun eğitilmesi için doğrudan üst düzey istihbaratçılar görevlendirilerek, 1953'te Kahire'ye gönderilmiştir.^{bb} Neticeyle Gehlen ve emri altındaki Alman istihbarat elamanları hem Mısır Genel Soruşturma Departmanı hem de Mısır Askeri İstihbarat Dairesi ve Mısır Genel İstihbarat Teşkilatı Muhaberat'ın oluşumunda önemli rol oynamıştır (Sirrs, 2010, ss. 33-34).

BND; 1958 gibi bir erken tarihte, Suudi Arabistan Kralı'nın saray muhafızların gereksinim duyduğu silah ve iletişim cihazlarını temin ederek, işbirliğinin temellerini atmıştır. BND'nin 1960'ların ikinci yarısından itibaren Suudi istihbaratının kurulması ve personelinin eğitimine katkı sağlamaya başlamasıyla birlikte, ilişkiler daha da yakınlaşmaya başlamıştır. Suudiler, Batı Almanya'dan istihbarat gözetim teknolojisi almış, BND; 1970'lerin başında "GECKO" kod adıyla, Suudi Dış İrtibat Bürosu ve yerel istihbarat *Al-Mabahith Al Aammah* ile yabancı istihbarat servisi olarak temaslarını daha kolay sürdürebilmek için Riyad'da temsilcilik açmıştır (Schmidt-Eenboom, 1995, ss. 69-70).

BND'nin istihbari işbirliği Mısır ve Suudi Arabistan ile sınırlı kalmamıştır. Bu iki devletin yanında, Kuveyt, Ürdün, Yemen, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman ve Yemen'de bulunan istihbarat teşkilatlarıyla da yakın işbirliğine gitmiştir, Suriye'de ise ilk yasal temsilciliğini ancak 1989 yılında açabilmiştir (Schmidt-Eenboom, 1995, s. 70). Bu istihbarat varlığının resmi amacı, uyuşturucu kaçakçılığıyla mücadele için Suriye istihbarat servisleri ile ortak çalışma olarak belirlenmiştir. Bu istihbarat varlığının resmi amacı, uyuşturucu kaçakçılığıyla mücadele için Suriye istihbarat servisleri ile ortak çalışma olarak belirlenmiştir. Bunun dışında BND'nin Suriye'de uzun süreli olmayan yasa dışı faaliyetleri de söz

^{bb} Eski Nazi komandosu ve SS yöneticisi Yarbay Otto Skorzeny, SS ve Gestapo'dan Franz Buensch, Joachim Deumling ve Alois Anton Brunner bu üst düzey istihbaratçılardan öne çıkanlardır.

konusu olmuştur. Lübnan'da ise özellikle iç savaş esnasında birçok istihbarat servisi gibi BND de de faaliyetlerini artırmıştır: 1960'ların sonunda Lübnan'a yönelik istihbarat servisleri, Atina'daki merkezinin bir alt temsilciliği tarafından idare edilirken, 1970'lerin sonunda Beyrut'ta müstakil bir temsilcilik açmıştır. BND himayesindeki bu temsilcilik altında Lübnan istihbarat memurlarına LEGUAN 1 ve 2 ortak hizmetlerinde eğitim verilmiştir. İç savaş döneminde temsilciliği boş kalan BND'nin Beyrut'ta süreklilik arz eden yasadışı görevi olamamasına karşın çok özel görevleri yerini getirmiştir (Schmidt-Eenboom, 1995, s. 71).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra İran; Soğuk Savaş'ta Batı eğilimli bir siyaset izlemeye başlamış, ABD ve İngiltere ile sınır komşusu olan Sovyetler Birliği'ne karşı gizli operasyonlar yürütmek için yardımlaşmaya başlamıştır. 1957'de CIA ve İsrail istihbarat teşkilatı MOSSAD (İstihbarat ve Özel Görevler Enstitüsü) ile işbirliği yaparak "*Sazeman-e Ettelaat va Amniyat-e Keshvar: SAVAK*" olarak bilinen İran Milli İstihbarat ve Devlet Güvenlik Örgütü, İran Şahı Muhammed Rıza Pehlevi tarafından kurulmuştur (Wege, 2013, s. 142). Şah rejimini muhalefetten korumak, SAVAK'ın ana amacını oluşturmuştur.^{cc} İran'ın batı yanlısı dış siyaseti eğilimini terk ettiği 1979 Devrimi'ne kadar bu ilişki biçimi anılan niteliğini sürdürmüştür. Alman dış istihbarat servisi BND de, İran'da 1960'dan 1979'a kadar bir yurtdışı temsilciğine sahip olmuştur.^{dd} 1960'tan 1965'e kadar, BND, askeri ateşliklerde kendi elemanlarını devlete göndermiş, 1960'ların ikinci yarısından itibaren SAVAK'ın yapılandırılması ve personelinin eğitilmesine yardımcı olmuştur. BND bunun yanında, Şah'ın muhaliflerine karşı yürüttüğü soruşturmalarda da SAVAK birlikte çalışmıştır (Schmidt-Eenboom, 1995, s. 79). Bu yardımlaşmanın kapsamı İran coğrafyası ile sınırlı kalmamış, Almanya'da yaşayan İran vatandaşları hakkında düzenli olarak SAVAK ile bilgi paylaşımında bulunulmuştur. 1979'daki İran İslam Devrimi'ne kadar, Batı Almanya'nın, İran ile özgün tarihi, siyasi ve ticari ilişkileri ile İsrail ile yakın özel ilişkisi ve İsrail'in İran ile yakın ilişkileri, BND'nin İran'daki faaliyetlerinde, diğer Batılı ülkelere nazaran daha avantajlı bir konumda yer almasını beraberinde getirmiştir. Bu nedenle, Almanya ve İran'ın bu dönemdeki istihbarat ilişkisi, her iki tarafın da sürdürmek için çaba gösterdiği bir şekil almıştır (Duve, 1993). Anılan ilişki biçimi Almanya ve İran arasındaki ilişkiyi; BND'ye İran hükümetine ilişkin önemli bir içgörü fırsatını tanıtmış olsa da, BND'nin bu bilgilerin çoğunu diğer Batılı güçlerle paylaşımı söz konusu olmamıştır (Wege, 2013, s. 143).

Savaş uçakları için bir radar karşı önlem sisteminin çok kompakt olması ve aynı zamanda çok uzun mesafelere kadar etkili olması gereklidir. Bu bağlamda 1970'lerin başlarında, Almanya'nın ihtiyaç duyduğu teknolojiyi geliştirmek ve ABD askeri donanımına olan bağımlılıktan kurtulmak için Alman askeri endüstrisi de elektronik savaşa yönelmiştir. Batı Almanya'nın Savunma Bakanlığı ve BND, Sovyet radarlarıyla ilgili bilgilere erişerek, radarların teknolojisinin daha üzerinde elektronik karşı önlemler

| 340 | ^{cc} SAVAK ayrıca komünistlerin ve diğer solcu parti üyelerinin silahlı kuvvetlere veya diğer hükümet örgütlerine nüfuz etmemesinden sorumluydu. SAVAK'ın ana sorumluluğu iç istihbarat olsa da, dış faaliyetlerde de bulundu. SAVAK çoğunlukla askeri personel tarafından idare edildi. 1979 Devrimi'nden sonra yayınlanan belgelere göre; SAVAK'ın 15.000 tam zamanlı ajan ve binlerce yarı zamanlı katılımcı ile tam ölçekli bir istihbarat kurumu olduğu görüldü (Jones, 2011, ss. 1-17).

^{dd} Örneğin, 1960'tan 1965'e kadar, Albay Karl-Otto von Czernicki (CÄSAR takma adıyla) BND tarafından Tahran'da askeri ataşe olarak istihdam edilmiştir.

geliştirmek için on yıl süren bir operasyona başlamıştır (Shapiro, 2007, s. 156). Önce “CALIGULA” ve daha sonra “CERBERUS” olarak adlandırılan bu proje ile Batı Almanya; yeni avcı bombardıman uçağı Tornado'nun, olası bir savaş sırasında nükleer başlıklı silahlar yüklenerek vuruş kabiliyeti ile donatılmasını ve Doğu Avrupa hava sahasına radar sistemlerine yakalanmadan girebilmesini mümkün kılacak en iyi elektronik savaş yeteneklerine sahip olmasını amaçlamıştır. Aynı şekilde karşı radar sistemine gereksinim duyan İsrail bu kadar maliyetli ve uzun vadeli bir geliştirme programını tek başına finanse edemediğinden, Batı Almanya ile birlikte ortak bir proje arayışlarına girmiştir. Bu doğrultuda İsrail istihbaratı yetkilileri Alman Savunma Bakanlığı ve BND ile temasa geçerek, frekans bozucu teknoloji üreten İsrail şirketi Elta ile birlikte Tornado uçaklarının donanımının artırılmasına yönelik bu ortak projeye (CERBERUS) katkı sağlamıştır. ^{ee} CERBERUS projesine katkı olarak bir elektronik izleme istasyonu zinciri oluşturan BND, Sovyetler Birliği'nin güney sınırlarındaki radarları izlemek için SAVAK ile birlikte Tahran yakınlarında izleme istasyonu kurmuştur. Elektronik izleme istasyonu zinciri, Sovyetler'in eğitimlerini, askeri manevralarını veya acil durumlarda kullanılacak Sovyet Uçaksavar radarlarının konumları ve özellikleri gibi NATO savunması için önemli bilgileri kaydederek, sovyetler'in olası saldırı senaryolarının oluşturulmasını ve karşı önlem seçeneklerinin planlanmasına katkıda bulunmuştur. Bunun yanında elde ettiği bilgileri MOSSAD ile de paylaşmış ancak İran'daki 1979 İslam Devrimi'nin ardından BND, Tahran'daki izleme istasyonunu kapatarak, ülkedeki resmi varlığına son vermek zorunda kalmıştır (Shapiro, 2013, ss. 182-83).

Humeyni'nin devrim ardından 1 Nisan 1979'da “İran İslam Cumhuriyeti”nin kuruluşunu ilan etmesiyle, BND'nin İran'daki merkezi ilk başta çökse de, Devrim esnasındaki kargaşada, son kez Kanada, ABD ve İngiltere istihbarat teşkilatlarının İran'dan güvenli bir şekilde ayrılabilmeleri hususunda öncü bir rol oynamıştır. ^{ff} BND devrim esnasında ilk başta, Humeyni'ye karşı ABD'de tarafından da desteklenen bir darbenin gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini beklemiştir. BND analistleri, Şah'ın gizlice Mısır'dan Senegal'e gitmesini ve aynı zamanda güçlü bir ABD savaş gemisinin Körfez'den geçmesini bir karşı devrim hazırlığı olarak görmüş, fakat İran'da beklenen karşı-devrim gerçekleşmemiştir. BND tüm bu olumsuzluklara rağmen, Tahran'daki ABD Büyükelçiliği baskını ve 4 Kasım 1979 ve 20 Ocak 1981 tarihleri arasında 444 gün süren rehine krizi dönemi de dâhil olmak üzere uzunca bir süre İran

^{ee} Federal Meclisin 1991 yaptığı soruşturma sonucunda ortaya çıkan CERBERUS skandalı ile federal hükümetin 1972'den beri en katı gizlilik içinde Tornado uçakları için İsrail frekans bozucu teknolojisinin geliştirilmesini ve inşasını finanse ettiği ortaya çıkarılmıştır. Finansal hacim açısından CERBERUS projesi için bozucu ve aldatıcı teknolojinin geliştirilmesi ve teslimatı, bugüne kadar Almanya'ya yönelik İsrail silah sistemleri ihracatı arasında en büyük kalemi oluşturmuştur. 2,2 milyar Alman markı civarında toplam değeri olan proje kapsamında Elta'ya toplam yaklaşık 1,1 milyar Alman markı ödeme yapıldığı ortaya çıkarılmıştır. Alman Savunma Bakanlığı tarafından “FOLKE DANCE” kodu altında finansal düzenlemeleri gerçekleştirilen bu projenin finansal işlemlerin bir kısmı ise MOSSAD ve BND'nin aracılığıyla yürütülmüştür. Bu nedenle Federal Savunma Bakanlığı, BND ile koordinasyon anlaşması yapmak zorunda kalmıştır. İsrail “1-20” kodu ile tanımlanarak hiçbir belgede isminin geçmesi önlenmiş ve bu projeye ilk olarak CALIGULA kodu verilmiştir. Tüm CALIGULA belgeleri elden ele mühürlenmiş ve özel güvenlik düzenlemeleri altında teslim edilmiştir. Projenin katı gizliliği nedeniyle, Almanya'da canlı testler yapmak mümkün değildi ve bu nedenle işin çoğu İsrail'de gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda Alman Hükümeti İsraili şirket ile gerçekleştirilen bu projeyi, Federal Meclis'ten bile gizlemiştir (Nassauer & Steinmetz, 2003, ss. 8, 27; Shapiro, 2007, s. 157)

^{ff} JÜRGENS takma adlı BND ajanı Bentitgni, bu başarılı operasyondan dolayı Federal Almanya Cumhuriyeti Liyakat Nişanı almıştır.

Hükümetinin gizli görüşmelerini dinlemeye devam edebilmiştir. Bunun yanında BND diğer Batılı istihbarat teşkilatlarının aksine yeni devrim hükümeti ile iletişimine devam edebilmiştir. BND'nin örtülü silah ihracatı bağlamında Batı Almanya ve İran bir araya gelmiştir. 11 Ağustos 1981'de, TELEMİT Şirketi, Humeyni'nin 100 milyon Alman Markı civarındaki banka teminatına karşılık olarak Tahran'a iletişim teknolojisi sunmayı taahhüt etmiştir (Schmidt-Eenboom, 1995, ss. 81-82). BND, buna ilaveten 1980'de başlayan Irak-İran Savaşı'nın ilk yıllarında, ambargolara rağmen İran'a Münih merkezli MAN ticari araç firmasının askeri ve sivil amaçla kullanılmak üzere kamyon tedarikine de aracılık etmiştir.⁸⁸

İran İslam Devrimi sonrasında BND'nin İran'daki faaliyetleri eskisinden farklılaşmış, 1980'de başlayan Irak-İran Savaşı'nda Irak tarafında yer alan Batılı müttefikleri ile birlikte Almanya da Irak'ı desteklemiştir. Dolayısıyla bu savaşa kadar Irak'ta resmi bir temsilciliği olmayan BND, Bağdat'ta temsilcilik açmış ve Irak İstihbaratı ile işbirliği yapmıştır. Federal Ekonomi Bakanlığının 1981 ve 1989 arasındaki dönemle ilgili açıkladığı bilgilere göre; Almanya Irak'a 500 milyon Alman markı tutarında bilgisayar, radar ve şifreleme cihazların da aralarında bulunduğu elektronik sistemlerle büyük miktarda istihbari ve askeri teknoloji ihraç etmiştir (Schmidt-Eenboom, 1995, ss. 88-89). Buna karşılık BND'nin İran'daki yokluğunda yerini "Stasi" olarak bilinen Doğu Almanya İstihbarat Teşkilatı/Devlet Güvenlik Bakanlığı (*Ministerium für Staatssicherheit –MfS*) almış, İran'la MiG Savaş Uçakları başta olmak üzere silah, mühimmat, haberleşme cihazları tedariki ve eğitim sağlanması hususlarında işbirliği yapmıştır. İki Almanya'nın birleşmesine kadar geçen süreçte SAVAK ile Stasi arasında gelişen yakın ilişkiler, birleşen Almanya için İran ile olan ilişkileri için yeni fırsatlar sunmuştur (Esser, 2019).

Almanya ve İsrail arasında 1950'lerde silahlanma hususunda başlayan karşılıklı yardımlaşma (Kaim, 2015, s. 9), silahlanma hususunda bir işbirliğini doğurmuş ve Süveyş Krizi ertesinde BND ile MOSSAD arasında yakın ilişkilerle işbirliği daha da derinleşmiştir (Shapiro, 2008, s. 79). İki ülkenin istihbarat servisleri arasında ilişkilerin başlamasında ve işbirliğinin oluşmasında Arap-İsrail çatışması ve her iki devletin Soğuk Savaş'ın gerektirdiği ulusal güvenlik ihtiyaçları en önemli dinamikler arasında yer almıştır. Hem Shapiro hem de Brentjes, İsrail açısından bu işbirliğinin, "İsrail'in güvenliği için şeytanla bile anlaşılması" olarak değerlendirmiştir (Brentjes, 2001, s. 9; Shapiro, 2005). Bu bağlamda iki ülke arasında olumsuz kamuoyu ya da dış baskılardan yalıtılmış olarak ağır bir gizlilik perdesi altında gerçekleştirilen gizli ilişkiler ağı Alman-İsrail güvenlik işbirliğini, iki ülkenin genel güvenlik durumunu ve askeri yeteneklerini önemli ölçüde arttırmıştır (Bülbül, 2019c, s. 301). Bu gizli işbirliği, 1965 baharında Batı Almanya ve İsrail arasında diplomatik ilişkilerin kurulması gibi, diğer alanlardaki ilişkilerin normalleşmesine de önemli ölçüde katkıda bulunmuş, bu süreçte ilişkiler daha da gelişerek, Alman ve İsrail istihbarat servisleri, savunma ve silahlı kuvvetler bakanlıkları arasında çok yoğun bir işbirliğine dönüşmüştür (Shapiro, 2002, ss. 24-25). Her iki taraf da silahlanma işbirliğini, hassas muhteviyatına bağlı olarak mümkün olduğunca gizli tutmaya çalışmıştır. En azından 1980'lerin sonuna kadar iki devlet arasındaki silahlanma alanındaki işbirliği ve silah nakliyatı genellikle BND ve MOSSAD aracılığıyla

⁸⁸ Ambargo yönetmeliklerini aşmak için, aracın iskeleti olan şasisi; faturada yedek parça teslimi olarak beyan edilmiş ve bu MAN Firmasına, fatura edilen bedelin, tam şasi fiyatının iki katına tekabül etmesine bağlı olarak daha fazla karı beraberinde getirmiştir. BND'nin önemli rol oynadığı bu satışın Federal Hükümet'in bilgisi ve onayı vardı çünkü bu ticaret Hermes garantileri ile güvence altına alınmış ve bu satılan araçların bakımı için eğitim almaya gelen bakım uzmanlarının giriş vizeleri onaylanmıştır (Storkmann, 2012, s. 103).

gerçekleştirilmiştir (Müller vd., 2002, s. 485). Bu bağlamda doksanlı yıllara kadar, iki ülke arasındaki önemli işbirliği projelerinin gündeme alınması, çoğunlukla BND ve MOSSAD tarafından koordine edilmiş ve yönetilmiştir.

Soğuk Savaş boyunca, hem Federal Almanya hem de İsrail Devleti'nin, sınırları boyunca Sovyet yapımı silah sistemleriyle donanmış potansiyel düşmanlarla karşı karşıya kalmaları aralarındaki ilk işbirliğinin Doğu Avrupa ve Arap ülkelerine karşı bir birliktelik olmasını da beraberinde getirmiştir (Shpiro, 2002, s. 24). Bu bağlamda Soğuk Savaş sırasında, önemli istihbarat faaliyetlerinin kapasitesinin büyük bir bölümü, diğer tarafın askeri yetenekleri hakkında bilgi toplamaya ayrılmıştır. Batı istihbarat servisleri ve özellikle BND için, Sovyet silah sistemleri, füzeler, uçaklar, zırh ve silahlar gibi teknik bilgiler, Sovyet askeri yeteneklerinin ve taktik planların saptanması açısından büyük önem taşımıştır (Shpiro, 2004, s. 57). Bu doğrultuda MOSSAD, Demir Perde ülkelerinden İsrail'e göç eden Yahudiler ve bu ülkelerde bulunan istihbarat uzmanlarından Sovyetler Birliği hakkında elde ettiği bilgileri, BND ile paylaşmıştır. Bu bilgilerin karşılığında ise BND'nin başta Mısır, Suriye ve Irak olmak üzere Arap yarımadasındaki ülkelerindeki yoğun temaslarıyla topladığı istihbarat bilgilerine erişmiştir. BND ayrıca MOSSAD için sahte belgeler düzenlenmesi ve Arap şehirlerine gönderilen istihbarat personelleri için sahte kimlikler sağlanmasına da yardımcı olmuştur (Shpiro, 2000, s. 2).

Almanya veya Avusturya doğumlu olmasına bağlı olarak anadil seviyesinde Almanca bilgilerine sahip birçok MOSSAD ajanına BND, Müttefik bombalama baskınları sırasında belge ve kayıtların kaybolduğu alanlardan sahte kimlikler sağlamıştır. Bu MOSSAD ajanları Münih'te bulunan "güvenli bir evde", casusluk, radyo iletişimi, kriptografi ve belge sahteciliği konularında eğitim görmelerinin ardından Alman kimlikleri altında fark edilmeden çalıştıkları Arap başkentlerine gönderilmişlerdir (Shpiro, 2000, s. 2).^{hh} Ayrıca MOSSAD ve BND'nin kendi ajanları için kopyaladığı Mısır gizli polisinin kimlik kartı ile geniş bilgi topladı. Gehlen, MOSSAD ajanlarının eğitimi de oldukça ilgiliydi ve hatta BND silah atış kısmında hedef uygulamaya şahsen onlarla birlikte katıldı (Shpiro, 2000, s. 2; Sirrs, 2010, ss. 87-88).

BND yetkilisi Heinz Felfe'nin 1961'de KGB için çalıştığıın deşifre olmasıyla BND, Doğu Bloğundaki nerdeyse tüm istihbarat tabanını kaybetmiştir. Yaşanan bu kriz BND'yi MOSSAD ile daha yakın işbirliğine ve ondan daha çok destek almaya zorlamıştır. (Shpiro, 2002, s. 33). BND Mısır'da İsrail'i tehdit eden Alman bilim insanlarının roket çalışmalarını başarısızlığa uğratmak için MOSSAD ile birlikte çalışmış ve bir yıl içerisinde Mısır'ın roket projesi çöktürmüştür (Sirrs, 2007, ss. 68-81). Afrika 1960'larda, MOSSAD ve BND arasında yeni bir işbirliği alanı daha oluşturulmuştur: Hem Almanya hem de İsrail,

^{hh} Örneğin, *Wolfgang Lotz* ve *Aharon Moshel* bu ajanlardan ikisi idi. Almanya'nın Mannheim şehrinde doğan ve bu bağlamda ana dili gibi Almanca konuşan daha sonra İsrail'e göç eden Lotz Mısır'da gerçekleştirmek istediği görevi için Almanya'ya geldi. BND'nin yardımıyla Lotz, Almanya'da varlıklı bir Alman ordusu gazisi ve at yetiştiricisi sahte bir kimliğini oluşturmak için Almanya'da bir yılını harcadı. BND tarafından verilen Alman kimliği ve pasaportu ile Nasır için uzun menzilli füzeler geliştiren bir grup Alman bilim adamını gözetlemek için 1961'de Kahire'ye gelen Lotz, burada Kahire topluluğunun bir buluşma noktası haline gelen bir at damızlık çiftliğini açtı. Böylelikle Lotz, Mısırlı politikacılar ve ordu subayları ile yakın temas kurarak, Mısır'ın İsrail'e karşı savaş hazırlıkları hakkında önemli bilgileri Tel Aviv'deki MOSSAD karargâhına iletebildi. Moshel, bir Alman gazetesi için çalışan bir gazeteci olarak Mısır'a yollandı ve gizli raporlarını Köln'deki hayali bir "teyzeye" gönderdi.

bağımsızlığına izin verilmiş olan Afrika ülkeleriyle, Almanya teknolojik alanda İsrail ise askeri ve tarımsal eğitimiyle ilgilenen yakın ilişkiler geliştirmiştir. Bu çerçevede MOSSAD Afrika liderleriyle yakın temaslarda bulunarak DDR'nin faaliyetleri hakkında elde ettiği bilgileri BND'ye vermiştir (Shpiro, 2000, s. 2). MOSSAD Irak'a ait Sovyetlerin en gizli savaş uçağı olan "MiG-21" ile ilişkili bilgileri BND ile paylaşmıştır. Özellikle 1967'deki Altı Gün Savaşı esnasında Batı'da neredeyse bilinmeyen sayıda Sovyet yapımı silah ve askeri sistemi ele geçiren MOSSAD, bu ele geçirdiği askeri malzemeleri BND ile paylaşarak, BND askeri analistlerin bu silahların teknik değerlendirmelerinin sonuçlarını elde etmeleri için ellerinden geleni yapmıştır. BND, Almanya'da test yapmak için gerçek örnekleri MOSSAD'dan elde etmiştir (Shpiro, 2004, ss. 59-62). Bu bağlamda MOSSAD Arap-İsrail Savaşları (1967, 1973 ve 1982) sırasında elde ettiği istihbaratı bilgiyi BND ile paylaşmakla kalmayıp, aynı zamanda donanım ve teçhizat sağlamak için en modern Sovyet yapımı askeri teknoloji hakkındaki araştırma sonuçlarını da paylaşmıştır. Bu istihbarat işbirliğinin Alman ve İsrail silah üretimi üzerindeki etkisi ise büyük olmuştur. Büyük silah sistemlerinin tasarımları, güncel Sovyet tasarımlarının sunduğu gerçek tehdidi ele alacak şekilde değiştirilmişⁱⁱ; büyük silahlanma geliştirme programları açısından hem bütçe hem de zamandan tasarruf edilmiş ve bazı durumlarda, taktiksel avantajlar sağlamadıklarının anlaşılmasıyla tüm tasarım programları iptal edilmiştir (Shpiro, 2004, s. 72).

Almanya ile İsrail arasındaki istihbarat işbirliğinin 1970'lerdeki odağı Soğuk Savaş sorunlarından terörizmle mücadeleye kaymıştır (Shpiro, 2000, s. 3, 2002, s. 34). Alman terörist grupları ve Filistinli Kurtuluş Örgütü mensupları arasındaki yakın ilişkiler nedeniyle, her iki devlet bilgi paylaşımı ile uluslararası terörizm ile ortak mücadele etmiştir. Filistinli mülteci kamplarında aktif olan İsrail ajanları Lübnan'da eğitim gören Kızıl Ordu Fraksiyonu "Rote Armee Fraktion – RAF" üyeleri hakkında bilgi paylaşımında bulunmuştur. Mevcut bilgilerin hızlı ve bürokratik bir şekilde paylaşılmasıyla birçok terörist saldırı engellenmiştir. 1972 Münih Olimpiyatları sırasında Filistinli militanlar tarafından on bir İsrailli sporcunun öldürülmesi, iki ülke arasındaki terörle mücadele hususundaki işbirliğini güçlendirmiştir (Shpiro, 2000, s. 3, 2002, s. 34). BND'nin bir numaralı ortağı haline gelen MOSSAD'ın ajanları Almanya içinde gözaltına alınan Filistinlilerin sorgulanmasında, BND ajanlarının çok iyi derecede Arapça bilmelerine rağmen, tercüman olarak katılımları sağlanmıştır (Geiger, 2014, ss. 270-71; Schmidt-Eenboom, 2007, s. 25).

1982'deki Lübnan Savaşı'ndan sonra BND'nin istihbarat çalışmaları, Beyrut'taki Batı rehinelere kurtulması ve bölgede başlayan Hizbullah tehdidine odaklanmıştır. BND, İran istihbarat servisi ile iyi ilişkiler kurmuş ve İsrail ile Hizbullah arasında birkaç kez arabuluculuk yapmıştır. BND'nin bu arabuluculuk çabaları genellikle öldürülen askerlerin değişimi veya mahkûmların serbest bırakılması gibi insani meselelere odaklanırken, temaslar da Kudüs ve Tahran arasında dolaylı ve etkili bir iletişim kanalı olarak kullanılmıştır (Shpiro, 2000, s. 4). Bu bağlamda ayrıca 1990'ların başından bu yana, Alman istihbaratı, savaş esirlerini ve rehinelere serbest bırakılması için müzakerelerde önemli bir rol

ⁱⁱ Arap-İsrail Savaşları sırasında İsrail'in elde ettiği ve Almanya ile paylaştığı Sovyet silah ve sistemleri, Alman silahlarının planlanması ve geliştirilmesi için kullanılmıştır. Örneğin; Sovyet T-62 tankları ve BMP-1 zırhlı personel taşıyıcıları, Leopard tankı ve Marder zırhlı personel taşıyıcısının geliştirilmesine ilham kaynağı olmuştur. Federal Savunma Bakanlığı Parlamento Sekreteri Willi Wimmer 1991 yılında yaptığı açıklamada İsrail ile yapılan bu işbirliği için "Bundan büyük yarar gördük" ifadesini kullanmıştır (Nassauer & Steinmetz, 2003, s. 11).

oynamıştır. Aralık 1991'de Başbakanlık makamının BND'den sorumlu yeni koordinatörü olarak atanan Bernd Schmidbauer, Lübnanlı Şiilerle zorlu görüşmelerden sonra, Lübnan'daki Alman esirlerin serbest bırakılmasını sağlamıştır. Sonuç olarak, 17 Haziran 1992'de Hizbullah tarafından Lübnan'da rehin olarak tutulan iki Alman vatandaşı, evlerine dönmüştür. 1990'ların sonuna kadar Schmidbauer ve yardımcılarının çabaları sayesinde Berlin, İran'ın en önemli Batılı ortağı haline gelmiş ve Hizbullah ve İsrail arasındaki gizli temaslarda ana arabulucu olmaya devam etmiştir (Kahana & Suwaed, 2009, s. 96).

Sonuç

Wehrmacht'ın Mayıs 1945'te teslim olmasının ardından sona eren II mi yazı ile mi? İkinci Dünya Savaşı ertesinde dünya sahnesinde Almanya isimli devlet de ortadan kalkmıştır. Buna karşın, savaşın sona ermesine müteakiben Hitler karşıtı koalisyon çerçevesinde birlikte hareket eden ABD ve SSCB arasındaki çatışma potansiyeli, Almanya'nın geleceğinin ne olacağını da belirleyen temel dinamikler içinde yer almıştır. ABD, İngiltere ve Fransa'nın Almanya'da kendi kontrolleri altındaki üç işgal bölgesini birleştirmeleri karşısında SSCB'nin kendi işgal bölgesindeki etkinliğinin artırması, Alman coğrafyasını iki blok gücü arasında önemli bir ön cephe hattı haline getirmiştir. Egemenliği sınırlı iki Alman devletinden biri olarak ortaya çıkan Federal Almanya Cumhuriyeti'nin 1990 yılındaki birleşmeye kadar olan dönem içerisinde, devlet sistemi, ulusal kimliği ve dış politikasının, II. Dünya Savaşı sırasında yaşanan acı tecrübelerden alınan dersler ile birlikte Soğuk Savaş dönemin koşulları tarafından şekillendirildiği görülmüştür. Bu bağlamında hem dış etkenler hem de tarihsel hafıza gibi geçmiş deneyimler, Alman dış politikası üzerinde önemli rol oynamıştır. Batı Almanya'nın 1955 yılına kadar işgal güçlerinin oluşturduğu Müttefik Yüksek Komisyonu'nun kontrolü altında kalması ve birleşmeye kadar üç işgal gücünün bazı mahfuz haklarının devam etmesi, birleşmenin sağlanamaması ve Soğuk Savaş'ın koşullarının yanında devam eden anayasal kısıtlamalar nedeniyle Almanya'nın sınırlı bir egemenliğe sahip olmuştur. Her ne kadar Almanya'nın işgal güçlerinin siyasal sistemlerini alması ve bu bağlamda Batı ile çok taraflı olarak bütünleşme yoluna gitmesinin kendi tercihi olduğu iddia edilse de, Almanya'nın farklı bir yolu tercih etmesi veya buna izin verilmesinin mümkün olmadığı açık bir gerçektir. Ancak bunun yanında Almanya'nın egemenliği üzerindeki kısıtlamalar ile birlikte güvenlik bağlamında ABD başta olmak üzere müttefiklerine olan bağımlılığı, onun ticaret ve diplomasi alanlarına daha fazla yönelmesine yol açarak, Almanya'nın özellikle ekonomik bir dev olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır. Soğuk Savaş döneminde üzerindeki kısıtlamalar nedeniyle tam bağımsızlığını elde edemeyen Almanya, bir ön cephe ülkesi olarak bulunduğu koşullara uygun bir dış ve güvenlik politikası oluşturmak zorunda kalmıştır.

Federal Almanya Cumhuriyeti'nin tam bağımsızlığını elde edememesine ve üzerindeki kısıtlamalara rağmen, kendi kuruluşundan daha eski bir tarihte; 1946'da kurulan istihbarat teşkilatı BND; Soğuk Savaş boyunca hem Almanya'nın ve hem de müttefiklerinin güvenliği ve çıkarlarının gerçekleştirilmesi için önemli faaliyetler göstermiştir. BND'nin istihbarat faaliyetleri, sadece Almanya coğrafyası ile sınırlı kalmayarak, dünyada aralarında Ortadoğu'nun da yer aldığı geniş bir coğrafyaya yayılmıştır. Ortadoğu bağlamında BND'nin faaliyetleri arasında füzeler, uçaklar, zırhlar ve silahlar gibi Sovyet silah sistemleri hakkındaki teknik bilgiler, Sovyet askeri yeteneklerini ve planlamasını değerlendirmek için karşı tarafın askeri yetenekleri hakkında bilgi toplaması gibi hususlar yer almıştır.

Bu çerçevede, Mısır ve Suriye başta olmak üzere Ortadoğu'daki birçok devletin askeri envanterinin Sovyet silahlarından oluşması, BND'ye önemli fırsat sunmuştur. BND; Ortadoğu'da bulunan ülkelerin istihbarat teşkilatlarına verdiği eğitim, teknik destek ve sattığı silahlar ile dinleme ve şifreli haberleşme cihazları ve bu cihazlar aracılığıyla kendisinin yapabildiği dinlemeler ile hem kendisinin hareket alanını hem de müttefikleriyle işbirliği alanlarını genişletmiştir. Özellikle paravan şirketler üzerinden kendisinin de gizli olarak şifreli haberleşmeleri çözmesini ve dinlemesini sağlayan haberleşme cihazlarını satarak, Ortadoğu'yu kontrol edebilecek bir konum elde etmiştir. Böylelikle Almanya hem kendi çıkarlarını korumuş hem de müttefiklerinin ve özellikle de İsrail'in güvenliğinin sağlanmasında önemli rol oynamıştır. Bunun yanında satılan silahlar ve iletişim teknolojileri ile Alman ekonomisine büyük katkı sağlanmıştır.

Neticeyle Soğuk Savaş'ta güvenlik çıkarları ve Arap-İsrail çatışması, BND ile MOSSAD arasında Sovyet silahları hakkında daha iyi bilgi edinmeyi amaçlayan geniş bir istihbari işbirliğine yol açmıştır. Soğuk Savaş süresince gizli olarak yürütülen bu işbirliği insan kaynakları toplama ve istihbarat sinyalleri de dâhil olmak üzere diğer alanlarda daha yakın ikili istihbarat işbirliğinin temelini oluşturmuştur. Alman tarafı için gizlilik, yalnızca Sovyet silahları üzerine istihbari bilgi sınırlarında kalmamış, aynı zamanda Arap ülkelerinin bu tür hassas alanlarda İsrail ile işbirliği üzerinde olası olumsuz baskı oluşturmasının da önlenmesi ve DDR'nin egemen bir devlet olarak tanınmasının engellemesi amaçlarına da hizmet etmiştir. MOSSAD özellikle 1960'lar ve 1970'lerde BND'ye sadece istihbarat sağlamakla kalmamış, aynı zamanda en modern Sovyet yapımı askeri teknolojiye ait bilgileri de paylaşmıştır. Bu istihbari işbirliğinin Alman ve İsrail silah üretimi üzerindeki etkisi büyük olmuştur. İki devlet arasındaki yakın ve istikrarlı istihbarat işbirliği güvenlik avantajlarının yanında "faillerin ülkesi" Almanya ile "kurbanların ülkesi" İsrail'i zor geçmişlerinin üstesinden gelmeye ve normal ilişkilere doğru ilerlemeye bir adım daha yaklaştırmıştır.



KAYNAKÇA

- Abelshauer, W. (2011). *Deutsche Wirtschaftsgeschichte seit 1945*, Vol. 1587, CH Beck, München, 2. Auflage.
- Aboul-Enein, Y. & Aboul-Enein, B. (2013). *The secret war for the Middle East: The influence of axis and allied intelligence operations during World War II*. Naval Institute Press.
- Adams, J. (2009). *Historical dictionary of german intelligence, historical dictionaries of intelligence and counterintelligence Vol. 11*, Scarecrow Press.
- Ash, T. G. (1994). Germany's choice. *Foreign Affairs*, 73(4), 65-81. <https://doi.org/10.2307/20046744>
- Banchoff, T. (1996). Historical memory and german foreign policy: The cases of adenauer and brandt. *German Politics & Society*, 14(2), 36-53.
- Baring, A. (1984). *Im anfang war adenauer: Die entstehung der kanzlerdemokratie*, Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Becker, S. (2013). *Germany and war: Understanding strategic culture under the Merkel government*. IRSEM, Institut de recherche stratégique de l'École militaire.

- BND ve CIA'in istihbarat skandalı ifşa edildi (2020, Şubat 11). *Deutsche Welle Türkçe*, <https://www.dw.com/tr/bnd-ve-ciain-istihbarat-skandalı-ifşa-edildi/a-52344941>
- Bragulla, M., & zur Capellen, M. M. (2011). *Die nachrichtenstelle für den orient: Fallstudie einer propagandainstitution im ersten weltkrieg*. AV Akademikerverlag.
- Brentjes, B. (2001). *Geheimoperation nahost: Zur vorgeschichte der zusammenarbeit von Mossad und BND*, Edition Ost.
- Buchheit, G. (1966). *Der deutsche geheimdienst: Geschichte der militärischen Abwehr*. List.
- Bülbül, A. (2019a). Tarihsel ahlâkî sorumluluk bağlamında Batı Almanya'nın İsrail politikası: Altı Gün Savaşı örneği. *Electronic Journal of Political Science Studies (EJPSS)*, 10(1), 59-77.
- Bülbül, A. (2019b). *Başbakan Angela Merkel dönemi Almanya'nın Ortadoğu politikası*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bülbül, A. (2019c). Şansölye Merkel dönemi Almanya'nın İsrail ile ilişkisi. H. Bağcı; İ. Ermağan, & B. Gümüş, (Ed.). *Dünya Siyasetinde Almanya içinde* (ss. 287-319). Nobel Yayınları.
- Caparini, M. (2016). Controlling and overseeing intelligence services in democratic states, H. Born & M. Caparini (Ed.). *Democratic control of intelligence services: Containing rogue elephants*. İçinde (ss. 3-24). Routledge.
- Colschen, L. (2010). *Deutsche Außenpolitik*, Vol. 3195, UTB.
- Dalgaard-Nielsen, A. (2013). *Germany, pacifism and peace enforcement*. Manchester University Press.
- Daun, A. (2011). Nachrichtendienste in der deutschen Außenpolitik. A. H. T. Jäger & K. Oppermann (Ed.). *Deutsche Außenpolitik. Sicherheit, Wohlfahrt, Institutionen und Normen içinde* (ss. 141-172). 2. aktualisierte und erweiterte Auflage VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dobson, M. J. (2020). Operation rubicon: Germany as an intelligence 'Great Power'?, *Intelligence and National Security*, 35(5), 608-622. <https://doi.org/10.1080/02684527.2020.1774852>
- Duve, F. (1993, Kasım 09). Die Kooperation zwischen deutschen und iranischen Geheimdiensten hat eine lange, fatale tradition, der Teufel als Freund?, *taz. die tageszeitung*, <https://taz.de/!1592007/>
- Endres, F. & Vögele, N. (2020, Şubat 14). Geheimdienstaffäre cryptoleaks-weltweite spionage-operation mit schweizer firma aufgedeckt, *SRF*, 11.02.2020, <https://www.srf.ch/news/schweiz/geheimdienstaffaere-cryptoleaks-weltweite-spionage-operation-mit-schweizer-firma-aufgedeckt>
- Esser, K. B. (2019, Haziran 17). Standpunkte • Deutsche Geheimdienste verursachen Kriegsgefahr am Golf (Podcast), *Kenfm*, <https://kenfm.de/standpunkte-•-deutsche-geheimdienste-verursachen-kriegsgefahr-am-golf-podcast/>
- Farrokh, K. (2011). *Iran at war: 1500-1988*. Osprey Publishing.
- Federal Almanya Cumhuriyeti Anayasası, T.C. Adalet Bakanlığı, <http://www.adalet.gov.tr/duyurular/2011/eylul/anayasalar/ulkeana/pdf/08-ALMANYA%202009-276.pdf> (21.01.2020)

- Foreign Relations of the United States: Diplomatic Papers, 1943, The Near East and Africa, Volume IV. 800.20291/7: Telegram. The Minister in Iran (Dreyfus) to the Secretary of State. Tehran, August 16, 1943—3 p.m. In: Office of the Historian, Bureau of Public Affairs United States Department of State. <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1943v04/d397> (05.12.2019)
- Fünfte Kolonne, Der Krieg im Dunkeln (1959, Temmuz 08). *Der Spiegel*, 28/1959. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-42626003.html>
- Gareis, S. B. (2014). Militärische Beiträge zur Sicherheit. S. Böckenförde & S. B. Gareis (Ed.). *Deutsche Sicherheitspolitik* içinde (ss. 115-149). Verlag Barbara Budrich 2. Auflage, UTB.
- Geiger, T. (2014). Westliche anti-terrorismus-diplomatie im Nahen Osten. H. Johannes, (Ed.). *Terrorismusbekämpfung in Westeuropa: Demokratie und Sicherheit in den 1970er und 1980er Jahren* Vol. 104 içinde (ss. 259-288). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Geyer, M. (1986). National Socialist Germany: The politics of information. E. R. May (Ed.). *Knowing One's Enemies* içinde (ss. 310-346). Princeton University Press.
- Gröttrup, H. (2013). *Wilhelm wassmuss. Der deutsche Lawrence*, Berlin.
- Haftendorn, H. (2001). *Deutsche Außenpolitik zwischen Selbstbeschränkung und Selbstbehauptung 1945-2000*. Deutsche Verlags-Anstalt.
- Haftendorn, H. (2006). *Coming of age: German foreign policy since 1945*, Rowman & Littlefield Publishers.
- Hanrieder, W. F. (1989). The Foreign Policies of the Federal Republic of Germany, 1949-1989. *German Studies Review*, 12(2), 311-332.
- Henze, S., & Knigge, J. (1997). *Stets zu diensten. Der BND zwischen faschistischen wurzeln und neuer weltordnung*, Münster.
- Hipp, D., Hoppenstedt, M., Knobbe, M., & Wiedmann-Schmidt, W. (2020). BND kann bis zu 1,2 billionen verbindungen pro tag abzweigen. *Spiegel*, <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/bnd-kann-bis-zu-1-2-billionen-verbindungen-pro-tag-abzweigen-a-00000000-0002-0001-0000-000170923494> (14.06.2020)
- Hopkirk, P. (2001). *On secret service east of Constantinople: the plot to bring down the British Empire*. Oxford University Press.
- Hughes, T. L. (2002). The German mission to Afghanistan, 1915-1916. *German Studies Review*, 25(3), 447-476.
- Interne Präsentation über den aufbau des BND (2014, Haziran 18). *Der Spiegel*, <https://www.spiegel.de/media/5f94ae-0001-0014-0000-000000033997/media-33997.pdf>
- Jones, O. (2011). RS 84C Iran insights - Iran's intelligence and security apparatus. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?jsessionid=2AC10498B81B37D99F32D528EED806BD?doi=10.1.1.457.4482&rep=rep1&type=pdf>
- Jung, D., Schlichte, K., & Siegelberg, J. (2003). *Kriege in der weltgesellschaft: Strukturgeschichtliche erklärung kriegerischer gewalt (1945-2002)*. Westdeutscher Verlag.
- Kahana, E., & Suwaed, M. (2009). *Historical dictionary of Middle Eastern intelligence, Historical dictionaries of intelligence and counterintelligence, No. 10*, Scarecrow Press.

- Kaim, M. (2015, Ocak 30). Israels Sicherheit als deutsche staatsräson: Was bedeutet das konkret?, *Aus Politik und Zeitgeschichte APuZ* 6/2015. <http://www.bpb.de/apuz/199894/israels-sicherheit-als-deutsche-staatsraeson?p=all>
- Katzenstein, P. J. (1987). *Policy and politics in West Germany: The growth of a semi-sovereign state*. Temple University Press.
- Keßelring, A. (2017). *Die organisation gehen und die neuformierung des militärs in der Bundesrepublik*. Ch. Links Verlag.
- Kloten, N. (1997). Die Bundesrepublik als weltwirtschaftsmacht. K. Kaiser & H. W. Maull (Ed.). *Deutschlands Neue Außenpolitik* içinde (ss. 63-80). R. Oldenbourg Verlag.
- Koop, V. (2009). *Hitlers fünfte Kolonne: die Auslands-Organisation der NSDAP*. Be. Bra Verlag.
- Krieger, W. (2011). German–American intelligence relations, 1945–1956: New evidence on the origins of the BND. *Diplomacy & Statecraft*, 22(1), 28-43. <https://doi.org/10.1080/09592296.2011.549727>
- Kronenberg, V. (2009). Grundzüge deutscher außenpolitik 1949–1990. *Informationen zur politischen Bildung*, 304, 14-32.
- Krug, S. (2015). Nachrichtenstelle für den orient. *Making War, Mapping Europe*. http://www.mwme.eu/Essays-Files/Krug_NfO_Freigabe1.pdf (15.02.2020)
- Lenczowski, G. (1949). *Russia and the West in Iran, 1918-1948*, Ithaca, NY: Cornell University Press, New York, In: Arcive.org, <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.227014> (12.12.2019)
- Loeffel, R. (2015). *The fifth column in World War II: Suspected subversives in the pacific war and Australia*. Palgrave Macmillan.
- Maull, H. W. (2000). Germany and the use of force: Still a 'Civilian Power'?. *Survival, Global Politics and Strategy*, 42(2), 56-80.
- Maull, H. W. (2004). Normalisierung oder Auszehrung. *Deutsche Außenpolitik im Wandel*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 54. B 11 (8. März 2004): ss. 17-23, In: Bundeszentrale für politische Bildung 03.03.2004, <http://www.bpb.de/apuz/28463/normalisierung-oder-auszehrung-deutsche-aussenpolitik-im-wandel?p=all> (20.01.2020)
- Miller, G. (2020, Şubat 11). National security "The intelligence coup of the century". *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/graphics/2020/world/national-security/cia-crypto-encryption-machines-espionage/>
- Müller, P. F., Mueller, M., & Schmidt-Eenboom, E. (2002). *Gegen freund und feind.: Der BND: Geheime politik und schmutzige geschäfte*. Rowohlt.
- Nassauer, O., & Steinmetz, C. (2003). *Rüstungskoooperation zwischen Deutschland und Israel*. BITS.
- Niclauß, K. (2015). *Kanzlerdemokratie: Regierungsführung von Konrad Adenauer bis Angela Merkel* (3. Baskı). Springer-Verlag.
- Nicosia, F. R. (2000). *The third reich and the Palestine question*, Transaction Publishers.
- Nielsen, H. (2013). The German analysis and assessment system. D. Charters, F. Stuart & P. H. Glenn (Ed.). *Intelligence Analysis and Assessment* içinde (ss. 54-71). Routledge.

- O'Sullivan, A. (2014). *Nazi secret warfare in occupied Persia (Iran): The failure of the German Intelligence Services, 1939-45*. Palgrave Macmillan.
- Olson, W. J. (2013). *Anglo-Iranian Relations during World War I*. Routledge.
- Öcal, M. (2019). Almanya'da Soğuk Savaş Dönemi Dış Politika. H. Bağcı, İ. Ermağan & B. Gümüş (Ed.). *Dünya Siyasetinde Almanya II, Yönetim-Ekonomi-Toplum içinde* (ss. 465-488). Nobel Yayıncılık.
- Pöhlmann, M. (2005). German intelligence at war, 1914–1918. *Journal of Intelligence History*, 5(2), 25-54. <https://doi.org/10.1080/16161262.2005.10555116>
- Reinhard, R. (2007). Deutsche außenwirtschaftspolitik. S. Schmidt, G. Hellmann & R. Wolf (Ed.). *Handbuch zur Deutschen Außenpolitik*. Vol. 306 içinde (ss. 618-629), VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Richter, L. (2003). Military and civil intelligence services in Germany from World War I to the end of the Weimar Republic. H. Bungert, J. G. Heitmann & M. Wala (Ed.). *Secret Intelligence in the Twentieth Century içinde* (ss. 1-22). Frank Cass.
- Risse, T. (2007). Deutsche identität und außenpolitik. S. Schmidt, G. Hellmann & R. Wolf (Ed.). *Handbuch zur Deutschen Außenpolitik*. Vol. 306 içinde (ss. 49-62). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Roewer, H., Schäfer, S., & Uhl, M. (2003). *Lexikon der geheimdienste im 20. jahrhundert*. Herbig.
- Sachar, H. M. (1972). *Europe leaves the Middle East, 1936-1954*, Knopf.
- Scheuer, T. (1990, Ağustos 13). Im nahen Osten mischt der BND via tarnfirmen überall mit. *Taz. die Tageszeitung*. <https://taz.de/!1756250/>
- Scheuer, T. (1995, Ocak 21). Nachhilfe für Gaddafis militär", *Taz. die Tageszeitung*. <https://taz.de/!1523940/>
- Schmidt-Eenboom, E. (1995). *Der schattenkrieger: Klaus Kinkel und der BND*, Econ.
- Schmidt-Eenboom, E. (2001). The bundesnachrichtendienst, the bundeswehr and sigint in the Cold War and after. William Fairbanks (Çev.). *Intelligence & National Security*, 16(1), 129-176. <https://doi.org/10.1080/714002841>
- Schmidt-Eenboom, E. (2007). *BND: der deutsche geheimdienst im Nahen Osten: Geheime hintergründe und fakten*, Herbig.
- Schrade, C. (1997). Machtstaat, handelsstaat oder zivilstaat? Deutsche entwicklungspolitik nach dem ende des ost-west-konflikts. *Zeitschrift fuer internationale Beziehungen*, 4(2), 255-294.
- Schröder, B. P. (1975). *Deutschland und der mittlere osten im Zweiten Weltkrieg. Studien und dokumente zur geschichte des Zweiten Weltkriegs, Bd. 16*. Musterschmidt.
- Schultheis, E. (2019, Şubat 08). World's biggest intelligence headquarters opens in Berlin. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2019/feb/08/worlds-biggest-intelligence-headquarters-opens-berlin-germany-bnd>
- Schwarz, S. (2005, Nisan 25). Pariser Verträge – Besiegelung deutscher Zweistaatlichkeit. *50 Jahre Souveränität, Aus Politik und Zeitgeschichte* (APUZ 17/2005), 10-16.
- Sertel, S. (2016). İkinci Dünya Savaşı sırasında Türkiye'de yürütülen casusluk faaliyetleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (25), 95-124.


- Seydi, S. (2010). Intelligence and counter-intelligence activities in Iran during the Second World War. *Middle Eastern Studies*, 46(5), 733-752. <https://doi.org/10.1080/00263206.2010.512783>
- Shpiro, S. (2000, Ocak 08). *Für Israels sicherheit paktierten wir sogar mit dem teufel*. Berliner Zeitung Online Textarchiv, Magazin - Seite M6. <https://ia800204.us.archive.org/17/items/NazisBndUndMossad/NazisBndUndMossad.pdf>
- Shpiro, S. (2002). Intelligence services and foreign policy: German-Israeli intelligence and military cooperation. *German Politics*, 11(1), 23-42. <https://doi.org/10.1080/714001230>
- Shpiro, S. (2004). Know your enemy: West German-Israeli intelligence evaluation of Soviet weapon systems. *Journal of Intelligence History*, 4(1), 57-73. <https://doi.org/10.1080/16161262.2004.10555093>
- Shpiro, S. (2005, Nisan 11). *Für Israels sicherheit paktierten wir sogar mit dem teufel*, 50 Jahre deutsch-israelische Beziehungen der Nachrichtendienste. Das Parlament, Nr. 15, <http://www.todesnacht.com/raf/GSG9%20+%20Mossad/Coop%20BND%20Mossad,%20aufbau%20GSG9.pdf>
- Shpiro, S. (2007). Israel-NATO intelligence and electronic warfare cooperation. B. de Graaf & B. de Jong (Ed.). *Battleground Western Europe: Intelligence Operations in Germany and the Netherlands in the Twentieth Century* içinde (ss. 147-167). Het Spinhuis.
- Shpiro, S. (2008). *Friends in the dark: The first decade of German-Israeli intelligence cooperation*. M. Uhlmann (Ed.). *Die Deutsch-Israelischen Sicherheitsbeziehungen: Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft*. Vol. 5 içinde (ss. 76-89). BWV, Berliner Wissenschafts-Verlag.
- Shpiro, S. (2013). Shadowy interests: West German-Israeli intelligence and military cooperation, 1957-1982. C. Jones & T T. Petersen (Ed.). *Israel's Clandestine Diplomacies* içinde (ss. 169-188). Oxford University Press.
- Shulsky, A. N., & Schmitt, G. J. (2002). *Silent warfare: Understanding the world of intelligence*. Potomac Books, Inc.
- Sirrs, O. L. (2007). *Nasser and the missile age in the Middle East*, Routledge.
- Sirrs, O. L. (2010). *The Egyptian Intelligence Service: A history of the mukhabarat, 1910-2009*. Routledge.
- Staack, M. (2000). *Handelsstaat Deutschland: Deutsche aussenpolitik in einem neuen internationalen System*. Ferdinand Schöningh.
- Stetter, S. (2008). *World society and the Middle East: Reconstructions in regional politics*. Palgrave Macmillan.
- Storkmann, K. P. (2012). *Geheime solidarität: Militärbeziehungen und militärhilfen der DDR in die 'Dritte Welt'*. Herausgegeben Militärgeschichtlichen Forschungsamt Ch. Links Verlag.
- Strachan, H. (2001). *The First World War, Vol. I: To arms*. Oxford University Press.
- Sümer, G. (2010). Dış Politikada Süreklilik-Değişim Çekişmesi. *Uluslararası Hukuk ve Politika*, 6(23), 73-98.
- Sykes, B. G. S. P. (1922). *Persia*, Oxford at the Clarendon Press. <https://archive.org/stream/persia005437mbp#page/n163/mode/2up> (05.12.2019)
- Sykes, C. (1936). *Wassmuss, "the German Lawrence"*, Vol. 5262. Longmans, Green and Co.

- Şimşek-Özkan E. (2018). Rusya Türkiye ilişkileri. S. Demir, P. Gürson & A. Eminoğlu (Ed.). *Türk Dış Politikası: Aktörler, Krizler, Tercihler, Çözümler* içinde (ss. 282-331). Barış Yayınevi.
- Şimşek-Özkan, E. (2019). ABD ile stratejik birliktelikten Rusya ile çok boyutlu stratejik ortaklığa: Yeni dünya düzeni ve ertesinde Türkiye ABD İlişkiler ve Rusya (1991-2008). S. Demir & A. Eminoğlu (Ed.). *Türk Amerikan İlişkiler İki Yüzyıllık Süreç ve Ötesi* içinde (ss. 611-658). Barış.
- Theveßen, E., Müller, P. F., & Stoll, U. (2020, Şubat 11). Operation Rubikon: Wie BND und CIA die Welt belauschten, ZDF. <https://www.zdf.de/politik/frontal-21/operation-rubikon-100.html>
- Tucker, E. (2016). *The Middle East in modern world history*. Routledge.
- Vertrag über die Grundlagen der Beziehungen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik [“Grundlagenvertrag“], 21. Dezember 1972, In: 100(0) Schlüssel Dokumente, zur Deutschen Geschichte im 20. Jahrhundert. http://www.1000dokumente.de/pdf/dok_0023_gru_de.pdf (29.01.2020)
- Wark, W. K. (2004). The origins of intelligence cooperation between the United States and West Germany. D. Lazar & C. Mauch (Ed.). *The United States and Germany in the era of the Cold War, 1945-1990: A Handbook, Volume 1: 1945–1968* içinde (ss. 248-254). Cambridge University Press.
- Wege, C. A. (2013). Iranian intelligence organizations. P. H. J. Davies & K. C. Gustafson (Ed.). *Intelligence Elsewhere: Spies and Espionage outside the Anglosphere* içinde (ss. 141-156). Georgetown University Press.
- Weiß, S. (2003). Wilhelm Stieber und Bismarck. W. Krieger (Ed.). *Geheimdienste in der Weltgeschichte. Spionage und Verdeckte Aktionen von der Antike bis zur Gegenwart* içinde (ss. 126-137). Beck.
- West, N. (2013). *Historical dictionary of World War I intelligence*. Scarecrow Press.
- Wieck, H. (1998). Der bundesnachrichtendienst in den entscheidungsprozessen der außenpolitik. W.-D. Eberwein & K. Kaiser (Ed.), *Deutschlands Neue Außenpolitik 4* içinde (ss. 47–58). R. Oldenbourg Verlag.
- Zolling, H., & Höhne, H. (1971). *General gehen und die geschichte des bundesnachrichtendienstes*. Hoffmann und Campe.
- Zolling, H., & Höhne, H. (1971, Mart 29). Pullach intern, *Der Spiegel*, (14), 131-147. <https://magazin.spiegel.de/EpubDelivery/spiegel/pdf/43279313>



ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ROBOTIC TECHNOLOGIES IN TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

 Reha KILIÇHAN^a

 Mustafa YILMAZ^b

Abstract

Artificial intelligence applications and robotic technologies, which are rapidly spreading and widely used throughout the world, are discussed by different disciplines in the literature. The field of tourism draws attention as one of the disciplines in which studies on these issues have been carried out in recent years. In this context, robots come to the fore in the application areas of the tourism sector. However, it is known that there are many artificial intelligence applications that are becoming widespread or likely to become widespread day by day in the tourism sector. From this point of view, in this conceptual study, firstly artificial intelligence applications and robotic technologies were evaluated, the development of these technologies was revealed, then the current technologies used in the tourism and hospitality industry were examined, and as a result, the future of these technologies in the tourism and hospitality industry was discussed. In this context, it can be said that this study, in which the current situation is revealed and sector-experienced writers make inferences for the future, is an important study that can contribute to the literature and industry practitioners.

Keywords: Artificial Intelligence, AI, Robotic Technologies, Tourism



TURİZM VE AĞIRLAMA ENDÜSTRİSİNDE YAPAY ZEKÂ VE ROBOTİK TEKNOLOJİLER

Öz

Dünya genelinde hızla yayılan ve yaygın olarak kullanılmaya başlanan yapay zekâ uygulamaları ile robotik teknolojiler konularının literatürde farklı disiplinlerce ele alındığı görülmektedir. Turizm alanı da bu konularda son yıllarda çalışmaların gerçekleştirildiği disiplinlerden biri olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, turizm sektörünün uygulama alanlarında robotlar ön plana çıkmaktadır. Ancak turizm sektöründe her geçen gün kullanımı giderek yaygınlaşan veya yaygınlaşma ihtimali olan pek çok yapay zekâ uygulamalarının da olduğu bilinmektedir. Bu noktadan hareketle, kavramsal bir çalışma özelliği taşıyan bu çalışmada literatürden hareketle, öncelikle yapay zekâ uygulamaları ve robotik teknolojiler değerlendirilmiş, bu teknolojilerinin gelişimi ortaya konulmuş, ardından turizm ve ağırlama endüstrisinde kullanılan güncel teknolojiler irdelenmiş ve sonuç olarak bu teknolojilerin turizm ve ağırlama endüstrisindeki geleceği tartışılmıştır. Bu bağlamda, mevcut durumun ortaya konulduğu ve sektör deneyimli yazarların geleceğe

^a Asst. Prof., Erciyes University, Faculty of Tourism, rehakilichan@gmail.com

^b Res. Asst., Erciyes University, Faculty of Tourism, mustafa.yilmaz@erciyes.edu.tr

dönük çıkarımlarda bulunduğu bu çalışmanın literatüre ve sektör uygulayıcılarına katkılar sağlayabilecek nitelikte önemli bir çalışma olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, YZ, Robotik Teknolojiler, Turizm



Introduction

The tourism and hospitality industry is human- and service-oriented by nature. Hence, it aims to ensure consumers develop positive perceptions of the quality of the services provided by businesses serving in this field, i.e., to achieve their satisfaction and loyalty. In this context, providing quality service in tourism becomes more and more prominent every day. Businesses desiring to provide quality service also carry out studies to satisfy consumers' demands and needs, and realize plans and policies in light of current developments. In this industry, where services have always been oriented to people, it is observed that businesses have been following technological developments in recent years, and trying to adapt their services to the demands of the age as long as technological opportunities allow. Although they do not seem possible to replace humans entirely, robotic technologies become prominent in the tourism and hospitality industry, and the use of artificial intelligence applications in this industry draws attention. Although the use of such technologies, which have become widespread in almost every sector today, is partially criticized by some stakeholders of the tourism and hospitality industry, it is inevitable for businesses to follow, accept, and apply these technologies as a requirement of the age.

Even though the positive and adverse effects of artificial intelligence applications and robotic technologies are still contradictory on the service quality in the tourism and hospitality industry, which is a labor-intensive industry, they are known to be used mostly by businesses engaged in accommodation, food and beverage, travel, and transportation. In addition, the use of such technologies in physical areas, such as airports and museums, and tour guiding, should be underlined. It is noted that businesses serving in the tourism and hospitality industry have turned to artificial intelligence applications and invested in robotic technologies to improve their operations and provide higher quality services. Although it is not now possible for the mentioned businesses to realize all their services using these technologies, it is expected that the services will gradually focus on artificial intelligence and robotic technologies in the future as the technology acceptance levels of both businesses and consumers increase.

It is realized that the number of academic studies on robotic technologies and artificial intelligence applications is increasing day by day. Nevertheless, studies scrutinizing the future place and significance of artificial intelligence and robotic technologies used in the tourism and hospitality industry are somewhat limited. As a matter of fact, this study, written by academics with national and international sector experience in accommodation, food and beverage, and travel and transportation management, has taken a supportive and critical approach and made relevant evaluations about the future of the subject. From this point of view, the study is likely to not only contribute to the elimination of the lack of information in the literature but also suggest helpful information to practitioners with the help of the perspectives of the academics who know of the sector and consumer demands and needs. In this context, this study firstly evaluates the subject of artificial intelligence and robotic technologies, secondly

examines the development of artificial intelligence technology, and then investigates the subject of current artificial intelligence applications in tourism and hospitality industry under the headings of robots, chatbots, facial recognition, language translators, optimization services and other AI applications. Finally, it makes several inferences on artificial intelligence and robotic technologies in the future of the tourism and hospitality industry.

A. ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ROBOTIC TECHNOLOGIES

One of the most remarkable consequences of the Fourth Industrial Revolution (Schwab, 2016), which came to the agenda for the first time in 2011 in a fair in Hannover, Germany, is that artificial intelligence and robotic technologies are no longer science fiction and are frequently used in the daily life. The definitions proposed for the concept of artificial intelligence lead to an interpretation that this technology is a sub-branch of computer engineering (Tussyadiah, 2020). Artificial intelligence is the field of computer science that studies how machines can act intelligently (Gil et al., 2020, p. 4). Artificial intelligence is a computer-based system with several features, such as problem-solving, storing something in memory, and understanding human language (Wang, 2004, p. 368). It is also defined as “the ability of a system to interpret external data correctly, learn from such data, and use these learnings to achieve certain goals and tasks through flexible adaptation” (Kaplan & Haenlein, 2019, p. 15). Definitions for the concept of artificial intelligence are generally divided into four separate categories: thinking humanly, thinking rationally, acting humanly, and acting rationally (Russell & Norvig, 2016, p. 2). Machines must have six features to act humanely: (a) natural language processing (for accessible communication), (b) knowledge representation (to store what it knows or hear in its memory), (c) automated reasoning (to use the information stored to answer questions and obtain new results), (d) machine learning (to adapt and predict new conditions), (e) computer vision (to detect objects), and (f) robotics (to move objects with itself) (Russell & Norvig, 2016, pp. 2-3).

International Federation of Robotics (IFR) indicates that robots are divided into industrial robots and service robots (International Federation of Robotics, 2020). According to ISO 8373: 2012, an industrial robot is “a robot that can be automatically controlled, reprogrammable, multipurpose, manipulator, programmable in three or more axes, which can be either fixed in place or mobile for use in industrial automation applications” (The International Organization for Standardization, 2012). In the same standard, a service robot is defined as “a robot that performs useful tasks for humans or equipment excluding industrial automation applications.” Murphy et al. (2017, p. 106) uncover the features of industrial and service robots, as shown in Table 1. As shown in the table, not only do industrial robots have almost no mobility but their social interactions are also very low. It is predicted that industrial robots will grow at an average rate in the future. On the other hand, service robots are more mobile and socially interact with their environments than industrial robots. When the three types of robots are considered together, it can be emphasized that the degree of autonomy of personal service robots is higher than other robots, and that they have the most social interaction by entertaining people (Murphy et al., 2017, p. 107).

Table 1. Robot Types and Characteristics (Murphy et al., 2017, p. 106)

	Industrial	Professional Service	Personal Service
Existence	~ 50 years	~ 20 years	~ 20 years
Applications	Manufacturing	Remote areas, health care, aged care, deep water repairs, mine clearing	Home, recreation; e.g. as human companions
Social Interaction	Little to none	Some	Moderate
Mobility	Little to none	Some	Moderate
Autonomy	Semi-autonomous: programming	Semi to somewhat autonomous: teleoperation and programming	Somewhat autonomous: programming and artificial intelligence
Hospitality & Tourism Examples	Food preparation	Room cleaning, heritage preservation, telepresence robots at conferences, medical tourism	Concierge robots in hotels and visitor centers, museum guides, airport and destination greeters
Projected Growth	Moderate	Strong	Very strong

It is known that robots used in the tourism and hospitality industry generally emerge as professional or personal service robots. These robots are offered to consumers in the industry and provide great convenience to a business in meeting its customers' personal needs. Although the use of robots in the tourism and hospitality industry is limited today, the robust growth in the robotic field foreseen in the coming years can be interpreted as the use of these robots will gradually increase. Thus, it seems possible for tourism businesses to gain some benefits, such as reducing costs, gaining a competitive advantage, and increasing guest satisfaction.

B. DEVELOPMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY

The history of the studies in the field of artificial intelligence is not very old. Milestones regarding the historical development of artificial intelligence are listed in Table 2 in chronological order. The historical development of artificial intelligence is examined in three phases: inception (infancy), industrialization, and explosion, according to the classification made by the CAICT (2018). In this context, the first essential development in this field is the Turing Test developed by Alan Turing. In his article published in *Mind*, Turing (1950) sought an answer to the question “Can machines think?” and developed the Turing Test as a result of this work. Many researchers consider the research by Alan Turing and the Turing Test the beginning of artificial intelligence research (Ritter, 2019; Saygin et al., 2000, p. 463). John McCarthy first introduced the concept of artificial intelligence in a two-month workshop held at Dartmond College in the Summer of 1956, and he defined artificial intelligence as “the science and engineering of making intelligent machines, especially intelligent computer programs” (McCarthy, 2007, p. 2). Research in the field started to gain momentum with this workshop. A group of 10 professors, including John McCarthy of Dartmouth College, Allen Newell and Herbert Simon of CMU, Trenchard More of Princeton, Arthur Samuel of IBM, and Ray Solomonoff and Oliver Selfridge of MIT, and their students participated in this workshop, and the following proposal was presented as a conclusion of the workshop (Russell & Norvig, 2016, p. 17):

“... The study is to proceed on the basis of the conjecture that every aspect of learning or any other feature of intelligence can, in principle, be so precisely described that a machine can be made to simulate it. An attempt will be made to find how to make machines use language, form abstractions and concepts, solve kinds of problems now reserved for humans, and improve themselves. We think that a significant advance

can be made in one or more of these problems if a carefully selected group of scientists work on it together for a summer.”

Table 2. Milestones of Artificial Intelligence Development (Adapted from Berliner & Ebeling, 1990, p. 105; Buchanan et al., 1969; CAICT, 2018, pp. 4-5; McCorduck, 2004; Neapolitan & Jiang, 2018, pp. 2-4; Russel & Norvig, 2016, p. 26)

Stages	Year	Iconic Event
Inception (Infancy)	1950	Alan Turing developed an empirical test of artificial intelligence called The Turing Test. This test is an operational test; that is, it provides a concrete way to determine whether the entity is intelligent.
	1951	Marvin Minsky and Dean Edmonds built SNARC, the first neural network computer.
	1955-1956	Allen Newell and Herbert Simon developed a program called the Logic Theorist that was intended to mimic the problem-solving skills of a human being and is considered the first artificial intelligence program.
	1956	The Dartmouth Conference in the US gathered the first batch of researchers to determine the name and mission of AI, which was called the birth of AI.
	1957	Frank Rosenblatt, an experimental psychologist at Cornell University, implemented a neural network “perceptron”.
	1965	DENDRAL was the first successful knowledge-intensive system and the first expert system: its expertise derived from large numbers of special-purpose rules. DENDRAL interpreted the output of a mass spectrometer (a type of instrument used to analyze the structure of organic chemical compounds) as accurately as expert chemists.
	1969	The International Federation of Artificial Intelligence was established and the first meeting was held in Seattle, Washington, US.
Industrialization	1980	Carnegie Mellon University designed an expert system called eXpert CONfigurer (XCON) for Digital Equipment Corporation (DEC), which was a huge success, and at that time it saved the enterprise USD 40 million each year.
	1982	Japan planned to invest USD 850 million to develop AI computers (the fifth-generation computers), aiming to create machines that can talk to people, translate languages, interpret images, and reason like humans.
	1986	Multi-layer neural networks and BLEU points (BP) back-propagation algorithms have emerged to improve the accuracy of automatic recognition.
	1988	The German Research Centre for Artificial Intelligence was established and is currently the world’s largest non-profit AI research institution.
	1988	Judea Pearl’s Probabilistic Reasoning in Intelligent Systems led to a new acceptance of probability and decision theory in AI.
	1988	HiTech program defeated former US Champion and Grandmaster Arnold S. Denker at the game of chess by a score of 3.5 - 0.5 in the AGS Challenge Match
	1997	Deep Blue, a chess-playing computer developed by IBM, defeated the world chess champion, a milestone event in the history of AI; under the influence of Moore’s Law, computing performance began to increase dramatically.
Explosion	2000	Robot pets, smart toys, become commercially available; C. Breazeal creates Kismet, a robot that exhibits emotions
	2001	Berners-Lee et al., begin work on the Semantic Web, an international effort to bring about the global exchange of commercial, scientific and cultural data on the World Wide Web, using AI techniques of logic, inference, and action
	2006	Geoffrey Hinton proposed a training algorithm in “Science” based on Deep Belief Networks (DBN) that can use unsupervised learning, making deep learning continue to heat up in academia.
	2011	The IBM Watson system won at the US game show Jeopardy! against human players.
	2012	The deep learning algorithm became well-known after the ImageNet Challenge, and was thereby widely used.
	2016	AlphaGo developed by DeepMind defeated former World Go champion Lee Sedol.

Then, a project called DENDRAL was developed in 1965, and this project became the first successful knowledge-intensive system supported by artificial intelligence. DENDRAL had the ability to interpret results correctly, like an expert chemist. Following these developments, the International Federation of Artificial Intelligence was established in 1969, and artificial intelligence developed into a

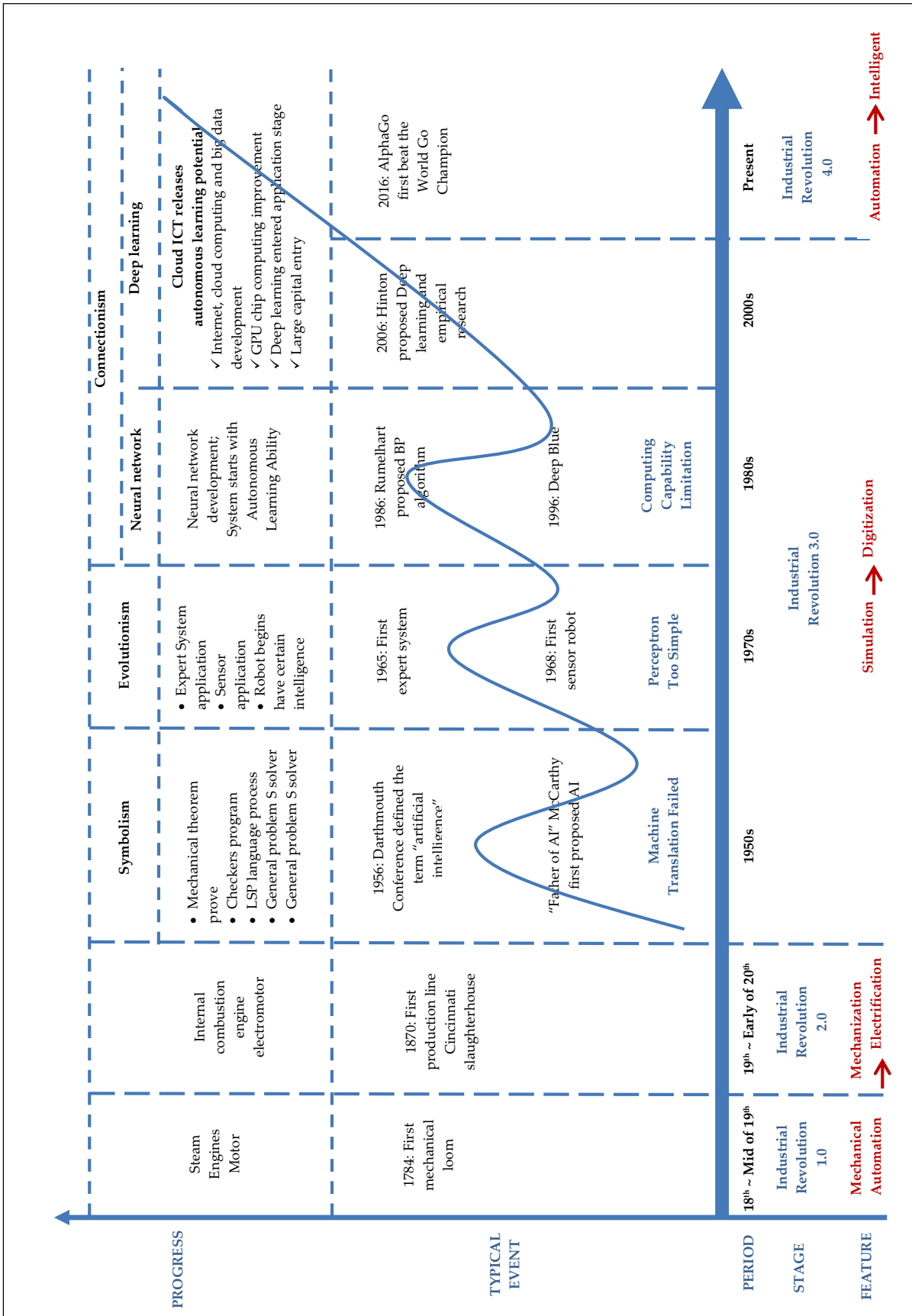
global research field. Increasing the investment budgets in this field in the United States and Japan since 1980 and the establishment of an artificial intelligence research center in Germany in 1988 - the world's largest artificial intelligence research institute - showed that the artificial intelligence studies came in the period of industrialization.

The most striking of the developments in artificial intelligence was that artificially intelligent computer programs defeated the world chess champions. For example, the HiTech program defeated Arnold Denker in 1988. Another example is the Deep Blue program, which was started to be developed by IBM in 1985. The program successfully defeated the world chess champion Garry Kasparov in 1997 (Chen, 2019). Increasing artificial intelligence research since the 2000s has made this field now booming. Data has been started to be generated by sensors and chips since this phase, and the development of artificial intelligence technology has gained momentum with big data. Artificial intelligence robots have been introduced to many sectors, and artificial intelligence has begun to be used in technologies, such as autonomous devices and smart machines. Considering the developments to date, it is among the facts obtained as a result of the research that artificial intelligence technology has started to take place in daily life practices and that the number of devices using artificial intelligence technology will gradually increase.

The relationship between artificial intelligence and industrial revolutions is shown in Figure 1. There was mechanical automation in the first industrial revolution. Then, specific transitions occurred from mechanization to widespread use of electrification in the second industrial revolution; from simulation to digitalization in the third industrial revolution; and from automation systems to intelligent systems with the fourth industrial revolution. Two far-reaching aspects of artificial intelligence are machine learning and deep learning algorithms, which make artificial intelligence technologies convenient for industries. Machine learning and deep learning can be expressed as the extensions of today's popular algorithms and symbolism, evolutionism, and connectionism theories given in the section "Progress" in Figure 1 (CAICT, 2018, p. 8), which reveals the importance of machine learning and deep learning in the field of artificial intelligence.

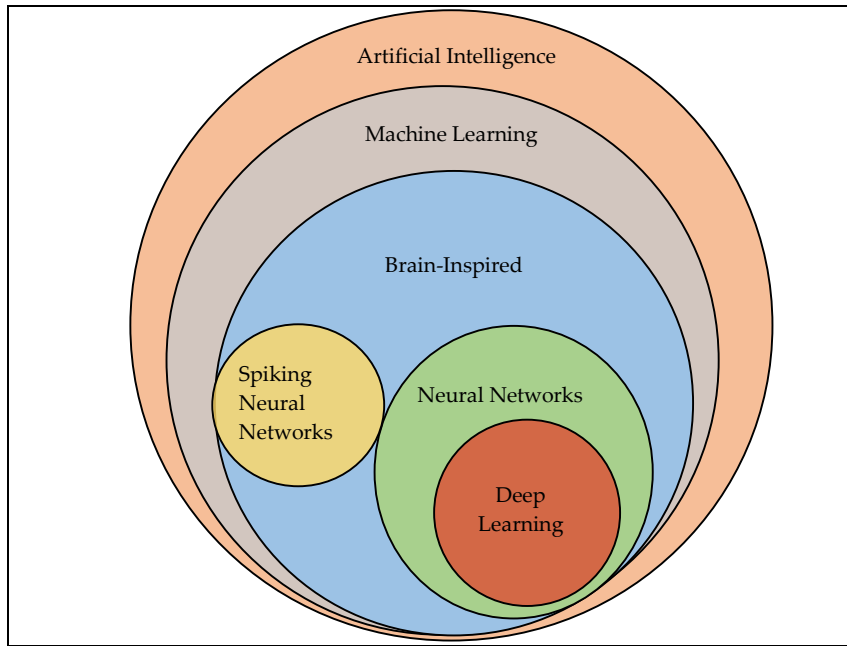
Machine learning, neural networks, and deep learning are clustered under the term artificial intelligence and are shown in Figure 2. Machine learning has been seen as a sub-branch of artificial intelligence since the 1950s and has evolved into some fields in the last few decades. On the other hand, deep learning has been used as a sub-branch of machine learning since 2006 (Alom et al., 2019, p. 2). Machine learning is a technology based on programming computers to optimize the performance of existing criteria with sample data or past data and help understand and solve many problems in vision, speech recognition, and robotic technologies (Alpaydin, 2014, p. 3).

Figure 1. AI Setting off a New Wave of Technological Development (CAICT, 2018, p. 8)



Machine learning, neural networks, and deep learning are clustered under the term artificial intelligence and are shown in Figure 2. Machine learning has been seen as a sub-branch of artificial intelligence since the 1950s and has evolved into some fields in the last few decades. On the other hand, deep learning has been used as a sub-branch of machine learning since 2006 (Alom et al., 2019, p. 2). Machine learning is a technology based on programming computers to optimize the performance of existing criteria with sample data or past data and help understand and solve many problems in vision, speech recognition, and robotic technologies (Alpaydin, 2014, p. 3).

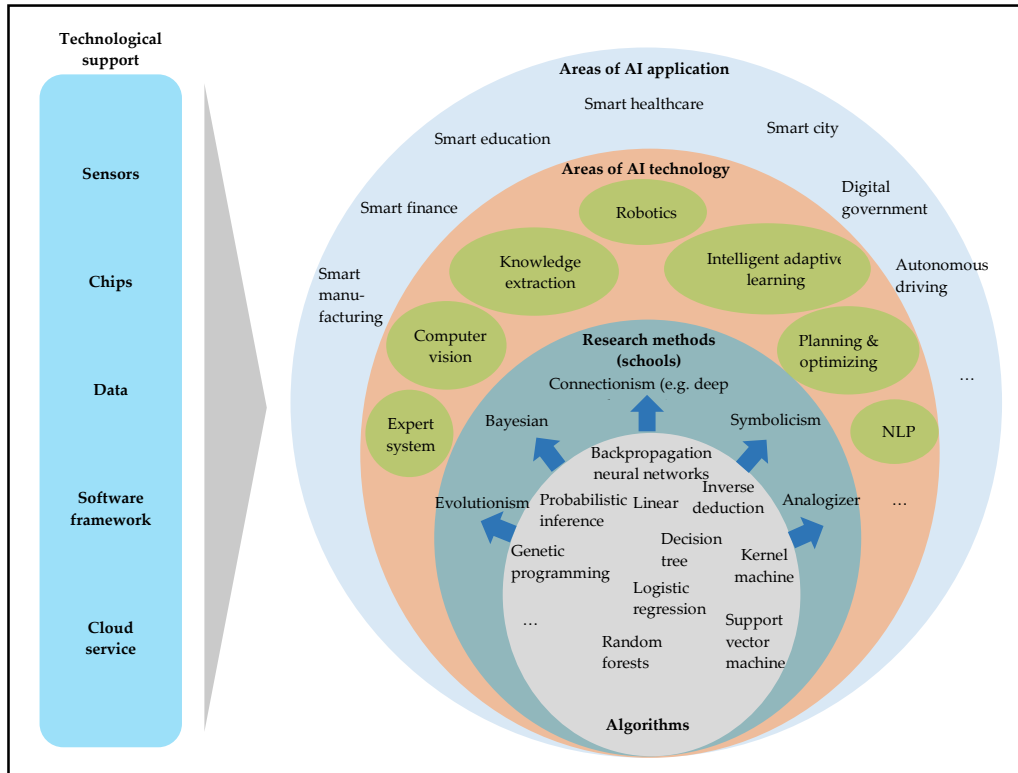
Figure 2. The Taxonomy of AI (Alom et al., 2019, p. 2)



There are three types of machine learning algorithms: supervised learning, unsupervised learning, and reinforcement learning; it is divided into two as static learning and dynamic learning by time (Joshi, 2020). Supervised learning includes learning functions by performing operations on a training set (Neapolitan & Jiang, 2018, p. 89) and includes methods and techniques, such as linear regression, logistic regression, decision trees, neural networks, and support vector machines (Rasmussen & Williams, 2006, p. 165). Unsupervised learning is a type of machine learning that aims to discover patterns in large data sets or to classify data into some categories without being clearly trained and to classify according to this distinction and includes cluster analysis and feature extraction (Wang, 2016). It also has methods, such as principal component analysis and auto-encoder (Hu et al., 2017). Reinforcement learning, on the other hand, is a learning technique based on receiving feedback from the environment (Joshi, 2020, p. 11) and used to understand the unknown environment (Alom et al., 2019, p. 3). It differs from supervised learning and unsupervised learning in that it focuses on goal-oriented learning through interaction (Sutton & Barto, 2018). In addition, the type of learning through data that is taken based on a single snapshot and does not change in time is called static learning, and the type of learning through continuously changing

data over time is called dynamic learning. Reinforcement learning is considered dynamic learning due to the data that changes over time with interaction (Joshi, 2020, p. 11).

Figure 3. Illustration of all Levels of AI (Deloitte, 2018, p. 6)



Example areas where artificial intelligence applications are often used are given in Figure 3. The imperative factor for artificial intelligence is data. Artificial intelligence applications cannot make any movement, guidance, or prediction without data. Data, i.e., technical support, is transmitted to artificial intelligence applications through other technologies, such as sensors, chips, software, and cloud services. These transmitted data are processed in artificial intelligence applications and used in smart manufacturing, smart finance, smart education, smart healthcare, smart city, smart destination, digital governance, autonomous driving, etc. Artificial intelligence technologies using algorithms and various research methods emerge as technologies, such as expert systems, computer vision, knowledge extraction, robotics, intelligent adaptive learning, planning and optimizing, and Neuro-Linguistic Programming (NLP). It can be indicated that artificial intelligence technologies have primarily emerged as optimization and robotic technologies that increase the guest experience in the tourism and hospitality industry. They can also be used in this industry through joint areas, such as smart city, smart destination, digital governance, smart hotel, and smart education.

C. CURRENT ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS IN THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

The use of artificial intelligence technologies in the tourism industry is gradually becoming popular. Tourism businesses now invest in these technologies to gain a competitive advantage and increase productivity. The use of artificial intelligence in these businesses mostly emerges as the use of service robots. Accordingly, this section examines the applications of artificial intelligence in tourism businesses, concrete examples of the use of such applications from the sector, and their significance in detail. In this context, this study refers to the classification made by Samala et al. (2020), and artificial intelligence technologies are classified in this study as robotic technologies, facial recognition technologies, chatbots, language translators, optimization services, and other artificial intelligence applications.

1. Robotic Technologies

Robotic technologies are the most common applications of artificial intelligence technologies in the tourism and hospitality industry. Robots come into prominence as piloted technologies. Their usage is becoming increasingly widespread, and they are seen as emerging technologies in the tourism and hospitality industry. In this context, below are the application examples of robotic technologies in the tourism and hospitality industry.

1.1. Robot Receptionist

The world's first robotic hotel is Henn-na Hotel in Japan. Humanoid robots welcome guests at the hotel, and these robot receptionists do their check-in (Tung & Au, 2018, p. 2685). Henn-na Hotel employs very functional transport robots in the front office department to accompany guests, carry their luggage, and provide reception services (Lewis-Kraus, 2016).

1.2. Robot Bellboy

A service robot called "Sacarino" serves as a robot bellboy for guests (Zalama et al., 2014). Sacarino provides information to guests about hotel facilities, activities around the hotel and the city (restaurant opening hours, restaurant menus, etc.), and video conferencing services, as well as calling a taxi, accompanying guests to the hotel restaurant or rooms, and searching information requested by the guests on the internet. It has a self-charging feature by connecting to its own station in the hotel lobby (Park, 2020, p. 3; Pinillos et al., 2016, p. 41; Zalama et al., 2014, p. 4). In addition, the world's first robotic arm-shaped suitcase carrier, called YOBOT, has been put into service at Yotel New York (Yotel New York, 2020).

1.3. Robot Concierge

Hilton has partnered with IBM on a robot named "Connie", where the information it will provide to guests is powered by the Watson artificial intelligence application base. Connie is a humanoid robot concierge that provides information about the hotel and its destination to guests (Davis, 2016; Hilton Worldwide, 2016; Park, 2020, p. 3). Connie is able to interact with guests by responding to their questions

about the services offered in the hotel and recommends the attractions around the hotel for guests. Connie acquires new information every time it interacts with guests and improves itself for potential questions that may be asked in the future since it is supported by artificial intelligence (Ivanov et al., 2017, p. 1506). In 2018, Italy's first robot concierge called "Robby Pepper," developed by Japan's Softbank Robotics and able to serve in Italian, English, and German languages, started to be used in a hotel located on the shore of Lake Garda in Italy (Barry, Pele, 2018). "Connie" and "Robby Pepper" provide guests with detailed information about the places to visit, activities to do, and the hotel based on the weather and the check-out dates of them (CRM Medya Turizm, 2020). Another robot concierge called "Mario" is used in the Ghent Marriott Hotel in Belgium (Chestler, 2016; ReviewPro, 2016).

1.4. Robot Bartender

A robot bartender can be in the form of a robotic arm or in a humanoid appearance (Tussyadiah et al., 2020). It has two robotic arms located in the bar's center under the bottles (Berezina et al., 2019, p. 205). It generally has the ability to perceive the guests as human beings, to receive and deliver their beverage orders (Giuliani et al., 2013, p. 263). On the cruise ship named "Quantum of the Seas", operated by Royal Caribbean, the robot bartender, which is the first bartender in cruise tourism in the world, takes the beverage orders of the passengers via the tablets in the bar, and passengers can watch the robotic arm while their orders are prepared. Since the robot is pre-programmed for the mixture amounts, it takes the right amount of the products required for the mixture and serves the beverages with ice and lemon to the guests (Sloan, 2014).

1.5. Delivery Robot/Robotic Butler

An example of a robotic butler/delivery robot can be encountered in the Aloft Hotels - brand of the Starwood hotel chain -, and the robot is used to deliver orders to the rooms instead of human employees (Crook, 2014; Markoff, 2014; Park, 2020, p. 3). Another example is a delivery robot named "Wally" at the Residence Inn Marriott LAX Hotel (Tung & Au, 2018, p. 2685). In addition, Hotel Jen in Tanglin employs two delivery robots, named "Jeno" and "Jena." They are located in the lobby area, dressed in uniform, and they depart for rooms at an average speed of 2.5 km, slower than a person's walking speed, and deliver guests' orders (Lin, 2017). These robots can roam around the hotel, use the elevator, call the room when they arrive at the guest's door, and deliver orders to the guest (Ivanov et al., 2017, p. 1506). In addition, if a guest requests something, such as a toothbrush or an extra towel, the hotel staff loads such requests to the order delivery robot, calls the room, and sends the orders to the guest's room (Crook, 2014).

1.6. Robot Chef

M Social Singapore Hotel introduced the robot chef named "Ausca" in 2017. It is stated that this robot chef can cook sunny side up and omelets and can improve itself by learning more different egg cooking techniques (Lin, 2017). Furthermore, there are also robot chefs that can cook sushi (Sushirobo.com, 2020), noodles named "Foxbot" (Elkins, 2015), a sausage named "BratWurst Bot" (Filloon, 2016), and burgers (Troitino, 2018).

1.7. Robot Waiter (Server)/Robot Busser

The use of robots as waiters in the service industry is an increasingly common practice. It is pointed out that restaurant owners look for robot waiters to assist in providing service to guests in cases where the staff cannot keep up with the orders or the number of waiters is limited (Cheong et al., 2016, p. 681). Robot waiters and robot bussers can assist restaurant staff when restaurants are busy; however, it is also stated that the overuse of robots may cause the dismissal of some employees (Ivanov & Webster, 2020, p. 1073). A robot in a red apron and holding a tray meets guests in a seafood restaurant called Rong Heng in Singapore; the orders of the guests are brought by two robots named "Lucy" and "Mary" with a stylish scarf around their necks (Ang, 2016).

1.8. Robot Housekeeper

Park Avenue Rochester Hotel is the first business hotel in Singapore to employ robots to deal with the hotel's affairs. The robot named "Robie" in this hotel helps housekeeping employees carry linens, garbage, large-volume items, and bulk products between floors. Robie can do the work of 3.5 full-time employees by itself thanks to its performance throughout the day, which provides cost savings to the business (Lin, 2017).

1.9. Robot Host/Hostess

Robots can also be used to encourage sales. Tanuki restaurant in Dubai utilizes a robot host to attract guests to the restaurant. The robot host can communicate with guests, give them discount coupons, and persuade guests to visit the restaurant (Ivanov & Webster, 2020, p. 1073). Robot hosts can be thought of as an alternative to human hosts for tech-savvy restaurants or the ones targeting young customers. Communicating with such robots can be a futuristic experience for tech-savvy customers, and they allow such customers to have fun during their visits to the restaurant (Berezina et al., 2019, p. 198).

1.10. Robot Guide

Robot guides are included in the "mobile guide and information robot" category in the classification made by the International Federation of Robotics and are the ones that provide information to people in museums and exhibition places (Yıldız, 2019, p. 170). Yamazaki et al. (2009) developed a robot guide to introduce the museum artifacts to the visitors and interact with them in the Ohara Art Museum in Kurashiki, Japan.

1.11. Drones

A drone is defined as "an aircraft without a pilot, controlled from the ground, used for taking photographs, dropping bombs, delivering goods, etc." (Oxford Learner's Dictionaries, 2020). Drones were first considered unmanned aerial vehicles used in military operations (Russel & Norvig, 2016, p. 1009). For example, the word drone was first used in the US Navy in 1935 (Clarke, 2014, p. 235). Later, drones have shown themselves in different industries for various purposes. There are also studies on the use of drones in order delivery in the tourism and hospitality industry (Hwang, Cho, & Kim, 2019; Hwang, Kim, & Kim, 2019; Hwang, Lee, & Kim, 2019; Hwang, Kim, & Kim, 2020). Other than order

delivery, drones are used for video shooting for destination marketing (Stankov et al., 2019) and photographing to monitor visitors in areas such as archaeological sites (Donaire, Galí & Gulisova, 2020). In the food and beverage industry, drones serve as waiters in Timbre @ The Substation by carrying meals and beverages to customers (Millward, 2015). Domino's Pizza has delivered the first commercial drone pizza to a customer in Auckland, New Zealand (Lui, 2016). Since drones use electric power in order delivery, they contribute to the green image of food and beverage businesses in protecting the environment (Hwang & Kim, 2019).

2. Chatbots

A chatbot is a software program that enables users/consumers to communicate with the system using their native languages (Abu Shawar & Atwell, 2007, p. 29). It is one of the self-service technology applications and can also be named as "virtual agent" or "chatterbot." It can pop up in web pages or mobile applications of the businesses (Melián-González et al., 2019, pp. 1-2). In the same study, reviewing the comments on Tripadvisor, it is given that the guests of hotels, restaurants, and transportation and entertainment centers frequently use chatbots. Marriott International allows its guests to make their reservations for any of its 4,700 hotels via a chatbot on Facebook Messenger (Phaneuf, 2020).

3. Facial Recognition

Biometric technologies are based on using people's physical characteristics, such as eyes, iris, fingerprint, face, palm geometry, and voice. These technologies adopt the principle of shortening daily work processes and making people's lives easier by using their biometric data. Facial recognition technology is also among such biometric technologies. In the context of the tourism industry, consumers/users take advantage of such technologies. For example, passengers at Gatwick Airport in the UK do their own passport controls by scanning their face on a face recognition system (Ivanov & Webster, 2019, p. 16). Customers at Ufood Grill in Maryland can place their orders and make payments in less than 10 seconds using facial recognition technology (Marston, 2017). A kiosk, which serves on the basis of facial recognition technology at the KFC restaurant in Beijing, offers meals by gender, ages, and moods of the customers (Wu, 2017). Guests can perform their check-ins and check-outs very quickly using facial recognition technologies at Fairmont Singapore, Swissotel The Stamford Marcus Hanna (Rajagopal, 2019), and Marriott Hotels in China (Revfine, 2020). In China, Alibaba's FlyZoo Hotel uses facial recognition technology to enable its guests to select and book their rooms (Wolfe, 2019). Considering that the global face recognition technology market is USD 4.05 billion in 2017 and is expected to reach USD 7.76 billion by 2022 (Hristova, 2019), it is not prudent to state that using these technologies in the tourism and hospitality industry will gradually increase.

4. Language Translators

The key problem of a tourist when it goes abroad is related to the language barrier. Language translators are among the most critical technological software that helps a tourist to communicate with the local people and participate in tourism activities in the relevant destination by using the local language. Today, several programs help solve the foreign language problem, and the well-known of these is "Google Translate." Google translate allows a tourist who travels to a country and does not know

the language to communicate with the local people in their own language. The tourist translates the sentence in its own language through the Google Translate program to the local language, or the tourist understands what others mean by translating the sentence spoken by them into its own language via the program; thus, a more accessible and more understandable communication can be established. Apart from Google Translate, applications, such as Microsoft Translate (Microsoft, 2020), SayHi (an Amazon company) (SayHi, 2020), and iTranslate Translator (an Apple application) (iTranslate, 2020), help tourists to communicate with local residents and also enables the tourist to understand what is written in menus by reading and translating the menus in restaurants or hotels.

5. Optimization Services

Service providers can optimize their services using artificial intelligence with the Maximum Likelihood Estimation algorithm (Samala et al., 2020). Since optimization services are based on optimizing a service provided, it often occurs in the tourism and hospitality industry in the form of fare and rate forecasting, and tourism demand forecasting. Businesses adopt a dynamic pricing system by using this algorithm to make price estimations and adjust their prices in periods of low or high demands.

5.1. Fare and Rate Forecasting

One of the areas where artificial intelligence applications emerge in the tourism and hospitality industry as optimization services is fare and rate forecasting. Room occupancy rates can now be estimated with various machine learning models and artificial intelligence applications. For example, the ARIMA model (Chow et al., 1998), neural network approach (Law, 1998), big data (Pan & Yang, 2017), and Bayesian compression methods (Assaf & Tsionas, 2019) are among the methods used to estimate room occupancy rates. In addition, accommodation businesses can benefit from artificial intelligence applications regarding the prices of their rooms. Besides, as tourists are very price-sensitive, they want to know when the best time is to purchase or when the best, most affordable price will be. Some web pages help tourists in this regard. For example, some web pages help tourists to predict when to get the best offer and when to make the best purchase by directing some questions, such as “When is the best time to buy airline tickets?” (Schwahn, 2017) or “Here's exactly when to buy plane tickets to get the best deals” (Martin, 2018). Hopper and KAYAK websites are corporate websites that provide support to tourists in predicting unpredictable prices in the tourism and hospitality industry (Huang et al., 2019).

5.2. Tourism Demand Forecasting

Multi-layer perceptron networks, which are among the models of artificial neural networks (Claveria et al., 2015; Kon & Turner, 2005; Law, 2000; Law & Au, 1999), and deep learning methods (Law et al., 2019) are widely used in forecasting tourism demand. Moreover, support vector machine (Chen & Wang, 2007; Chen et al., 2015; Hong et al., 2011), a composite search index (Li et al., 2017), the fuzzy time series (Tsaur & Kuo, 2011; Wang, 2004), Gaussian processes (Tsang & Benoit, 2020) are used in forecasting tourism demand.

Such methods allow one to estimate the demand for the region, destination, or businesses periodically, and businesses update their prices through dynamic pricing according to these estimations.

In this regard, destinations may intensify advertisement and promotion activities during periods when demand is expected to be low to increase the demand.

5.3. Search Engine

Search engines are becoming increasingly essential for travel planning in the tourism and travel industry and attract destination marketing organizations' attention as an essential element in their marketing activities (Fesenmaier et al., 2011, p. 587). Those who will be traveling use search engines to make a travel plan consisting of accommodation, attractions, tours, restaurants, and activities in the region and decide on the regions they will travel to by the search engines' recommendations. As optimization services, they are used by tourists for hotel reservations or flight ticket purchases (Samala et al., 2020). For example, the search engines "Utrip" and "Avvio" use machine learning algorithms to assist their partner airlines, convention and visitor bureaus, hotels, and destination marketing organizations in providing customized travel advice for their customers. Utrip provides travel suggestions to the customers upon request within seconds, according to a number of variables, such as their interests, preferences, locations, and budgets, and customers can make purchasing by such travel suggestions (Abadicio, 2019).

5.4. Consultancy Services

Artificial intelligence applications can also be used by businesses providing consultancy services in the tourism and travel industry. These businesses offer recommendations similar to the search engine; the difference is that these businesses work in close cooperation with travel or accommodation businesses. For example, AltexSoft, a Ukrainian-based B2BN company, cooperates closely with travel and hospitality businesses to develop unique software and systems thanks to their data and machine learning teams and provides consultancy to these tourism businesses with regard to booking and reservation, travel management, and airline management by using natural language processing, automation, and machine learning models (Abadicio, 2019).

6. Other Artificial Intelligence Applications in the Tourism and Hospitality Industry

In terms of other artificial intelligence applications in the tourism and hospitality industry, this section presents the most common examples of technologies that tourists can use on their own, which can be called self-service technology.

6.1. Self-Service Check-In and Check-Out Kiosks

Self-check-in and check-out information kiosk is a technology that has just begun to be adopted in the hospitality industry, allowing guests to perform their check-ins and check-outs on their own without visiting the reception (Kim & Qu, 2014, p. 227). Yotel New York offers its guests to do their check-ins quickly and easily with self-service kiosks, like those at airports, without waiting at the reception (Yotel New York, 2020). Such kiosks are also used at airports. Self-service kiosks at airports allow passengers to check-in, print their boarding passes (Future Travel Experience, 2013), and check-in luggage (Nicas & Michaels, 2012) without any staff assistance.

6.2. Artificially Intelligent Virtual Assistant

Wynn Las Vegas announced in 2016 that it planned to equip all of its rooms with the Echo system, a hands-free voice-controlled speaker from Amazon. This application is a first in the world, allowing guests to control many technologies in the room with voice commands to the virtual assistant Alexa, the brain behind Echo technology (Hotelmanagement.net, 2016). Also, virtual assistants can connect to travel agencies' web pages and assist the guests about the activities in the destination, flight and accommodation reservations (Ivanov et al., 2017, pp. 1511-1512). Divan Istanbul offers the smart virtual assistant "Assista" to the service of its guests in cooperation with Arçelik, allowing guests to use their voice commands to turn on or off lights and curtains, change air conditioning settings, and access information about the weather, exchange rates, news summaries, traffic and road conditions, and the best restaurants and events in the city (CHIP Online, 2018). In addition, a virtual assistant named SARA, which has an automatic tourist information system in Singapore and provides information about the city, is at the service of tourists. Tourists can communicate with SARA by speech, typing, or QR code scanning, and they can visit the city without any human assistance according to the information provided by SARA (Niculescu et al., 2014).

D. Artificial Intelligence, Robotic Technologies, and Their Possible Impacts on the Future of the Tourism and Hospitality Industry

Considering the historical development of artificial intelligence and robotic technologies, it is a known fact that these technologies will be the ones that people will frequently use in their daily and professional lives in the next few decades. In this context, it is predicted that the use of artificial intelligence and robotic technologies will become more widespread in the tourism and hospitality industry. Current practices point out that these technologies are used in the front office and food and beverage departments, which frequently interact with the guests. However, their usage is limited in the housekeeping department. In the following years, it is foreseen that these technologies will be used in laundry and housekeeping services, such as room cleaning, folding sheets and towels, and moving and collecting dirty sheets to a particular area (Yang et al., 2020). With the transformation of the rooms into smart ones, it is likely that the guests will control the lights, curtains, air conditioning, TV, room temperature, and smart room systems through virtual assistants that are installed in the rooms and sensitive to the voices of the guests. The future also expects technologies such as detecting the guest's mood in the morning with artificially intelligent visual and audio systems and creating scenes on the walls by its mood to make the guest feel of being awakened. Ordering via mobile applications powered by artificial intelligence is another technology that is likely to become widespread in hotels. Keeping a record of the guest's past experiences on this technology will enable the guest to view the past orders once launching the application and place orders quickly by saving time, which can be considered a situation that increases guest satisfaction and quality of experience. Furthermore, the use of artificial intelligence and robotic technologies, which emerge in the form of robot receptionists, robot bellboy, robot concierge, and self-service check-in and check-out kiosks in the front office department, will become more widespread in the coming years.

These technologies have started to be used very often in the food and beverage departments in hotels and restaurants, especially in technology-intensive countries. In such food and beverage businesses, the guest's order can be taken on the order screen next to the table, via the QR (Quick Response) code, or by the robot waiter, be prepared by robot chefs in the back of the house with the beverages mixed by a robot bartender, and be delivered to the guests with conveyor belts, robot waiters, or robot bussers (Yang et al., 2020). The quality of the service can be a factor that increases the experience and satisfaction of a tech-savvy guest. Perhaps the most common artificial intelligence technologies to be used in this area are drones. Nowadays, drones are frequently used in many sectors for image and video purposes, and they appear in food delivery service in the food and beverage industry. Current practices with drones imply that food delivery service with drones will become widespread in the coming years, which is still in trial stages and being piloted.

Artificial intelligence technologies are used in meeting and event management on the basis that the participants attending the meeting should enjoy and have fun at a meeting. Ensuring a participant to attend meetings with a pre-assigned QR code badge and the artificial intelligence program's recognizing the participant from the QR code and greeting it by SMS or showing its name on the screen will increase the satisfaction of the participant. In addition, it is anticipated that enabling a large number of participants from different locations of the world to participate in a meeting with mobile telepresence robots will take its place in the industry as an increasingly widespread practice in the coming years because participants will have saved time and accommodation and transportation costs.

Golf is known as an expensive sports branch, among others. There are many accommodation businesses that specialize and invest in golf tourism, especially in the Belek/Antalya, Turkey. These businesses employ staff specialized in this field to meet the guests' needs and requests in the golf courses. The staff maintains courses, uses buggies to help guests reach golf courses and different points within these courses, and collects golf balls. At the same time, there are personnel in charge of mowing the growing grass. In the next few decades, it seems likely that the mowing will be assigned to robots; the buggies will be driverless and move with navigation by the guest's instructions; and drones will do the ball collecting work.

In the context of the travel and transportation industry, facial recognition systems, which are still in the pilot implementation stage at airports, are technologies based on passengers' biometric data. Passengers will be able to pass passport control quickly and save time thanks to these technologies. It is anticipated that the pilot implementations of such technologies will be completed in the coming years, and they will become widespread in airports, which are considered hubs in almost every country. In addition to airports, travel agencies appear among other types of businesses in the travel and transportation industry, where artificial intelligence and robotic technologies are used. Travel agencies will be using artificial intelligence applications frequently not only for forecasting tourism demand but also as chatbots and robot guides in the coming years. Robot guides will be able to play an active role in introducing historical and archaeological sites to guests in their own language. It is thought that robots will be deployed for room cleaning or deck cleaning in cruise tourism, and it will be one of the main goals

to increase the satisfaction and experience of guests by developing the capabilities of robot bartenders and robot chefs.

It is also possible to use IoT (internet of things)-based information systems for hot air ballooning, which is considered a very important attraction in tourism. In this context, as a result of the automation and evaluation of the existing data collected, it is expected to save work and time, and to implement systems that allow safe flights with more accurate measurements (Özen, 2020).

The use of robot guides in museums is still in its infancy. Robot guides serve to increase visitors' existing knowledge by showing them around and providing relevant information about the features of the artifacts exhibited in the museum. It can be anticipated that the use of these guide robots in museums will increase in the future. In addition, virtual guides, which are among other the artificial intelligence technologies used in museums, have started to be deployed in many museums but will be available to visitors in almost all museums in the future.

It is a known fact that the use of artificial intelligence and robotic technologies will increase in the tourism industry, as indicated in the relevant studies. Therefore, it is deemed necessary to emphasize some impacts of these technologies on the tourism sector. These technologies primarily have impacts on employees. These technologies are generally perceived as the ones that can replace the staff; however, they should be considered technologies that will help the staff and increase the service quality. They will be able to contribute to the more comfortable and more efficient execution of daily operations. In addition, artificial intelligence and robotic technologies will bring out new types of professions and be perceived as technologies that can extinguish some existing professions. However, they can be used effectively in tourism with such new professions they will bring out. Another impact on employment is that they are technologies that can be a solution to labor turnover (Ivanov & Webster, 2017; Kuo et al., 2017; Shamim et al., 2017). Nowadays, employees can change their places very often for various reasons, and businesses may have difficulties replacing them. The increasing use of robotic technologies in these businesses will prevent this adverse situation and create a workforce that can work 24/7. Besides, deploying robotic technologies in night shifts, where many people are unwilling to work, blink as a solution, especially for accommodation businesses. In addition to all these, the deployment of robots will prevent thefts at sales points and revenue loss.

Artificial intelligence and robotic technologies also have an impact on guests. As can be implied from the studies on the use of these technologies in the tourism and hospitality industry and their impacts on guests, guests' experience and satisfaction will increase, leading technology-oriented guests to pay more voluntarily. In addition, humanoid appearance and their interaction and verbal communication capabilities, which are indispensable for the service sector, can be considered another issue that satisfies the guests. The speed, punctuality, and delivery style of services offered by robots will positively affect the service quality perceived by guests.

These technologies have a number of impacts on the operations and financial budgets of businesses as well as staff and guests. First of all, these technologies can increase the production capacities and sales of tourism and hospitality businesses and reduce production, staff, and stocking costs, which inevitably

have significant positive effects on businesses in financial terms. Therefore, it is expected that businesses seeking such advantages will make their ecosystems, operations, and available physical buildings suitable for the use of robots. Besides, staff should be offered training about the usefulness and assistive nature of these technologies and how to utilize them. Including courses on the benefits and use of artificial intelligence and robotic technologies and how to optimize human-robot interaction in higher education curricula will enable students, who are potential sector employees, to perceive these technologies as auxiliary staff, not a threat.

It is supposed to be important that tourism and hospitality businesses and destinations desiring to gain a competitive advantage in the international tourism market utilize such technologies. The high initial setup costs may prevent many businesses and destinations from investing in these technologies. However, the reputation and brand image of businesses and destinations will be fostered with these technologies, and the competitive advantage will make them more preferred ones. At the same time, the use of such technologies in marketing activities will similarly increase the power of those businesses or destinations in the market. On the other hand, the host countries of such businesses and destinations must have appropriate infrastructures to invest in these technologies or develop their existing infrastructures to use them. It is important to eliminate the obstacles in the current laws or prepare a legal basis that facilitates the use of these technologies in businesses and destinations. Moreover, it seems likely that countries will gain extra tax revenues with the use of robots in the tourism and hospitality industry (Ivanov & Webster, 2020).

The use of artificial intelligence and robotic technologies in the tourism and hospitality industry has potential risks and ethical concerns as well as desirable impacts. For example, it becomes difficult to use such technologies in tourism and hospitality businesses seeing that all guests from different nationalities may experience difficulties adopting or accepting these technologies due to cultural differences, age, and traditional orientation. In addition, staff not accepting these technologies, because they think these technologies will replace them, is one of the challenges businesses will face in the coming years. Another point is that if these technologies communicate with other devices through sensors within the scope of the “internet of things,” it is likely that artificial intelligence programs will get out of control. Finally, the biggest challenge of these technologies is the cybersecurity problem. Since these technologies operate connected to the internet, they are prone to cyberattacks; therefore, all kinds of personal data obtained from guests through such technologies should be kept strictly confidential with relevant measures.

Conclusion and Recommendations

Although the adoption of artificial intelligence applications and robotic technologies is not often welcomed by the tourism and hospitality industry, these technologies have gradually become a part of our lives with the effect of the developments in the technology age. At this point, the question is, “Will robots be able to offer the services at least as well as humans with the help of artificial intelligence?” This question should be responded to in light of the future developments with the artificial intelligence applications and robotic technologies being used today, discussed comprehensively within the scope of this study. As a matter of fact, it is known that the aforementioned artificial intelligence applications and

robotic technologies are predominantly projected, developed, and implemented as a result of several scientific studies. Although the tourism and hospitality industry stakeholders still have difficulties in obtaining qualified human resources, they have difficulty accepting these technological developments. On the one hand, a large number of people focus on developing themselves both theoretically and practically for such a human-oriented sector; on the other hand, it is an indisputable fact that unmanned technologies are being developed at full speed to replace these people. Another question that needs to be addressed is, “Is the main purpose to provide a completely unmanned service or to increase the service quality by helping qualified staff?” Although it is quite challenging to answer this question, any service provided without a human touch always fail to satisfy consumers' demands and needs due to the nature of the tourism and hospitality industry. Concepts, such as feeling, emotion, smile, and sincerity, are indispensable for hosting, and artificial intelligence technologies and service robots cannot be expected to evoke such concepts, like a human. In other words, although there have been technological developments in the tourism and hospitality industry, it is not possible to talk about “service” and “hospitality” without people. Literally, it is most likely for artificial intelligence applications and robots to be recognized as important elements that help tourism staff, not replace them, and even serve in new professional positions.

Although the general view regarding the adoption of artificial intelligence applications and robotic technologies is now conservative and cautious, these technological developments have tangible benefits for administrative staff, businesses, operators, suppliers, employees, consumers, and many other stakeholders. In terms of tourism policies and planning, administrative staff can be empowered for better future projections and healthier decisions with the help of precise predictions of artificial intelligence applications. They can also provide benefits in managing the tax on tourism revenues. In terms of workforce and employment, service robots can be advantageous for businesses in the tourism and hospitality industry with high personnel turnover. On the other hand, consumers, who want to experience a different service concept, can have the experience of receiving services from robots, machines, or humanoid robots, willing to pay more to businesses. In terms of minimizing service errors, they may be likely to increase service quality and indirectly ensure customer satisfaction and loyalty. They can also play an influential role in increasing production and reducing operating costs in the long run. When evaluated for operators and business managers, artificial intelligence applications and robotic technologies can significantly benefit marketing management, increase competitiveness, and provide a competitive advantage against other businesses. Even though it is noted that the increasing demand for service robots, especially in accommodation and food and beverage businesses, is due to the desire of consumers to have the aforementioned experience, service robots may be developed further and perform tasks that can help people, even if not as much as a human. In this context, countries need to have an infrastructure suitable for these technologies or to develop their existing infrastructure and to make relevant legal regulations to utilize these applications and technologies.

It is also imperative to include these technologies in higher education curricula and to conduct further studies on how to optimize human-robot interaction. Students enrolled in relevant programs should be encouraged to know artificial intelligence applications and robotic technologies and carry out joint projects with academics in engineering departments. Hence, exchanging ideas with people who

know the nature of the industry may lead different technologies to be developed to satisfy consumers' needs and demands. For example, these technologies appear as waiters, bussers, and hosts/hostesses in the service area, as well as chefs in the kitchen, automation devices, conveyors, or drones in hospitality management or in food and beverage management. Many technologies that have not been thought of until today can only be possible with academic circles and industry practitioners forming joint working groups and creating outputs. Similar developments may occur for travel agencies, airports, museums, and transportation companies, which are essential stakeholders of the tourism and hospitality industry.

Lastly, the issue related to technology acceptance of guests and employees should also be seen as such significant threats that guests' not being technology-oriented, not accepting new technologies, reluctance to use these technologies, and staff's not adopting these technologies should be considered as possible obstacles. Another critical challenge - perhaps the most important one - is that these internet-based technologies raise cybersecurity concerns, and consequently, ethical concerns, such as privacy and confidentiality. At this point, it is relatively important that the tourism and hospitality industry should overcome such obstacles in the use of artificial intelligence applications and robotics technologies. With the disappearance of question marks for both internal and external stakeholders of the industry, it is inevitable that they follow and use these technological developments in the future.



KAYNAKÇA

- Abadicio, M. (2019, November 22). AI in the travel and tourism industry – Current applications. <https://emerj.com/ai-sector-overviews/ai-travel-tourism-industry-current-applications/>
- Abu Shawar, B., & Atwell, E. (2007). Chatbots: Are they really useful?. *LDV-Forum*, 22(1), 29–49.
- Alom, M. Z., Taha, T. M., Yakopcic, C., Westberg, S., Sidike, P., Nasrin, M. S., ... Asari, V. K. (2019). A state-of-the-art survey on deep learning theory and architectures. *Electronics*, 8, 292, 1–66. <https://doi.org/10.3390/electronics8030292>
- Alpaydin, E. (2014). *Introduction to machine learning* (Third Ed.). The MIT Press.
- Ang, B. (2016, February 07). Robot Lucy at your service at newly opened Rong Heng Seafood. <https://www.straitstimes.com/lifestyle/food/robot-lucy-at-your-service-at-newly-opened-rong-heng-seafood>
- Assaf, A. G., & Tsionas, M. G. (2019). Forecasting occupancy rate with bayesian compression methods. *Annals of Tourism Research*, 75, 439–449. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.009>
- Barry, C., & Pele, C. (2018, April 02). Meet Italy's robot concierge. <https://www.stuff.co.nz/travel/news/102771691/meet-italys-robot-concierge>
- Berezina, K., Ciftci, O., & Cobanoglu, C. (2019). Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Restaurants. In S. Ivanov & C. Webster (Eds.), *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 185–219). Emerald Publishing Limited.
- Berliner, H. J., & Ebeling, C. (1990). Hitech. In T. A. Marsland & J. Schaeffer (Eds.), *Computers, Chess, and Cognition* (pp. 79–109). Springer.

- Buchanan, B., Sutherland, G., & Feigenbaum, E. A. (1969). Heuristic DENDRAL - A program for generating explanatory hypotheses in organic chemistry. In B. Meltzer & D. Michie (Eds.), *Machine Intelligence 4* (pp. 209–254). Edinburgh University Press.
- CAICT. (2018). 2018 world artificial intelligence industry development blue book. <http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/201809/P020180918696200669434.pdf>
- Chen, H. (2019). *Success factors impacting artificial intelligence adoption --- Perspective from the telecom industry in China*. [Unpublished Doctoral Dissertation]. Department of Business Administration-Information Technology, Old Dominion University.
- Chen, K. Y., & Wang, C. H. (2007). Support vector regression with genetic algorithms in forecasting tourism demand. *Tourism Management*, 8(1), 215–226. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.018>
- Chen, R., Liang, C. Y., Hong, W. C., & Gu, D. X. (2015). Forecasting holiday daily tourist flow based on seasonal support vector regression with adaptive genetic algorithm. *Applied Soft Computing Journal*, 26, 435–443. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2014.10.022>
- Cheong, A., Lau, M. W. S., Foo, E., Hedley, J., & Bo, J. W. (2016). Development of a robotic waiter system. *IFAC-PapersOnLine*, 49(21), 681–686. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2016.10.679>
- Chestler, D. (2016). The future is now: How robots are storming the travel industry. <https://www.siteminder.com/r/trends-advice/hotel-travel-industry-trends/future-robots-storming-travel-industry/>
- CHIP Online. (2018, March 2018). Divan İstanbul'da akıllı otel deneyimi yaşıyor. https://www.chip.com.tr/haber/divan-istanbulda-akilli-otel-deneyimi-yasaniyor_74904.html
- Chow, W. S., Shyu, J. C., & Wang, K. C. (1998). Developing a forecast system for hotel occupancy rate using integrated ARIMA models. *Journal of International Hospitality, Leisure & Tourism Management*, 1(3), 55–80. https://doi.org/10.1300/J268v01n03_05
- Clarke, R. (2014). Understanding the drone epidemic. *Computer Law and Security Review*, 30(3), 230–246. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2014.03.002>
- Claveria, O., Monte, E., & Torra, S. (2015). Tourism demand forecasting with neural network models: Different ways of treating information. *International Journal of Tourism Research*, 17, 492–500. <https://doi.org/10.1002/jtr.2016>
- CRM Medya Turizm. (2020, November 18). Otelcilik Sektöründe Yapay Zeka Uygulamaları. <https://www.crmturizm.com/otelcilik-sektorunde-yapay-zeka-uygulamaları/>
- Crook, J. (2014, August 13). Starwood introduces robotic butlers at aloft hotel in Cupertino. <https://techcrunch.com/2014/08/13/starwood-introduces-robotic-butlers-at-aloft-hotel-in-palo-alto/#:~:text=Starwood%2C%20one%20of%20the%20world's,around%20guests%20and%20use%20elevators>
- Davis, L. K. (2016, March 9). Hilton and IBM pilot “Connie,” The world’s first Watson-enabled hotel concierge robot. <https://www.ibm.com/blogs/watson/2016/03/watson-connie/>

- Deloitte. (2018). Global artificial intelligence industry whitepaper. <https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/global-ai-development-white-paper.html#>
- Donaire, J. A., Galí, N., & Gulisova, B. (2020). Tracking visitors in crowded spaces using zenith images: Drones and time-lapse. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100680. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100680>
- Elkins, K. (2015, May 07). This restaurant has a new secret weapon: A robot that slices the perfect noodle faster than any human. <https://www.businessinsider.in/This-restaurant-has-a-new-secret-weapon-a-robot-that-slices-the-perfect-noodle-faster-than-any-human/articleshow/47188856.cms>
- Fesenmaier, D. R., Xiang, Z., Pan, B., & Law, R. (2011). A framework of search engine use for travel planning. *Journal of Travel Research*, 50(6), 587–601. <https://doi.org/10.1177/0047287510385466>
- Filloon, W. (2016, July 19). Bratwurst-cooking robot is a feat of German engineering. <https://www.eater.com/2016/7/19/12227128/bratwurst-robot-sausage-cooking-germany>
- Future Travel Experience. (2013, August). Customer service robots becoming a reality for airports and airlines. <https://www.futuretravelexperience.com/2013/08/customer-service-robots-becoming-a-reality-for-airports-and-airlines/>
- Gil, D., Hobson, S., Mojsilović, A., Puri, R., & Smith, J. R. (2020). AI for management: An overview. In J. Canals & F. Heukamp (Eds.). *The Future of Management in an AI World* (pp. 03–19). IESE Business Collection.
- Giuliani, M., Petrick, R. P. A., Foster, M. E., Gaschler, A., Isard, A., Pateraki, M., & Sigalas, M. (2013, December). *Comparing task-based and socially intelligent behaviour in a robot bartender*. Paper presented at the ICMI 2013 – 2013 ACM International Conference on Multimodal Interaction (pp. 263–270). <http://dx.doi.org/10.1145/2522848.2522869>
- Hilton Worldwide. (2016, March 09). Hilton and IBM pilot “Connie,” The world’s first Watson-enabled hotel concierge. <https://newsroom.hilton.com/corporate/news/hilton-and-ibm-pilot-connie-the-worlds-first-watsonenabled-hotel-concierge>
- Hong, W. C., Dong, Y., Chen, L. Y., & Wei, S. Y. (2011). SVR with hybrid chaotic genetic algorithms for tourism demand forecasting. *Applied Soft Computing Journal*, 11(2), 1881–1890. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2010.06.003>
- Hotelmanagement.net. (2016, December 20). Wynn Las Vegas adds Amazon Echo to all guestrooms. <https://www.hotelmanagement.net/tech/wynn-las-vegas-adds-amazon-echo-to-all-hotel-rooms>
- Hristova, Y. (2019). Face recognition for the hospitality industry. <https://roombre.com/en/blog/hotel-technology/face-recognition-for-the-hospitality-industry.html>
- Hu, W., Singh, R. R. P., & Scalettar, R. T. (2017). Discovering phases, phase transitions, and crossovers through unsupervised machine learning: A critical examination. *Physical Review E*, 95(6), 062122. <https://doi.org/10.1103/PhysRevE.95.062122>

- Huang, T., Chen, C. C., & Schwartz, Z. (2019). Do I book at exactly the right time? Airfare forecast accuracy across three price-prediction platforms. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 18, 281–290. <https://doi.org/10.1057/s41272-019-00193-7>
- Hwang, J., & Kim, H. (2019). Consequences of a green image of drone food delivery services: The moderating role of gender and age. *Business Strategy and the Environment*, 28, 872–884. <https://doi.org/10.1002/bse.2289>
- Hwang, J., Cho, S. B., & Kim, W. (2019). Consequences of psychological benefits of using eco-friendly services in the context of drone food delivery services. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(7), 835–846. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1586619>
- Hwang, J., Kim, H., & Kim, W. (2019). Investigating motivated consumer innovativeness in the context of drone food delivery services. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 102–110. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.01.004>
- Hwang, J., Kim, W., & Kim, J. J. (2020). Application of the value-belief-norm model to environmentally friendly drone food delivery services: The moderating role of product involvement. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1775–1794. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2019-0710>
- Hwang, J., Lee, J. S., & Kim, H. (2019). Perceived innovativeness of drone food delivery services and its impacts on attitude and behavioral intentions: The moderating role of gender and age. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 94–103. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.002>
- International Federation of Robotics [IFR]. (2020, August 24). Topics and Definitions. <https://ifr.org/>
- Ivanov, S., & Webster, C. (2017, October 19-21). *Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies – a cost-benefit analysis*. Paper presented at the International Scientific Conference on Contemporary Tourism – Traditions and Innovations, Sofia University (pp. 1-9). <https://ssrn.com/abstract=3007577>
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). *Conceptual framework of the use of robots, artificial intelligence and service automation in travel, tourism, and hospitality companies*. In S. Ivanov & C. Webster, (Eds.), *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 7-37). Emerald Publishing Limited.
- Ivanov, S., & Webster, C. (2020). Robots in tourism: A research agenda for tourism economics. *Tourism Economics*, 26(7), 1065–1085. <https://doi.org/10.1177/1354816619879583>
- Ivanov, S., Webster, C., & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27(28), 1501–1517. <https://ssrn.com/abstract=2964308>
- iTranslate. (2020, October 17). iTranslate Translator. <https://itranslate.com/apps>
- Joshi, A. V. (2020). Essential Concepts in Artificial Intelligence and Machine Learning. In A. V. Joshi (Ed.). *Machine Learning and Artificial Intelligence* (pp.9-20). Springer Nature Switzerland.

- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62, 15–25. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004>
- Kim, M., & Qu, H. (2014). Travelers' behavioral intention toward hotel self-service kiosks usage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(2), 225–245. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2012-0165>
- Kon, S. C., & Turner, L. W. (2005). Neural network forecasting of tourism demand. *Tourism Economics*, 11(3), 301–328. <https://doi.org/10.5367/000000005774353006>
- Kuo, C. M., Chen, L. C., & Tseng, C. Y. (2017). Investigating an innovative service with hospitality robots. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 1305–1321. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2015-0414>
- Law, R. (1998). Room occupancy rate forecasting: A neural network approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(6), 234–239. <https://doi.org/10.1108/09596119810232301>
- Law, R. (2000). Back-propagation learning in improving the accuracy of neural network-based tourism demand forecasting. *Tourism Management*, 21(4), 331–340. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00067-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00067-9)
- Law, R., & Au, N. (1999). A neural network model to forecast Japanese demand for travel to Hong Kong. *Tourism Management*, 20, 89–97. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00094-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00094-6)
- Law, R., Li, G., Fong, D. K. C., & Han, X. (2019). Tourism demand forecasting: A deep learning approach. *Annals of Tourism Research*, 75, 410–423. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.01.014>
- Lewis-Kraus, G. (2016, February 03). Check in with the velociraptor at the world's first robot hotel. <https://www.wired.com/2016/03/robot-henn-na-hotel-japan/>
- Li, X., Pan, B., Law, R., & Huang, X. (2017). Forecasting tourism demand with composite search index. *Tourism Management*, 59, 57–66. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.005>
- Lin, J. (2017). Robots are taking Singapore's hotel industry by storm – here's where to go for some robot hospitality. Retrieved June 1, 2020, from <https://www.businessinsider.com/robots-are-taking-singapores-hotel-industry-by-storm-heres-where-to-go-for-some-robot-hospitality>
- Lui, K. (2016, November 16). Watch Domino's pull off the world's first commercial pizza delivery by drone. <https://fortune.com/2016/11/16/dominos-new-zealand-first-commercial-pizza-delivery-drone/>
- Markoff, J. (2014, August 11). 'Beep,' says the bellhop. <https://www.nytimes.com/2014/08/12/technology/hotel-to-begin-testing-botlr-a-robotic-bellhop.html>
- Marston, J. (2017, December 21). Quick-service restaurants are quickly turning to facial recognition. <https://thespoon.tech/quick-service-restaurants-are-quickly-turning-to-facial-recognition/>
- Martin, E. (2018, March 21). Here's exactly when to buy plane tickets to get the best deals. <https://www.cnbc.com/2018/03/21/best-time-to-get-cheap-plane-tickets.html>

- McCarthy, J. (2007, November 12). What is artificial intelligence?. <http://jmc.stanford.edu/articles/whatisai/whatisai.pdf>
- McCorduck, P. (2004). *Machines who think: A personal inquiry into the history and prospects of artificial intelligence*. A K Peters/CRC Press.
- Melián-González, S., Gutiérrez-Taño, D., & Bulchand-Gidumal, J. (2019). Predicting the intentions to use chatbots for travel and tourism. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1706457>
- Microsoft. (2020, October 17). Microsoft Translator. <https://translator.microsoft.com/>
- Millward, S. (2015, February 10). Singapore restaurant shows off autonomous drone waiters. <https://www.techinasia.com/singapore-restaurant-autonomous-drone-waiters>
- Murphy, J., Hofacker, C., & Gretzel, U. (2017). Dawning of the age of robots in hospitality and tourism: Challenges for teaching and research. *European Journal of Tourism Research*, 15, 104–111.
- Neapolitan, R. E., & Jiang, X. (2018). *Artificial Intelligence with an Introduction to Machine Learning* (Second Ed.). CRC Press Taylor & Francis Group.
- Nicas, J., & Michaels, D. (2012, August 28). The Self-Service Airport. <https://www.wsj.com/articles/SB10000872396390443545504577567501420272414>
- Niculescu, A. I., Jiang, R., Kim, S., Yeo, K. H., D’Haro, L. F., Niswar, A., & Banchs, R. E. (2014, August 27-29). SARA: Singapore’s automated responsive assistant, a multimodal dialogue system for touristic information. Paper presented at the 11th International Conference on Mobile Web and Information Systems, MobiWIS 2014 (pp. 153-164). https://doi.org/10.1007/978-3-319-10359-4_13
- Oxford Learner’s Dictionaries. (2020, October 16). Drone. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/drone_1?q=drone
- Özen, I. A. (2020). Internet of things in tourism: A proposal of the information system for Cappadocia hot-air ballooning. In E. Çeltak (Ed.). *Handbook of Research on Smart Technology Applications in the Tourism Industry* (pp. 131-154). IGI Global.
- Pan, B., & Yang, Y. (2017). Forecasting destination weekly hotel occupancy with big data. *Journal of Travel Research*, 56(7), 957–970. <https://doi.org/10.1177/0047287516669050>
- Park, S. (2020). Multifaceted trust in tourism service robots. *Annals of Tourism Research*, 81, 102888. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102888>
- Phaneuf, A. (2020, February 12). 7 real examples of brands and businesses using chatbots to gain an edge. <https://www.businessinsider.com/business-chatbot-examples>
- Pinillos, R., Marcos, S., Feliz, R., Zalama, E., & Gómez-García-Bermejo, J. (2016). Long-term assessment of a service robot in a hotel environment. *Robotics and Autonomous Systems*, 79, 40–57. <https://doi.org/10.1016/j.robot.2016.01.014>
- Rajagopal, A. (2019, November 12). Singapore hotels help make a case for facial recognition tech. <https://hospitalitytech.com/singapore-hotels-help-make-case-facial-recognition-tech>
- Rasmussen, C. E., & Williams, C. K. I. (2006). *Gaussian Processes for Machine Learning*. The MIT Press.


- Revfine. (2020, October 15). 4 ways facial recognition can be used in the travel industry. <https://www.revfine.com/facial-recognition-travel-industry/>
- ReviewPro. (2016, September 21). Are robots changing the way that guest experience is measured in the hotel industry?. <https://www.reviewpro.com/blog/robots-changing-way-guest-experience-measured-hotel-industry/>
- Ritter, C. (2019). *User-based barriers to the adoption of artificial intelligence in healthcare*. [Unpublished Doctoral Dissertation]. Department of Business Administration, Capella University.
- Russel, S., & Norvig, P. (2016). *Artificial intelligence – A modern approach* (3rd Edition). Pearson Education Limited.
- Samala, N., Katkam, B. S., Bellamkonda, R. S., & Rodriguez, R. V. (2020). Impact of AI and robotics in the tourism sector: A critical insight. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2019-0065>
- Saygin, A. P., Cicekli, I., & Akman, V. (2000). Turing test: 50 years later. *Minds and Machines*, 10(4), 463–518. <https://doi.org/10.1023/A:1011288000451>
- SayHi. (2020, October 17). SayHi. <https://www.sayhi.com/tr/translate/>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Schwahn, L. (2017, October 23). When is the best time to buy airline tickets?. <https://www.nerdwallet.com/article/finance/best-time-to-buy-plane-tickets>
- Shamim, S., Cang, S., Yu, H., & Li, Y. (2017). Examining the feasibilities of industry 4.0 for the hospitality sector with the lens of management practice, *Energies*, 10(4), 1–19. <https://doi.org/10.3390/en10040499>
- Sloan, G. (2014, November 01). Robot bartenders? This new cruise ship has them. <https://www.freep.com/story/cruiselog/2014/11/01/quantum-robot-bar-cruise/18308319/>
- Stankov, U., Kennell, J., Morrison, A. M., & Vujičić, M. D. (2019). The view from above: The relevance of shared aerial drone videos for destination marketing. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(7), 808–822. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1575787>
- Sushirobo.com. (2020, June 12). Sushi Machines. <https://sushirobo.com/>
- Sutton, R. S., & Barto, A. G. (2018). *Reinforcement Learning, Second Edition: An Introduction - Complete Draft* (Second Ed.). The MIT Press.
- The International Organization for Standardization [ISO]. (2012). ISO 8373:2012(en) Robots and robotic devices – Vocabulary. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:8373:ed-2:v1:en>
- Troitino, C. (2018, June 21). Meet the world’s first fully automated burger robot: Creator debuts the big mac killer. <https://www.forbes.com/sites/christinatroitino/2018/06/21/meet-the-worlds-first-fully-automated-burger-robot-creator-debuts-the-big-mac-killer/#1dcfa0a06a89>
- Tsang, W. K., & Benoit, D. F. (2020). Gaussian processes for daily demand prediction in tourism planning. *Journal of Forecasting*, 39(3), 551–568. <https://doi.org/10.1002/for.2644>

- Tsaur, R. C., & Kuo, T. C. (2011). The adaptive fuzzy time series model with an application to Taiwan's tourism demand. *Expert Systems with Applications*, 38(8), 9164–9171. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.01.059>
- Tung, V. W. S., & Au, N. (2018). Exploring customer experiences with robotics in hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(7), 2680–2697. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2017-0322>
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence-AM Turing. *Mind*, 59(236), 433–460.
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>
- Tussyadiah, I. P., Zach, F. J., & Wang, J. (2020). Do travelers trust intelligent service robots? *Annals of Tourism Research*, 81, 102886. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102886>
- Wang, C. H. (2004). Predicting tourism demand using fuzzy time series and hybrid grey theory. *Tourism Management*, 25, 367–374. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00132-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00132-8)
- Wang, L. (2016). Discovering phase transitions with unsupervised learning. *Physical Review B*, 94(19), 195105. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.94.195105>
- Wolfe, F. (2019, October 10). Facial-recognition tech creates service, security options. <https://www.hotelmanagement.net/tech/facial-recognition-tech-creates-service-security-options>
- Wu, L. (2017, December 31). Big burger is watching you, and other ways facial recognition software is entering foodservice. <https://www.forbes.com/sites/lesliewu/2017/12/31/big-burger-is-watching-you-and-other-ways-facial-recognition-software-is-entering-foodservice/>
- Yamazaki, K., Yamazaki, A., Okada, M., Kuno, Y., Kobayashi, Y., Hoshi, Y., ... Heath, C. (2009, April 04–09). *Revealing gauguin: Engaging visitors in robot guide's explanation in an art museum*. Paper presented at the 27th Annual CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1437-1446).
- Yang L., Henthorne T.L., & George B. (2020). Artificial intelligence and robotics technology in the hospitality industry: Current applications and future trends. In B. George & J. Paul (Eds.). *Digital Transformation in Business and Society* (pp. 211-228). Palgrave Macmillan.
- Yıldız, S. (2019). Turist rehberliği mesleğinde robot rehberlerin yükselişi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(23), 164–177. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.481225>
- Yotel New York. (2020, June 18). Everything you need, and nothing you don't. <https://www.yotel.com/en/hotels/yotel-new-york/your-stay>
- Zalama, E., García-Bermejo, J. G., Marcos, S., Domínguez, S., Feliz, R., Pinillos, R., & López, J. (2014). Sacarino, a service robot in a hotel environment. In M. Armada, A. Sanfeliu & M. Ferre (Eds.) *Robot 2013: First Iberian Robotics Conference (vol. 2) - Advances in Intelligent Systems and Computing* (pp. 3–14). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03653-3_1



AKIŞ DURUMU, ALGILANAN DEĞER VE DESTİNASYON SADAKATI ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ: YÜRÜYÜŞ DENEYİMİ ÖRNEĞİ*

 Nihat ÇEŞMECİ^a

 Göknil Nur KOÇAK^b

Öz

Günümüz pazarlama koşullarında işletmeler yüksek değer sunabilmek için, ürünlerini deneyimlerle farklılaştırarak ve deneyimleri yöneterek rekabet üstünlüğü elde edebilmektedir. Bu araştırmada, deneyimlerin turistik ürünün temel bir bileşeni olduğu ve akış durumunun da turistik deneyimlerin çoğunda yaşanabileceği ön kabulünden yola çıkılarak, yürüyüş deneyimi özelinde bir tasarım gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel amacı, deneyimdeki akış durumu, deneyimin algılanan değeri ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkilerin tespit edilerek incelenmesidir. Bu amacı gerçekleştirebilmek için öncelikle literatüre dayalı olarak veri toplama aracı oluşturulmuş ve sonrasında Kapadokya bölgesi'nde yer alan Göreme Tarihi Milli Parkı sınırları içerisinde bireysel ve grup halinde yürüyüş yapan yerli ve yabancı turistlerden veri toplanmıştır. Toplamda analize elverişli 425 veri formu elde edilmiştir. Elde edilen veriler yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edilmiş ve yürüyüşteki akış durumunun, yürüyüşün algılanan değerini ve destinasyon sadakatini pozitif etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, yürüyüşün algılanan değerinin de destinasyon sadakatine pozitif anlamlı bir etkisi tespit edilmiştir. Bu bulguların, konuyla ilgili literatürdeki boşluğun doldurulmasında önemli bir teorik katkı niteliği taşıdığı ifade edilebilir. Bunun yanı sıra, araştırma bulgularından hareketle, turistik deneyimleri tasarlayan işletme ve destinasyon yöneticilerine, turistlerde daha fazla akış yaratabilecek deneyimler oluşturma konusuna odaklanmaları önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Akış, Algılanan Değer, Destinasyon Sadakati, Yürüyüş, Deneyim



EXAMINING THE RELATIONS AMONG FLOW STATE, PERCEIVED VALUE AND DESTINATION LOYALTY: THE CASE OF HIKING EXPERIENCE

Abstract

In today's marketing environment, businesses are able to achieve competitive advantage mostly by differentiating their products with experiences and managing those experiences in order to offer high value.

* Bu çalışma, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürütülmüş olan doktora tezinden üretilmiştir.

^a Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ncesmec@erciyes.edu.tr

^b Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, goknilkocak@hotmail.com

In this study it's assumed that the core product of tourism is experience and in the most of touristic experiences the flow state occurs. The study was designed in the context of a hiking experience. The main objective of the research was to examine the relations between flow state in hiking, perceived value and destination loyalty. Based on research objective and on the literature review, questionnaires were designed and used to collect data. Data were collected from local and foreign hiking groups and individual hikers at Göreme Historical National Park in Turkey's Cappadocia region. A total of 425 respondents contributed data to the study in a usable format. By applying structural equation modelling, it was found that the flow state in hiking has a strong positive effect on perceived value and on destination loyalty. Besides that, it was also found that perceived value of hiking has a positive effect on destination loyalty. Based on these findings, it can be stated that this research brings an important theoretical contribution to filling the gap in the literature on the subject. Furthermore, business and destination managers who design experiences are advised to focus on providing experiences that can create more flow for tourists.

Key Words: Flow, Perceived Value, Destination Loyalty, Hiking, Experience



Giriş

Turizm endüstrisinin, deneyimlere dayalı bir endüstri olduğu ve turistlerin de farklı destinasyonlarda unutulmaz deneyimler arayışında bulunduğu (Song vd., 2015, s. 401) dikkate alındığında, özellikle seyahatlerdeki farklı deneyimlerin oluşturduğu değer belirlenebilmesi önem arz etmektedir. Holbrook, (2000, s. 178) değer tüketim deneyiminin içinde bulunduğu yeni bir varsayım olmadığını belirtmektedir. Bu durum, deneyimlerin araştırılmasının önemini daha da arttırmakta ve son yıllarda tüketici davranışlarını anlamaya yönelik turizm alanı dışında yapılan pazarlama araştırmalarında bile deneyim kavramı sıkça ele alınmaktadır (Adhikari & Bhattacharya, 2016, s. 296; Carù & Cova, 2003, s. 267; Holbrook & Hirschman, 1982, s. 132; Mannell & Iso-Ahola, 1987, s. 316). Deneyimlerin araştırılmasına yönelik farklı yaklaşımlar olsa da, bir deneyimdeki akış durumunun tespiti, deneyimin iç yapısını anlayabilmek için kullanılacak en iyi yöntemlerden birisi olarak görülmektedir (Frochot vd., 2017, s. 82). Akış durumu, insanların yaptıkları aktiviteye dalmış oldukları, bu esnada onlar için başka hiç bir şeyin önemli olmadığı ve bu keyifli hali devam ettirmek için yüksek bir bedel ödemeye bile razı oldukları bir durumu ifade etmektedir (Csikszentmihalyi, 1990, s. 4). Bir çok farklı turistik deneyimde akış durumunun ortaya çıktığı belirlenmiştir. Örneğin Ayazlar (2015) yamaç paraşütü deneyiminde, Cheng ve Lu (2015) sörf deneyiminde, Lee ve Yoo (2011) temalı park ziyaretinde, Kim ve Thapa (2018) ekolojik paket turda, Cheng vd. (2016) ise yürüyüşteki akış durumunu ele alarak incelemişlerdir.

Turizm alanında, akış durumunu konu alan araştırmalar giderek artsa da, bu konuda kayda değer bir boşluğun olduğu söylenebilir. Örneğin, akış durumunun algılanan değerle ilişkilendirildiği çok az sayıda araştırmanın tespit edilmiş olması ve tespit edilenlerin (Kim & Thapa, 2018; Sénécal vd., 2002; Wang vd., 2007; Wu vd., 2014) de çoğunun elektronik ortamdaki (online) deneyimleri kapsamaması, önemli bir eksik olarak görülmektedir. Gerçek ortamdaki tüketim deneyimlerine yönelik ve özellikle turizm alanında akış durumu-algılanan değer ilişkisinin araştırılması, turizm endüstrisinin bir deneyimler endüstrisi olmasından dolayı önem taşımaktadır. Bununla birlikte, akış durumunun tüketim sonrası

davranışsal niyetlere etkisini ele alan araştırma sayısı da oldukça az ve çoğunlukla insan-bilgisayar etkileşimi özelindedir. Özellikle akış durumunun destinasyon sadakatine etkisini inceleyen tek bir araştırmaya ulaşılabılmış (Kim & Thapa, 2018) olması bu eksikliğin göstergesidir.

Bir turistik deneyim esnasında turistin algıladığı yüksek seviyeli akış durumu, o deneyimin algılanan değerini arttırabileceği gibi, deneyimin yaşandığı destinasyona yönelik tekrar ziyaret, tavsiye ve o yerle ilgili olumlu ağızdan ağıza iletişim ile sonuçlanabilecektir. Destinasyonlar arasında rekabetin kızıştığı günümüzde, bu ilişkileri ortaya çıkarabilmek, deneyimleri daha iyi tasarlamada kullanılacak ipuçları verebileceği gibi, deneyimlerin temel özelliklerinin anlaşılmasına da katkı sağlayabilecektir. Bu araştırmada, akış durumu, algılanan değer ve destinasyon sadakati değişkenleri arasındaki ilişkilerin yürüyüş deneyimi çerçevesinde sınanması tercih edilmiştir. Yürüyüş deneyiminin araştırmada bir değişken değil de bir örneklem çerçevesi olarak seçilmiş olmasının temel nedeni, araştırma amacına uygunluğundan dolayıdır. Yürüyüş deneyimi, bir kültür veya dinence amaçlı turun bileşeni olabileceği gibi, ayrı bir tematik turistik ürün olarak da ele alınabilmektedir (Kastenholz & Rodrigues, 2007, s. 7). Yani, tatilinin tamamını bir yürüyüş turunda geçirebilen turistler olduğu gibi, tatilinin belli bir gününü veya birkaç gününü yürüyüşe ayırabilen turistler de vardır ve bunların sayısı azımsanamayacak seviyededir. Yürüyüş, etkin katılım gerektiren, bireyin tüm duyu organlarıyla deneyime yoğunlaşma imkânı sunan, akış durumunun ön şartı olan zorluk-beceri dengesinin kurulmasını gerektiren bir deneyim (aktivite) türüdür. Ayrıca, daha önce yapılan bazı araştırmalarda yürüyüş deneyiminde akış durumunun ortaya çıktığının nicel bulgularla da belirlenmiş olması (Mills & Butler, 2005; Wöran & Arnberger, 2012) bu deneyim türünün seçilmesinde önemli bir etkidir.

Bu bilgilerden yola çıkarak, bu araştırmanın temel amacı, yürüyüş deneyimdeki akış durumu, deneyimin algılanan değeri ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkileri araştırmaktır. Amaca uygun, geçerli ve güvenilir bulgulara ulaşmayı sağlayabilecek veri elde etme ortamı olarak Kapadokya destinasyonunda gerçekleştirilen bireysel veya grup halindeki yürüyüş turları tercih edilmiştir. Bu destinasyonda turistlerin en çok tercih ettiği aktiviteler/deneyimler arasında vadi yürüyüşleri yer almakta ve bu nedenle, buradaki Göreme Tarihi Milli Parkı içerisindeki vadilerde yürüyüş yapan turistlerden veri toplanması uygun görülmüştür.

A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE, İLGİLİ LİTERATÜR VE HİPOTEZLER

1. Deneyim Kavramı

Son yıllarda pazarlamada oldukça önemli bir yer edinen deneyim kavramını anlamak ve açıklayabilmek adına çok sayıda araştırmacı konuyla ilgili çalışmalar yapmıştır (Hirschman & Holbrook, 1982; McLellan, 2000; Pine & Gilmore, 1998; Schmitt, 1999; Uriely, 2005). Bu çalışmalar sonucunda pazarlamada “deneyim ekonomisi” (Pine & Gilmore, 1998), “deneyimsel pazarlama” (Schmitt, 1999, 2010) ve “deneyim tasarımı” (McLellan, 2000) gibi bazı yeni kavramlar da ortaya çıkmıştır. Tüketici bakış açısıyla deneyimi tanımlayan Oh vd. (2007, s. 120), bu kavramı “bireylerin kişisel olarak dahil olduğu, eğlenceli, ilgi çekici ve hatırlamaya değer olaylar ve bunların tüketiciyle olan unutulmaz buluşması” şeklinde açıklamaktadırlar. Mossberg (2007, s. 61) ise deneyimi, “çok sayıda unsurun bir araya gelerek, bunların karışımı sonucu oluşan ve tüketicinin duygusal, fiziksel, entelektüel ve ruhsal olarak kuşatan

duyularla uyarılması hali” olarak tanımlamaktadır. Deneyimi mallar ve hizmetlerden çok daha farklı, kişiye özgü ekonomik bir sunum türü olarak tanımlayan Pine ve Gilmore (1998, ss. 97-103) işletmelerin, tüketicilere deneyimlerin sunulacağı birer sahne olduğunu ve bütünleşik bir tema içerisinde, işletmenin hikâye çizgisi ekseninde bunların sunulması gerektiğini belirtmektedir. Prahalad ve Ramaswamy (2003, 2004) ise, deneyimlerin sadece işletmelerce “sahnelenmesi” değil, tüketicilerle birlikte aktif olarak oluşturulması ve böylece tüketicilerin de değer oluşturma sürecine katılmalarının söz konusu olduğunu savunmuşlardır. Bununla birlikte, deneyimlerin tüketici ile işletme tarafından birlikte oluşturulmasından dolayı, oluşan değer de temelini teşkil ettiklerini vurgulamışlardır (Prahalad & Ramaswamy, 2004, s. 5).

2. Algılanan Değer Kavramı

Değer kavramı, pazarlamanın ilgi alanına giren temel kavramlar arasında yer aldığı söylenebilir. Kotler (1972, s. 49) değer oluşturarak ve bu değeri sunarak, bireylerde arzu edilen tepkiler elde etmenin, pazarlamanın temel ilgi alanını oluşturduğunu ifade etmektedir. Babin ve James (2010, s. 477) ise, bütün anlamlı pazarlama faaliyetlerinin değer yaratma odaklı olduğunu ve bu nedenle değer kavramının pazarlama tanımlarında mutlaka yer alması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Değerin tüketiciler tarafından nasıl algılandığı ve buradan hareketle algılanan değer kavramsal olarak nasıl ifade edilmesi gerektiği, son çeyrek asır boyunca en çok tartışılan konular arasındadır (Eggert & Ulaga, 2002, s. 107; Khalifa, 2004, s. 645; Sanchez-Fernandez & Iniesta-Bonillo, 2007, s. 427; Ulaga, 2001, s. 315). Kavramla ilgili çok sayıda araştırmanın ve önemli düzeyde bir bilgi birikiminin olduğu (Sánchez-Fernández & Iniesta-Bonillo, 2006, s. 40), ancak araştırmacılarının ve uygulayıcılarının yoğun ilgisine rağmen, kavramla ilgili birçok soru hala cevaplanmamış olduğu ifade edilebilir. Kullanılan terminolojide bir görüş birliği sağlanamadığı gibi, kavramın tanımı ve onu oluşturan boyutların hangileri olduğu konusunda da bir uzlaşma yoktur (Sánchez-Fernández & Iniesta-Bonillo, 2006, s. 52; Sánchez-Fernández vd., 2008, s. 94; Smith & Colgate, 2007, s. 7). Örneğin, Zeithaml (1988) algılanan değeri “elde edilenler karşılığında verilen ödünlerin algılamasına dayalı olarak, ürün faydasının genel değerlendirmesi” olarak tanımlanmıştır. Holbrook (1996) ise kavramı “etkileşimli, göreceli tercih deneyimi” olarak tanımlamaktadır. Zeithaml (1988) tarafından yapılmış olan tanım literatürde en yaygın kullanılan tanımlardan biridir ve ona benzer tanımlamalar yapan araştırmacılar da vardır. Örneğin, Chen ve Dubinsky (2003) algılanan değeri “arzulanan faydaların elde edilmesi esnasında oluşan maliyetler karşılığında ortaya çıkan net yararlaraya yönelik müşteri algılaması” olarak tanımlamıştır. Kavramla ilgili önemli ölçüde uzlaşının sağlandığı konu ise, bir mal ya da hizmetin değerinin tespit edilmesinin ancak tüketicinin algılaması ile mümkün olabileceğidir (Khalifa, 2004, s. 647; Woodruff, 1997, s. 141).

Turizm pazarlamasında, turistik ürünlerin soyut, bileşik, bozulabilir ve heterojen olmasından kaynaklanan bir farklılık söz konusudur (Kotler vd., 2010, s. 35). Bu farklılığın yanı sıra, turistlerin farklı kültürel özelliklere sahip “değer sunucularından” değişik ortamlarda, çok çeşitli amaçlarla faydalanması, değer algılama sürecini daha da karmaşık hale sokmakta ve algılanan değer ölçülmesini daha da zorlaştırabilmektedir.

Değer oluşturan unsurlar ve değer oluşturma sürecine yönelik de birden fazla model bulunmakta, ancak bunlar arasında en dikkat çekici olanı Khalifa (2004)’nın oluşturduğu modeldir (Şekil 1).

Şekil 1. Değer Oluşturma Süreci (Khalifa, 2004, s. 657)



Modele göre, müşterinin algıladığı toplam değer dört temel faktör tarafından etkilenmektedir. Bunlardan ilk ikisi işletmenin müşteriye bakış açısı ve tarafların ilişkiye bakış açısıdır. İşletme daha yüksek değer sunabilmek için müşteriyi bir tüketici olarak görmekten ziyade, bir insan olarak ele almalıdır. Ayrıca, hem müşteri hem de işletme ilişkiyi sadece bir işlem olarak değil, bir etkileşim olarak gördüğü takdirde, değer algılaması çok daha yüksek olmaktadır. Bu iki faktör aynı zamanda diğer iki faktörle de yakından ilişkilidir. Diğer iki faktör ise, ürünü sunan tarafın tatmine çalıştığı müşteri istek ve ihtiyaçlarının türü ile müşterinin sunulan üründen elde edeceği yararlardır. Müşteri ihtiyaçları tamamen temel ihtiyaç (faydaya temelli) olabileceği gibi, tamamen psşik ihtiyaçlar da olabilir veya bunların bir karması halinde de karşımıza çıkabilir (Khalifa, 2004, s. 656). Değer oluşturma modelinde özellikle deneyimin günümüz pazarlamasındaki yerine vurgu yapılmakta ve müşterilerin rasyonel karar verici olmaktan ziyade, sıkça duygularıyla hareket edebildiğinden yola çıkılmaktadır. Bunun yanı sıra, kişinin yaşadığı deneyimin hayata anlam katan ve kişinin kendini gerçekleştirmesine katkı sağlayan bir deneyim olduğunu keşfetmesi durumunda, buna atfedilen değer çok daha fazla olmaktadır (Khalifa, 2004, s. 658).

3. Akış Teorisi ve Akış Durumu Kavramı

Mihaly Csikszentmihalyi tarafından 1975 yılında oluşturulan Akış teorisi (*Flow Theory*), günümüzde çok farklı alanlarda uygulama zemini bulmuş ve son yıllarda, özellikle turizm araştırmalarında da kullanımı yaygınlaşan bir teoridir. Csikszentmihalyi (1975, s. 10), dağcılık, satranç, dans, müzik ve basketbol gibi otelik (kişinin kendine yönelik) aktivitelere katılan bazı kişilerle yüzyüze görüşmeler ve anketlerle bu aktivitelere katılmalarındaki motivasyonlarını, onları nelerin eğlendirip kendinden geçirdiğini ortaya çıkartmaya çalışmıştır. Teorinin temellerini oluşturan bu araştırma neticesinde, aktivitelerdeki deneyim yoğunluğunun kişiden kişiye değiştiği ve kişilerin bu faaliyetlere günlük hayatta karşılaşılan deneyimlerden çok daha farklı oldukları için katıldıkları tespit edilmiştir (Csikszentmihalyi, 1975, s. 35). Bunun yanı sıra bu aktiviteler arasında bir çok fark bulunmasına rağmen, kişiye sıkılmadan veya endişelenmeden zaman geçirme fırsatı sunmaları gibi bir ortak özelliğe sahip oldukları belirlenmiştir (Csikszentmihalyi, 1975, s. 49). Bu bulgulara dayanılarak oluşturulan Akış Teorisine göre, kişinin belirli bir eylemin becerilerine kıyasla zor olduğunu düşünmesi, onu strese sokmakta ve kaygı duymasına neden olmaktadır. Becerilerinin yüksek düzeyde, ancak yine de eylem

için yeterli olmadığını düşünmesi, kişinin endişe duymasına yol açabilmektedir. Kişinin becerileriyle eylemin zorluk derecesinin eşit (dengede) olması halinde ise akış durumu ortaya çıkmaktadır. Becerilerin eylemin zorluğundan daha yüksek seviyede olması durumunda ise, sıkılma yaşanmakta ve aradaki fark beceriler lehine büyüdükçe, kişide yine kaygı başlamaktadır (Csikszentmihalyi, 1975, s. 49). Bu bilgilerden yola çıkarak, Clarke ve Haworth (1994, s. 511) akış durumunu zorluklarla kişisel becerilerin denk olduğu bir durumda, performans ile birlikte yaşanan sübjektif bir deneyim olarak tanımlamıştır. Csikszentmihalyi'nin yaptığı tanıma göre ise, akış durumu: insanların yaptıkları aktiviteye dalmış oldukları, bu esnada onlar için başka hiç bir şeyin önemli olmadığı ve bu keyifli deneyimi devam ettirmek için yüksek bir bedel ödemeye bile razı oldukları bir durumu ifade etmektedir (Csikszentmihalyi, 1990, s. 4). Bu tanıma benzer bir diğer tanıma göre akış durumu: bireyin yapmış olduğu etkinlik üzerinde bütünsel bir bilişsel yeterliliğinin olduğu, etkinlikle bir bütün haline geldiğini ve içine çekildiğini hissettiği ve etkinlikten aldığı içsel zevk durumunu ifade etmektedir (Moneta, 2004, s. 115).

Akış durumunun ön şartı olarak görülen "zorluk-beceri dengesi"nin yanı sıra, sekiz diğer temel bileşeni olduğunu ifade eden Csikszentmihalyi (1988, s. 30), bu bileşenleri şu şekilde sıralamaktadır: 1) eylem ve farkındalığın bileşimi; 2) dikkatin odaklanması; 3) öz farkındalığın yitilmesi; 4) kontrol hissi; 5) açık geribildirim; 6) görev veya hedeflerin net olması 7) zamanın dönüşümü ve 8) ototelik yapı (dışsal öüllere değil, kişinin tamamen kendisine yönelik/içsel ödülleri için aktiviteyi yapması). Akış durumunun operasyonel hale getirilmesinde bu bileşenlerin her biri, ayrı bir boyuta işaret etse de, birden fazla değişkenin arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik olan araştırmalarda, bunlardan sadece bir kaç kullanılmıştır. Örneğin, insan-bilgisayar etkileşimini ele alan 60 araştırmayı inceleyen Özkara ve Özmen (2016), akış durumu değişkeninin yapılandırılmasında en fazla: odaklanma (50 araştırmada), kontrol (43 araştırmada), içsel zevk (33 araştırmada) ve zamanın dönüşümü (32 araştırmada) alt boyutlarının kullanıldığını tespit etmişlerdir.

Turizm alanında her ne kadar bazı araştırmalar akış teorisini turistik deneyimlerin ele alınmasında kullanmış olsalar da, bu konuda hala büyük bir eksikliğin olduğu söylenebilir (Wu & Liang, 2011, s. 317). Bu araştırmalar arasında: rafting aktivitesi (Wu & Liang, 2011), temalı park ziyareti (Lee & Yoo, 2011), dağcılık (Tsaur vd., 2013), sörf aktivitesi (Cheng & Lu, 2015), yamaç paraşütü aktivitesi (Ayazlar, 2015) ve yürüyüş (Cheng vd., 2016; Çeşmeci & Koçak, 2018) gibi turistlerce gerçekleştirilen rekreasyonel aktivitelerdeki akış durumu ele alınmıştır. Aynı zamanda, turizm pazarlaması alanında, özellikle insan-bilgisayar etkileşimi bağlamında akış değişkeninin kilit bir rol üstlenmesi nedeniyle, tüketicilerin sanal ortamdaki davranışlarının anlaşılmasına da önemli katkılar sunabileceğine işaret edilmektedir (Özkara & Özmen, 2016, s. 82; Gao & Bai, 2014, s. 662). Örneğin Gao ve Bai (2014), online seyahat acentasında akış durumunun web sitesi tatmininin ve satın alma niyetinin önemli bir belirleyicisi olduğunu tespit etmişlerdir. Bilgihan vd. (2015) ise, online otel rezervasyonunda akış durumunun marka değerini ve güveni olumlu etkilediğini belirlemişlerdir. Destinasyon pazarlaması ile ilgili bazı araştırmalarda da akış durumu değişkeninin kullanıldığı görülmüştür. Kuo vd. (2016) turist tatmininin destinasyon sadakati üzerindeki etkisinde akış durumunun düzenleyici rolü (moderator) üstlendiğini, Chen vd. (2017) ise, akış durumunun destinasyon tatmini üzerine pozitif etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

4. Algılanan Değer ve Akış Durumu Arasındaki İlişki

Algılanan değer ile akış durumu arasındaki ilişki çok az araştırılmış bir konu olmasına rağmen, bu ilişkinin ele alındığı birkaç araştırmaya ulaşılmıştır. İnsan-bilgisayar etkileşimi ve elektronik pazarlama alanlarında yapılmış olan bu araştırmalardan birincisi, Chang (2013)'ın yaptığı sosyal ağ oyunları kullanımıyla ilgili bir araştırmadır. Algılanan değerini iki boyut altında; fayda değeri ve haz değeri (hedonic value) olarak ele alındığı araştırmada, bu iki boyutun akış durumuna etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, algılanan değerinin hem fayda hem de haz değeri boyutları akış durumunu olumlu etkilediği, ancak haz değerinin etkisinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Literatür taraması sonucunda tespit edilen diğer üç araştırmada ise, bu ilişkinin tam tersi, yani akış durumunun algılanan değere etkisi sınırlıdır. Bu araştırmalardan birincisi bir laboratuvar deneyidir. Elektronik ortamda cd-çalar satın almaları istenen deneklere, daha sonra bu deneyimlerinin akış durumunu ve deneyimde algıladıkları alışveriş değerini ölçen sorular içeren bir anket uygulanmıştır (Sénécal vd., 2002). Araştırma bulguları, online alışveriş deneyimindeki akış durumunun her üç boyutunun da haz değerini olumlu etkilediği, ancak akış boyutları arasında fayda değerine anlamlı katkısı olan herhangi bir boyutun olmadığını göstermektedir. İki farklı aşamadan oluşan araştırmalarında, Wang vd. (2007) ise, bir önceki çalışmaya benzer olarak, hizmet (online seyahat acentası) ve mal (özel yapım panjur) sunan web sitelerinde kullanıcıların akış durumunu ve algıladıkları değeri tespit ederek, karşılaştırma yapmışlardır. Araştırma bulgularına göre, her iki web sitesi örnekleminde de akış durumu, fayda değerini ve haz değerini pozitif etkilemektedir. Tek fark, mal sunan web sitesinde akışın hem fayda hem de haz değerine etkisinin biraz daha düşük tespit edilmiş olmasıdır. Wu vd. (2014) tarafından yapılan üçüncü bir araştırmada ise, Tayvan'da online turistik ürün satın alan veya arayan kişiler örneklem olarak seçilmiştir. Akış durumunun, fayda değerine etkisi ve ayrıca siteye yönelik tutuma ve siteden satın alma niyetine etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, akışın fayda değerine ve siteye yönelik tutuma pozitif etkisi belirlenmiştir. Görüldüğü gibi, akış durumu ile algılanan değer arasındaki ilişki, araştırılmış olsa da, bu araştırmaların hepsi online deneyimleri kapsamaktadır. Gerçek ortam deneyimlerine yönelik ve özellikle turizm alanında bu ilişkinin araştırılmamış bir konu olduğu söylenebilir. Yukarıda bahsedilen bu üç araştırmanın bulgularına dayanarak, akış durumunun algılanan değeri yürüyüş deneyimi özelinde de pozitif yönde etkileyebileceği kanısı oluşmuş ve bu araştırmanın ilk hipotezi şu şekilde ifade edilmiştir:

H1 *Yürüyüşteki akış durumunun yürüyüşün algılanan değerine pozitif etkisi vardır.*

5. Destinasyon Sadakati

Destinasyon sadakatine yönelik araştırmaların büyük bir bölümü, genel pazarlamadaki mal ve hizmet sadakati literatürüne dayalı bir kavramsal çerçeveye dayandırılmıştır (Oppermann, 2000). Turizmde satın alınan ürünler (konaklama, yeme içme, deneyimler) tüketicinin yaşadığı bölge ve hatta ülkeden farklı bir konumda tüketildiğinden dolayı ve ayrıca destinasyonların da turistler tarafından birer ürün olarak (Boo vd., 2009, s. 220; Yoon & Uysal, 2005, s. 48) algılandığından, tüketim sonrası davranışsal niyetlerin tespitinde pazarlamadan farklı olarak "tekrar satın alma niyeti" değil de, "tekrar ziyaret niyeti" sadakatin temel göstergesidir. Ancak, "tekrar ziyaret niyeti" turistlerin destinasyon sadakatinin yeterli bir göstergesi olmayabilir. Turistlerin sürekli yeni deneyimler arayışında olmaları nedeniyle, farklı

destinasyonları da tercih edebilirler. Bu nedenle, turistlerin “destinasyonu başkalarına önermeye” istekli olması da destinasyon sadakatinin tamamlayıcı bir göstergesi olarak ifade edilebilir (Chen & Gursoy, 2001, s. 79). Bu bilgilerden yola çıkarak, destinasyon sadakati, turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme ve burayı başkalarına tavsiye etme niyetleri ile bu yer hakkında olumlu şeyler söyleme niyetleri olarak tanımlanabilir.

6. Algılanan Değer ve Destinasyon Sadakati Arasındaki İlişki

Hizmet pazarlaması alanında yapılan bazı araştırmalara göre, algılanan değer, tüketicilerin tüketim sonrası davranışsal niyetlerini tatminden bile daha iyi açıklayan bir kavramdır (Cronin vd., 2000; Petrick, 2004). Algılanan değer değişkeninin destinasyon sadakatine etkisi çok araştırılmamış bir konu olsa da, literatürde bu konuda yapılmış bazı araştırmalara ulaşılmıştır. Örneğin, Kim vd. (2011) yemek festivaline katılan turistleri örneklem olarak seçtikleri araştırmalarında, algılanan değerın tekrar ziyaret niyeti üzerine önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Algılanan değer değişkeninin fayda değeri ve hazcı değer boyutlarına ayrılarak ele alındığı bir diğer araştırma ise, de Oliveira Santini vd. (2018)'nin araştırmasıdır. Son 6 ay içerisinde seyahat etmiş olan kişilere en son ziyaret ettikleri destinasyona yönelik sorular yöneltilmiştir. Araştırmada algılanan değerın her iki boyutunun da tekrar ziyaret niyetine olumlu etkisi belirlenmiş, ancak fayda değeri boyutunun etkisinin daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada ayrıca, algılanan değer-tekrar ziyaret niyeti ilişkisinde “yere özgü yeniliğin” düzenleyicilik etkisi olduğu da tespit edilmiştir. Nadiren de olsa, algılanan değerle sadakat arasında anlamlı ilişki tespit edilemeyen araştırmalara da rastlanabilmektedir. Örneğin, Jin vd. (2015) temalı su parkında yaptıkları araştırmada, algılanan değerın tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyetine olan etkisi istatistiki olarak anlamlı çıkmamıştır. Bu örneğe rağmen, algılanan değer değişkeninin destinasyon sadakati üzerindeki etkisinin yeterli ampirik desteğe sahip olan bir ilişki olması nedeniyle, araştırmanın ikinci hipotezi oluşturulmuştur:

H2 *Yürüyüşün algılanan değerinin destinasyon sadakatine pozitif etkisi vardır.*

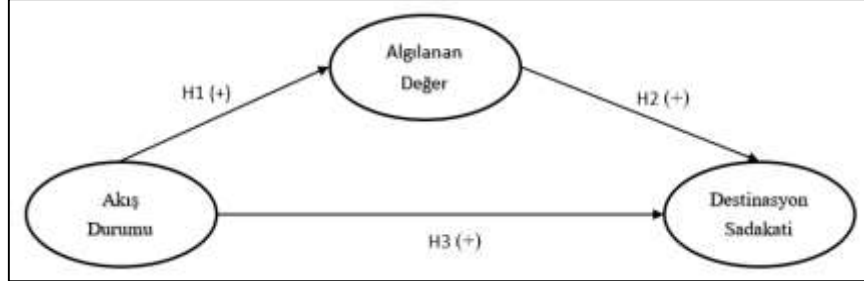
7. Akış Durumu ve Destinasyon Sadakati İlişki

Akış durumunun tüketim sonrası davranışsal niyetlere etkisi, özellikle online tüketici davranışları alanında yapılan bazı araştırmalarda ele alındığı görülmüştür. Örneğin, Luna vd. (2002), web sitesi deneyimindeki akış durumunun, siteden satın alma ve siteyi tekrar ziyaret etme niyetini olumlu etkilediğini tespit etmişlerdir. Akış durumu değişkeninin üç boyutlu bir yapı olarak ele alındığı başka bir araştırmada ise, içsel haz, kontrol ve odaklanma boyutlarından sadece içsel haz boyutunun siteyi tekrar ziyaret niyetine istatistiki olarak anlamlı etkisi tespit edilmiştir (Koufaris, 2002). Gao ve Bai (2014) ise, online seyahat acentasında yaptıkları araştırmada, akış durumunun siteden satın alma niyetinin önemli bir belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Akış durumunun destinasyon sadakatine etkisini gerçek ortamda araştırılan bir çalışmaya da ulaşılmıştır. Kim ve Thapa (2018), Kuzey Kore'nin Jeju adasında ekolojik paket tura katılmış olan turistlere yönelik yaptıkları araştırmada, akış durumunun destinasyon sadakatini pozitif etkilediğini bulmuşlardır. Sıralanan bu araştırma sonuçları, yürüyüş deneyimindeki akış durumunun da destinasyon sadakatini olumlu etkileyebileceği öngörüsünü güçlendirmektedir. Bu öngörüye dayanarak, araştırmanın üçüncü hipotezi şu şekilde ifade edilmiştir:

H3 Yürüyüşteki akış durumunun destinasyon sadakatine pozitif etkisi vardır.

Bütünsel olarak, araştırma modeli ve tespit edilmesi amaçlanan ilişkiler Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2. Araştırma Modeli



B. YÖNTEM

Bu araştırmanın evrenini Nevşehir il sınırları içinde bulunan Göreme Tarihi Milli Parkı’ndaki vadilerde yürüyüş yapan yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Örnekleme tekniği olarak kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak, veri toplama aracı olarak anket formundan yararlanılmıştır. Türkçe ve İngilizce anket formları eşzamlı olarak, dört ana bölümden oluşacak şekilde hazırlanmıştır. Birinci bölümde akış durumu, ikinci bölümde algılanan değer, üçüncü bölümde destinasyon sadakati değişkenlerini ölçmeye yönelik “1=Kesinlikle hayır”... “5= Kesinlikle evet” şeklinde sıralanan beş dereceli likert tipi ölçeklere yer verilmiştir. Anketin son bölümü olan dördüncü bölümde ise, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik yaş, cinsiyet ve milliyet gibi sorulara ve destinasyonu ziyaret sıklıklarının belirlemeye yönelik bir soruya yer verilmiştir. Yürüyüşteki akış durumu ölçeği ölçeği 12 ifadeden oluşmakta ve yazarlar tarafından önceden sınanmıştır (Çeşmeci & Koçak, 2018). Algılanan değer ölçeği, 4 ifadeden oluşmakta ve farklı araştırmalarda bütünsel değer sorgulayan bazı ifadelerin uyarlanmasıyla oluşturulmuştur (Gallarza & Saura, 2006; Grewal vd., 1998; Lee vd., 2012). Destinasyon sadakati ölçeği 3 ifadeden oluşmakta ve bunlardan biri Lee vd. (2005), diğer ikisi ise Mao ve Zhang (2014)’ın çalışmalarından uyarlanmıştır.

Veri toplama süreci 2017 yılının Temmuz ile Kasım ayları arasında gerçekleştirilmiş, ancak toplanan anketlerin büyük bir bölümü, Ekim-Kasım aylarında toplanmıştır. Anketler turistlere yürüyüşlerinin hemen bitiminde veya yürüyüşü tamamladıktan sonraki birkaç saat içerisinde doldurtulmuştur. Türkçe 235 ve İngilizce 283 anket doldurulmuş şekilde geri dönmüş olmasına rağmen, eksik ya da hatalı veri içeren anketler çıkartılınca, analize elverişli olan 204’ü Türkçe, 221’i İngilizce, toplamda 425 anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

Veri analizine başlamadan önce, parametrik testler için gerekli olan normal dağılım şartının (Gürbüz & Şahin, 2014, s. 210) sağlanıp sağlanmadığı Shapiro- Wilk testi ile test edilmiştir. Verilerin normal dağılıma sahip olduğu belirlendikten sonra, kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeklerin yapı geçerliliğinin belirlenmesi için keşfedici faktör analizi uygulanmış ve bunun yanı sıra, örneklemin demografik özelliklerinin belirlenmesi için tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır. Bahsedilen bu analiz ve tanımlayıcı istatistiklerin yapılmasında SPSS 22 programı kullanılmıştır. Sonraki

aşamada ise, AMOS 22 programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılarak, değişkenler arasındaki ilişkilerin tespiti için, yapısal eşitlik modellemesi ile oluşturulmuş olan model test edilmiştir.

C. BULGULAR

1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Destinasyonu Ziyaret Sıklıkları

Araştırma katılımcılarının demografik özelliklerini belirlemeye yönelik dağılımlar incelendiğinde, %50,4'ünün erkek, %47,8'inin kadın olduğu görülmektedir. Araştırma katılımcılarının yaş grupları açısından dağılımı değerlendirildiğinde, %53,4'ünün 25-40 yaş aralığında olduğu, %31,5'inin 25 yaş ve altı olduğu, %13,7'sinin ise 41 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Bu dağılımlarda yerli ve yabancı katılımcılar arasında çok büyük bir farkın olmadığı ve araştırma örnekleminin ağırlıklı olarak genç ve genç yetişkinlerden oluştuğu söylenebilir. Örnekleme oluşturan turistlerin destinasyonu ziyaret sıklığına ilişkin bulgular ele alındığında, hem yerli turistlerin (%69,1'i) hem de yabancı turistlerin (%87,3'ü) çoğunluğunun destinasyonu ilk defa ziyaret ettikleri görülmektedir. Destinasyonu ikinci defa ziyaret edenlerin oranı, yerli turistler içerisinde %20,6 iken, yabancı turistlerde bu oran %7,7'dir. İki defadan fazla kez destinasyonu ziyaret edenlerin oranı, yerli turistlerde %9,3, yabancı turistlerde %3,2'dir (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Destinasyonu Ziyaret Sıklıkları

Değişken	Yerli Turistler		Yabancı Turistler		Toplam		
	Frekans (f)	Yüzde (%)	Frekans (f)	Yüzde (%)	Frekans (f)	Yüzde (%)	
Cinsiyet	Kadın	103	50,5	100	45,2	203	47,8
	Erkek	99	48,5	115	52,0	214	50,4
	Kayıp veri	2	1,0	6	2,7	8	1,9
	Toplam	204	48,0	221	52,0	425	100,0
Yaş	25 ve altı	52	25,5	82	37,1	134	31,5
	25-40	119	58,3	108	48,9	227	53,4
	41-56	26	12,7	22	10,0	48	11,3
	57 ve üzeri	5	2,5	5	2,3	10	2,4
	Kayıp veri	2	1,0	4	1,8	6	1,4
	Toplam	204	48,0	221	52,0	425	100,0
Dest. ziyaret sıklığı	İlk defa	141	69,1	193	87,3	334	78,6
	İkinci defa	42	20,6	17	7,7	59	13,9
	İkiden çok	19	9,3	7	3,2	26	6,1
	Kayıp veri	2	1,0	4	1,8	6	1,4
	Toplam	204	48,0	221	52,0	425	100,0

2. Güvenilirlik ve Keşfedici Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerdeki değişkenler arasındaki iç tutarlılık güvenilirliğini test etmek için Cronbach's Alpha (α) güvenilirlik katsayısı kullanılmıştır. Kalaycı (2009: 405), bir ölçeğin alfa katsayısının 0,60-0,80 arasında olması halinde, ölçeğin oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arasında olması halinde ise, yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğunu ifade etmiştir. Bu bilgiye dayanarak

araştırmada kullanılan ölçeklerin alfa katsayısının 0,70'in üzerinde olduğu (Tablo 2) dikkate alındığında oldukça güvenilir oldukları söylenebilir.

Tablo 2. Keşfedici Faktör Analizi

Faktörler ve İfadeler	Eş Kökenlilik	Faktör Yüklü	Öz Değer	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alpha α
1. Faktör: Algılanan Değer			7,05	14,92	4,33	0,85
Bu yürüyüş tatiline değer kattı	,701	,784				
Bu yürüyüş değerli bir fırsattı	,746	,788				
Harcadığım zamana değdi	,693	,772				
Bedenen ve ruhen doyum hissediyorum	,639	,679				
2. Faktör: Kapılma			1,62	13,88	4,25	0,82
Zaman su gibi aktı	,707	,741				
Kendimi kapırdım	,692	,764				
Kendimi farklı bir dünyada hissettim	,630	,679				
Zamanın nasıl geçtiğini anlamadım	,655	,657				
3. Faktör: Kendinelik			1,35	12,80	4,33	0,80
Büyülenmiş gibiydim	,627	,662				
Kendimi harika hissettim	,676	,751				
Kendime ödül gibiydi	,687	,710				
Bu yürüyüş güzel bir anı olacak	,580	,603				
4. Faktör: Odaklanma			1,28	12,41	4,17	0,74
Yürüyüşü tamamlamak kolay oldu	,615	,690				
Zorluklarla becerilerim eşit seviyedeydi	,590	,701				
Başkalarının benimle ilgili düşünceleri önemsizdi	,664	,767				
Nasıl görüdüğümü düşünmedim	,527	,654				
5. Faktör: Destinasyon Sadakati			1,05	10,97	4,67	0,70
Yakınlarıma Kapadokya hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim	,651	,762				
Kapadokya'ya tekrar gelmek isterim	,552	,657				
Yakınlarıma Kapadokya'ya gitmelerini tavsiye edeceğim	,716	,812				

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi – Açıklanan topl. varyans: %64,989; KMO Örn. Yeterliliği: ,910 – Bartlett Kür. Testi χ^2 : 3324,887 s.d.:171, $p < 0.001$; Genel Ortalama: 4,332 – Ölçeğin Tamamı için Alfa: 0,903
Yanıt kategorileri: (1) Keslikle Hayır... (5) Kesinlikle Evet

Keşfedici faktör analizi ile örneklem yeterliliğinin sağlanıp sağlanmadığı ve değişkenlerin ayrı birer yapı olup olmadığının sınılanması amaçlanmıştır. Yaygın kabul gören uygulamaya göre, her bir ölçek için ayrı ayrı keşfedici faktör analizi yapılsa da, bu araştırmada, akış durumu, algılanan değer ve destinasyon sadakati ölçen maddelerin hepsi birlikte faktör analizine tabi tutulmuştur. Böylece, farklı değişkenleri ölçen maddeler arasında örtüşmelerin olmadığı ve farklı değişkenlerin (ve ya boyutlarının) net bir şekilde ayrıştığı vurgulanmaya çalışılmıştır. Yapılan keşfedici faktör analizi sonucunda, Kaiser-Meyer Olkin (KMO) örneklem yeterliliği değeri 0,910 olarak bulunmuştur. Bu değer kabul edilebilir değer olan 0,60'ın (Gürbüz & Şahin, 2014, s. 303) oldukça üstünde olduğundan ve ayrıca Bartlett küresellik testinden elde edilen ki-kare değerinin de anlamlı olması (χ^2 : 3324,887 s.d.: 171, $p < 0.001$) nedeniyle, örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Analiz neticesinde öz değeri 1'den büyük beş faktör elde edilmiştir. Bunlar, araştırma değişkenleri olan algılanan değer, akış durumunun üç alt boyutu (kapılma, kendinelik ve odaklanma) ve destinasyon sadakatidir (Tablo 2).

3. Doğrulayıcı Faktör Analizi (Ölçüm Modeli)

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin yapı geçerliliğini doğrulamak ve ölçüm modelini oluşturmak için doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin farklı araştırmalardan uyarlanarak kullanılmış olması ve heterojen bir örnekleme çalışılmış olması, ölçeklerin iraksak ve yakınsak geçerliliğini sınaama gerekliliği ortaya çıkarmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır. Ölçme modeline ilişkin uyum iyiliği indeksleri ise Tablo 3'te verilmiştir. Tabloda yer alan modelin uyum iyiliği skorlarına bakıldığında, AGFI dışında kalan 2 uyum iyiliği indeksi için (X^2/sd ve SRMR) modelin iyi; diğerleri için ise (RMSEA, CFI, IFI, NFI ve GFI) kabul edilebilir seviyede uyum gösterdiği söylenebilir. Bu göstergelerden yola çıkarak, modelin bir bütün olarak verilerle uyumlu olduğu ve yapısal eşitlik modellemesi ile analiz yapmaya uygun olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Ölçüm Modeli Uyum İyiliği Değerleri (Gürbüz ve Şahin, 2014).

Uyum İndeksleri	X^2/sd	RMSEA	SRMR	CFI	NFI	IFI	GFI	AGFI
Model Uyumu	2,351	0,056	0,046	0,940	0,901	0,941	0,919	0,891
İyi Uyum*	<3	<0,05	<0,05	>0,95	>0,95	>0,95	>0,95	>0,95
Kabul* edilebilir	<5	<0,08	<0,08	>0,90	>0,90	>0,90	>0,90	>0,90

Tablo 4'te ölçüm modelinin yapı geçerliliği incelendiğinde, standardize edilmiş faktör yüklerinin 0,59'un üzerinde olduğu görülmektedir. Hair vd. (2010, s. 695) bunların 0,70 üzerinde olmasının ideal olduğunu, fakat 0,50 üzerinde olmasının yeterli olacağını belirtmektedirler. Ölçeklerdeki yakınsama geçerliği şartının sağlanabilmesi için, her bir yapı için bileşik güvenirlik (CR) değerinin 0,70 üzerinde, açıklanan ortalama varyans (AVE) değerinin de 0,50 üzerinde olması beklenmektedir (Hair vd., 2010, s. 709).

Analiz sonuçları değerlendirildiğinde, bileşik güvenirlik değerlerinin bu şartları sağladığı, açıklanan varyans şartının ise "odaklanma" ve "desinasyon sadakatı" yapılarında kabul edilebilir değerlerin biraz altında olduğu görülmektedir. Ancak, bu küçük sapmanın, yapıların diğer geçerlilik ve güvenirlik şartlarını sağlaması nedeniyle göz ardı edilebileceği (Fornell & Larcker, 1981) literatürde ifade edilmektedir.

Tablo 4. Doğrulayıcı Faktör Analizi

<i>Faktörler ve İfadeler (Örtük ve Gözlenen Değişkenler) (n=425)</i>	<i>Std. ed. Faktör Yükleri</i>	<i>t değeri</i>	<i>CR</i>	<i>AVE</i>
Algılanan Değer			0,85	0,59
<i>Bu yürüyüş tatilime değer kattı</i>	0,76	<i>Sabit</i>		
<i>Bu yürüyüş değerli bir fırsattı</i>	0,82	16,778		
<i>Harcadığım zamana değdi</i>	0,76	15,012		
<i>Bedenen ve ruhen doyum hissediyorum</i>	0,72	14,068		
Kapılma			0,82	0,54
<i>Zaman su gibi aktı</i>	0,75	<i>Sabit</i>		
<i>Kendimi kapırdım</i>	0,68	12,986		
<i>Kendimi farklı bir dünyada hissetim</i>	0,70	13,145		
<i>Zamanın nasıl geçtiğini anlamadım</i>	0,80	15,669		
Kendinelik			0,81	0,51
<i>Büyülenmiş gibiydim</i>	0,68	<i>Sabit</i>		
<i>Kendimi harika hissetim</i>	0,72	12,698		
<i>Kendime ödül gibiydi</i>	0,79	13,405		
<i>Bu yürüyüş güzel bir anı olacak</i>	0,67	11,529		
Odaklanma			0,74	0,42
<i>Yürüyüşü tamamlamak kolay oldu</i>	0,74	<i>Sabit</i>		
<i>Zorluklarla becerilerim eşit seviyedeydi</i>	0,64	11,245		
<i>Başkalarının benimle ilgili düşünceleri önemsizdi</i>	0,60	10,125		
<i>Nasıl görüldüğümü düşünmedim</i>	0,59	9,658		
Destinasyon Sadakati			0,72	0,47
<i>Yakınlarıma Kapadokya hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim</i>	0,68	<i>Sabit</i>		
<i>Kapadokya'ya tekrar gelmek isterim</i>	0,62	9,628		
<i>Yakınlarıma Kapadokya'ya gitmelerini tavsiye edeceğim</i>	0,74	11,361		
<i>Standardize edilmiş faktör yüklerinin tamamı 0,001 düzeyinde anlamlıdır</i>				
<i>CR - Bileşik Güvenirlilik (Composite Reliability)</i>				
<i>AVE - Açıklanan Ortalama Varyans (Average Variance Extracted)</i>				
<i>AVE= $\Sigma\lambda^2/\Sigma\lambda^2+\Sigma\epsilon$ ve CR=$(\Sigma\lambda)^2/(\Sigma\lambda)^2+\Sigma\epsilon$ formülleriyle hesaplanmıştır</i>				

Ayrışma geçerliliği, bir modelde yer alan yapının, modeldeki diğer yapılardan ne derece ayrıştığını göstermektedir. Bu durum, yapının eşsiz olduğunu ve diğer yapıların ölçmediği şeyi ölçtüğünü belirtmektedir (Hair vd., 2010, s. 710). Bunun sağlanabilmesi için modeldeki yapının ortalama varyansının karekökü modeldeki diğer yapılarla arasındaki korelasyonlardan büyük olmalıdır (Fornell & Larcker, 1981, s. 42). Tablo 5'te de görüldüğü gibi, bu koşul modeldeki bütün yapılar için sağlanmıştır.

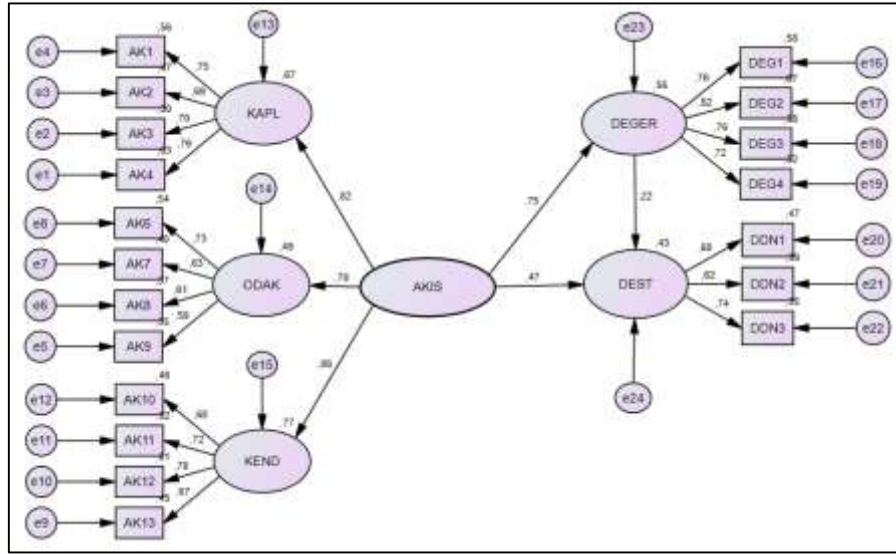
Tablo 5. Yapılar Arası Korelasyon Matrisi ve Ayrışma Geçerliliği

	<i>Algılanan Değer</i>	<i>Kapılma</i>	<i>Kendinelik</i>	<i>Odaklanma</i>	<i>Dest. Sadakati</i>
<i>Algılanan Değer</i>	0,765				
<i>Kapılma</i>	0,610	0,733			
<i>Kendinelik</i>	0,687	0,697	0,716		
<i>Odaklanma</i>	0,469	0,612	0,624	0,645	
<i>Dest. Sadakati</i>	0,574	0,549	0,541	0,448	0,684
<i>Diyağonal ekseninde kalın punto ile \sqrt{AVE} değerleri yer almaktadır</i>					
<i>Yapılar arası korelasyonların tamamı $p<0,001$ düzeyinde anlamlıdır</i>					

4. Yapısal Eşitlik Modeli

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi için yapısal eşitlik modellemesi gerçekleştirilmiştir. Bu modellemeyle araştırma hipotezlerinin bir bütün olarak test edilmesi hedeflenmiştir. Oluşturulan yapısal eşitlik modelinin uyum iyiliği değerleri, ölçüm modelinin uyum iyiliği değerlerine yakın olduğu belirlenmiştir: $\chi^2/sd=2,336$; $RMSEA=0,56$; $SRMR=0,047$; $CFI=0,939$; $NFI=0,899$; $IFI=0,940$; $GFI=0,917$; $AGFI=0,892$. Bu durum, verilerin modele uygun olduğuna işaret etmektedir.

Şekil 3. Araştırma Değişkenlerinin Yapısal Modeli



Yapısal eşitlik modellemesi sonuçlarına göre (Şekil 3), akış durumunun algılanan değere ($\beta=0,75$ $t= 9,732$ $p<0,001$) ve destinasyon sadakatine ($\beta=0,47$ $t= 4,264$ $p<0,001$) istatistiksel açıdan anlamlı ve oldukça güçlü, olumlu etkisi olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, algılanan değer de destinasyon sadakatine çok güçlü olmayan olumlu ve anlamlılık seviyesi düşük bir etkisinin ($\beta=0,22$ $t=2,177$ $p<0,05$) söz konusu olduğu görülmüştür. Modeldeki bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri açıklama gücü (R^2) ele alındığında ise, akış durumunun algılanan değerdeki değişimin %56'sını ve akış durumuyla birlikte algılanan değer destinasyon sadakatindeki değişimin %43'ünü açıkladığı görülmektedir.

Tablo 6. Araştırma Modeli Analiz Sonuçları ve Hipotezlerin Testi

Hipotez	Değişkenler Arası İlişki	Par. Tah.	t değeri	p	Hipotez Testi
H1	Akış Durumu → Algılanan Değer	0,75	9,732	***	Desteklendi
H2	Algılanan Değer → Dest. Sadakati	0,22	2,177	,029	Desteklendi
H3	Akış Durumu → Dest. Sadakati	0,47	4,264	***	Desteklendi

Araştırma hipotezlerinden birincisi olan, yürüyüşteki akış durumunun yürüyüşün algılanan değeri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu ifade eden H1 hipotezi desteklenmiştir. Bunun yanı

sıra, yürüyüşün algılanan değerinin destinasyon sadakatine pozitif etkisi olduğu yönündeki H2 hipotezi de desteklenmiştir. Son olarak, araştırmanın üçüncü hipotezi olan, yürüyüşteki akış durumunun destinasyon sadakatini pozitif etkilediğini ifade eden H3 hipotezinin de bulgular ışığında desteklendiği görülmektedir (Tablo 6).

Sonuç

Bu çalışmada deneyim kavramı, Akış Teorisi çerçevesinde ele alınarak, bir turistik deneyim olan yürüyüş deneyimine farklı bir bakış açısıyla yaklaşmaya çalışılmıştır. Araştırma ile deneyimdeki akış durumunun, deneyimin algılanan değeri üzerine güçlü bir pozitif etkisi tespit edilmiş ve böylece akış durumunun yürüyüş deneyiminin önemli bir değer yaratan unsuru olduğu ortaya çıkmıştır. Tespit edilen bu güçlü etki nedeniyle, akış durumunun, deneyime değer katan ayrıcalıklı bir özelliğe sahip olduğu söylenebilir. Literatürde bu ilişki, online tüketici davranışları alanında araştırılan konular arasında yer alsa da, gerçek ortamda akış durumu-algılanan değer ilişkisini ele alan herhangi bir çalışma tespit edilememiştir. Bu sebeple, bu bulgunun literatürde var olan boşluğun doldurulmasında önemli bir teorik katkı niteliği taşıdığı ifade edilebilir.

Araştırmanın ikinci bir teorik katkısı da, yürüyüşteki akış durumu değişkeninin destinasyon sadakatini üzerine olan pozitif etkisinin tespit edilmesidir. Bu bulguya göre, destinasyondaki deneyimlerinde daha fazla akış durumu yaşayan turistlerin destinasyon sadakatlerinin daha yüksek olmasının beklendiği anlamına gelmektedir. Bu etki de literatürde gerçek ortam deneyimleri özelinde çok araştırılmamış bir ilişki olmasına rağmen, ilişkiyi sınamış bir çalışma belirlenmiştir. İlişkiyi ekolojik paket tura katılan turistler örneğinde inceleyen Kim ve Thapa (2018), akış durumunun destinasyon sadakatini üzerine benzer bir pozitif etkisini bulmuşlardır. Bradan yola çıkarak, mevcut araştırmayla, akış durumunun destinasyon sadakatine etkisinin yürüyüş deneyimi özelinde de ampirik bir teyidinin yapıldığı söylenebilir.

Bir diğer önemli bulgu olan, yürüyüşün algılanan değerinin destinasyon sadakatine yönelik etkisi ele alındığında ise, çok güçlü olmayan ve anlamlılık düzeyi nispeten daha düşük olan ($\beta=0,22$ $t=2,177$ $p<0,05$) bir pozitif etki tespit edilmiştir. Bu etkinin pozitif olması, literatürdeki bazı araştırma sonuçları (de Oliveira Santini vd., 2018; Kim vd., 2011) ile örtüşmektedir. Etki seviyesinin düşük olması ise özellikle uluslararası seyahat gerçekleştiren turistlerin destinasyon tercihlerindeki yenilik arayışı olabilir. Örneğin benzer şekilde algılanan değer, golf turistlerinin tekrar ziyaret niyetine etkisini araştıran Petrick ve Backman (2002) anlamlı bir etki belirleyememiş ve durumu turistlerin yenilik arayışıyla açıklamışlardır.

Araştırmanın uygulayıcılara yönelik temel çıktısı, deneyimdeki akış durumunun destinasyon sadakatini ve deneyimin algılanan değerini olumlu etkilediği bulgusuyla ilgilidir. Bu bulguya dayanarak, hem deneyimi tasarlayan işletme yöneticilerinin hem de destinasyon yöneticilerinin akış yaratabilecek deneyimler sağlama konusu üzerinde daha fazla durmaları önerilebilir. Deneyimlerde akış yaşanabilmesini sağlamak amacıyla, farklı rekreasyonel aktiviteler sunan işletmelerin turistlerin görüş ve önerilerini de dikkate alarak, akışın yüksek hissedilmesine önem vermelidir. Yürüyüş deneyimi (turları) sunan işletmeler ve destinasyonlar özelinde konuşmak gerekirse, güzergahın bu deneyim türünde en önemli akış yaratan unsur olduğu söylenebilir. Wöran ve Arnberger (2012, s. 111)'in de

değindikleri gibi, akış durumunu sağlayabilmek için destinasyon yöneticileri ve planlamacılarının yürüyüş güzergahlarını planlarken büyüleyici güzelliklerin yanından geçtiklerine emin olmaları ve yürüyüş yapanların amaçlarıyla örtüşen, aynı zamanda doğaya zarar vermeyen güzergahlarda odaklanmaları gerekmektedir. Kalabalık ortamların akış durumunun düşük hissedilmesine neden olduğu da Kaya vd. (2015) tarafından, yapılan bir araştırma ile belirlenmiştir. Yürüyüş deneyiminde de, turistlerin doğası korunmuş ve sessiz sakin bir ortam beklentisinin çok daha fazla ön plana çıktığı (Kim vd., 2015, s. 15) söylenebilir.

Bu araştırma, yürüyüşteki akış durumu, yürüyüşün algılanan değeri ve destinasyon sadakati ilişkilerini belirlemeye yönelik bir model ortaya koymuştur. Bu model, farklı turistik deneyimlere yönelik kullanılabilir ve sonuçları bu araştırma sonuçlarıyla karşılaştırılarak farklar ve benzer yönler tespit edilebilir. Örneğin, bir yumuşak macera deneyimi olarak sıcak hava balonu turları, bu modelin kullanılmasına uygun ve karşılaştırma yapmaya elverişlidir. Bunun yanı sıra, birçok araştırmada yürüyüş yapılan ortamın etkisinin önemli olduğu ve doğal ortamlarda manzaraların, akışı arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Mills & Butler, 2005, s. 369). Yürüyüş yapılan ne tür ortamlarda, hangi zorluk derecesinde ve hangi grup büyüklüğünde akışın daha yoğun olarak hissedildiği farklı ortamlarda (farklı güzergahlarda) yürüyüş yapan turistlerden veri toplanarak karşılaştırma yapılması da önerilebilir.



KAYNAKÇA

- Adhikari, A., & Bhattacharya, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 296–321. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1082538>
- Ayazlar, R. A. (2015). Flow phenomenon as a tourist experience in paragliding: A qualitative research. *Procedia Economics and Finance*, 26, 792–799. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00845-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00845-X)
- Bilgihan, A., Nusair, K., Okumus, F., & Cobanoglu, C. (2015). Applying flow theory to booking experiences: An integrated model in an online service context. *Information and Management*, 52(6), 668–678. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.05.005>
- Boo, S., Busser, J., & Baloglu, S. (2009). A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations. *Tourism Management*, 30(2), 219–231. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.06.003>
- Carù, A., & Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267–286. <https://doi.org/10.1177/14705931030032004>
- Chang, C. C. (2013). Examining users' intention to continue using social network games: A flow experience perspective. *Telematics and Informatics*, 30(4), 311–321. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.10.006>
- Chen, J. S., & Gursoy, D. (2001). An investigation of tourists' destination loyalty and preferences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 79–85.

- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. B., & 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 and Tourism*, 18(1), 25–44. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1133367>
- Chen, Z., & Dubinsky, A. J. (2003). A conceptual model of perceived customer value in e-commerce: A preliminary investigation. *Psychology and Marketing*, 20(4), 323–347. <https://doi.org/10.1002/mar.10076>
- Cheng, T. M., & Lu, C. C. (2015). The causal relationships among recreational involvement, flow experience, and well-being for surfing activities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(sup1), 1486-1504. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.999099>
- Cheng, T. M., Hung, S. H., & Chen, M. T. (2016). The influence of leisure involvement on flow experience during hiking activity: Using psychological commitment as a mediate variable. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.1002507>
- Clarke, S. G., & Haworth, J. T. (1994). 'Flow' experience in the daily lives of sixth-form college students. *British Journal of Psychology*, 85(4), 511–523. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1994.tb02538.x>
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193–218. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. Jossey-Bass Publishers.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). The flow experience and its significance for human psychology. M. Csikszentmihalyi & I. S. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness* içinde (ss. 15–35). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511621956.002>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience* (1st ed.). Harper & Row.
- Çeşmeci, N., & Koçak, G. N. (2018). Yürüyüşteki akış durumunun tespitine yönelik keşifsel bir araştırma ve ölçek önerisi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(4), 60–76. <https://doi.org/10.31680/gaunjss.465665>
- de Oliveira Santini, F., Ladeira, W. J., & Sampaio, C. H. (2018). Tourists' perceived value and destination revisit intentions: The moderating effect of domain-specific innovativeness. *International Journal of Tourism Research*, 20(1), 1–9. <https://doi.org/10.1002/jtr.2178>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Frochot, I., Elliot, S., & Kreziak, D. (2017). Digging deep into the experience – flow and immersion patterns in a mountain holiday. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 81–91. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-09-2015-0115>
- Gallarza, M. G., & Saura, I. G. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: An investigation of university students' travel behaviour. *Tourism Management*, 27(3), 437–452. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.12.002>

- Gao, L., & Bai, X. (2014). Online consumer behaviour and its relationship to website atmospheric induced flow: Insights into online travel agencies in China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 653–665. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.01.001>
- Grewal, D., Monroe, K. B., & Krishnan, R. (1998). The effects of price-comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions. *The Journal of Marketing*, 62(April), 46–59. <https://doi.org/10.2307/1252160>
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (2. Baskı). Seçkin Yayınevi.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis : A global perspective*. (Seventh Ed). https://books.google.com.tr/books/about/Multivariate_Data_Analysis.html?id=SLRPLgAACAAJ&redir_esc=y
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101. <https://doi.org/10.2307/1251707>
- Holbrook, M. B. (2000). The millennial consumer in the texts of our times: Experience and entertainment. *Journal of Macromarketing*, 20(2), 178–192. <https://doi.org/10.1177/0276146700202008>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Jin, N. P., Lee, S., & Lee, H. (2015). The effect of experience quality on perceived value, satisfaction, image and behavioral intention of water park patrons: New versus repeat visitors. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 82–95. <https://doi.org/10.1002/jtr.1968>
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (4. Baskı). Asil Yayın Dağıtım.
- Kastenholz, E., & Rodrigues, Á. (2007). Discussing the potential benefits of hiking tourism in Portugal. *Anatolia*, 18(1), 5–21. <https://doi.org/10.1080/13032917.2007.9687033>
- Kaya, B., Metin, T., & Akoğlan Kozak, M. (2015). Kapalı rekreasyon tesislerinde kullanıcıların akış deneyimi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2), 6–25.
- Khalifa, A. S. (2004). Customer value: A review of recent literature and an integrative configuration. *Management Decision*, 42(5), 645–666. <https://doi.org/10.1108/00251740410538497>
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., & Ahn, K. (2015). Nature-based tourism: Motivation and subjective well-being. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(sup1), S76–S96. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.997958>
- Kim, M., & Thapa, B. (2018). Perceived value and flow experience: Application in a nature-based tourism context. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(August 2017), 373–384. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.08.002>
- Kim, Y. H., Kim, M., & Goh, B. K. (2011). An examination of food tourist's behavior: Using the modified theory of reasoned action. *Tourism Management*, 32(5), 1159–1165. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.10.006>


- Koufaris, M. (2002). Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behavior. *Information Systems Research*, 13(2), 205–223.
- Kuo, N. T., Chang, K. C., Cheng, Y. S., & Lin, J. C. (2016). Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's Kinmen Battlefield Tourism: Perceived playfulness and perceived flow as moderators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33, 1–103. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1008670>
- Lee, C. K., Bendle, L. J., Yoon, Y. S., & Kim, M. J. (2012). Thanatourism or peace tourism: Perceived value at a North Korean resort from an indigenous perspective. *International Journal of Tourism Research*, 14(1), 71–90. <https://doi.org/10.1002/jtr.836>
- Lee, C. K., Lee, Y. K., & Lee, B. K. (2005). Korea's destination image formed by the 2002 World Cup. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 839–858. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.11.006>
- Lee, T. H., & Yoo, J. K. (2011). A study on flow experience structures: Enhancement or death, prospects for the korean wave. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(4), 423–431. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.571578>
- Luna, D., Peracchio, L. A., & De Juan, M. D. (2002). Cross-cultural and cognitive aspects of web site navigation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 397–410. <https://doi.org/10.1177/009207002236913>
- Mannell, R. C., & Iso-Ahola, S. E. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 314–331. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90105-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90105-8)
- Mao, I. Y., & Zhang, H. Q. (2014). Structural relationships among destination preference, satisfaction and loyalty in Chinese tourists to Australia. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 201–208. <https://doi.org/10.1002/jtr.1919>
- McLellan, H. (2000). Experience design. *CyberPsychology & Behavior*, 3(1), 59–69. <https://doi.org/10.1089/109493100316238>
- Mills, A. S., & Butler, T. S. (2005). Flow experience among appalachian trail thru-hikers. *Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium*, 366–371. USDA Forest Service.
- Moneta, G. B. (2004). The flow experience across cultures. *Journal of Happiness Studies*, 5(July 2001), 115–121. <https://doi.org/10.1023/B:JOHS.0000035913.65762.b5>
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59–74. <https://doi.org/10.1080/15022250701231915>
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119–132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- Oppermann, M. (2000). Tourism destination loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78–84. <https://doi.org/10.1177/004728750003900110>
- Özkara, B. Y., & Özmen, M. (2016). Akış deneyimine ilişkin kavramsal bir model önerisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(3), 71–100. <https://doi.org/10.17153/oguiibf.272248>


- Petrick, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions. *Journal of Travel Research*, 42(4), 397–407. <https://doi.org/10.1177/0047287504263037>
- Petrick, J. F., & Backman, S. J. (2002). An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intentions to revisit. *Journal of Travel Research*, 41(1), 38–45. <https://doi.org/10.1177/004728750204100106>
- Pine, J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2003). The new frontier of experience innovation. *MIT Sloan Management Review*, 44(4), 12–18.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creating unique value with customers. *Strategy & Leadership*, 32(3), 4–9. <https://doi.org/10.1108/10878570410699249>
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Schmitt, B. (2010). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends® in Marketing*, 5(2), 55–112. <https://doi.org/10.1561/17000000027>
- Sénécal, S., Gharbi, J.-E., & Nantel, J. (2002). The influence of flow on hedonic and utilitarian shopping values. *Advances in Consumer Research*, 29(1), 483–484.
- Song, H. J., Lee, C. K., Park, J. A., Hwang, Y. H., & Reisinger, Y. (2015). The influence of tourist experience on perceived value and satisfaction with temple stays: The experience economy theory. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(4), 401–415. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.898606>
- Tsaur, S. H., Yen, C. H., & Hsiao, S. L. (2013). Transcendent experience, flow and happiness for mountain climbers. *International Journal of Tourism Research*, 15(4), 360–374. <https://doi.org/10.1002/jtr.1881>
- Uriely, N. (2005). The tourist experience. Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>
- Wang, L. C., Baker, J., Wagner, J. A., & Wakefield, K. (2007). Can a retail web site be social? *Journal of Marketing*, 71(3), 143–157. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.3.143>
- Wöran, B., & Arnberger, A. (2012). Exploring relationships between recreation specialization, restorative environments and mountain hikers' flow experience. *Leisure Sciences*, 34(2), 95–114. <https://doi.org/10.1080/01490400.2012.652502>
- Wu, C. H. J., & 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. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.001>
- Wu, C. H. J., Li, H. J., & Chiu, C. W. (2014). Understanding consumer responses to travel websites from online shopping value and flow experience perspectives. *Tourism Economics*, 20(5), 1087–1103. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0326>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2003.08.016>

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.2307/1251446>



İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARININ ÇALIŞANLARIN İŞ TATMİNİ ÜZERİNE ETKİSİ VE ÖRGÜTSEL ADALETİN ARACILIK ROLÜ

 Tülay YENİÇERİ^a

 Binnaz ÇİNAR^b

 Recep AYDIN^c

Öz

Bu araştırmada içsel pazarlama uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerine etkisi ve örgütsel adaletin aracı rolünün olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Buna dayanarak araştırma kapsamında içsel pazarlama uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerindeki etkisi ve örgütsel adaletin aracılık rolü incelenmiştir. Çalışmada, bir büyükşehir belediyesinin 300 çalışanına anket uygulaması yapılmıştır. Analizler sonucunda; kamu sektörünün uyguladığı içsel pazarlama faaliyetleri, çalışanların iş tatminini pozitif yönde ve anlamlı şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İçsel Pazarlama, İş Tatmini, Örgütsel Adalet



THE INFLUENCE OF INTERNAL MARKETING PRACTICES ON THE WORK SCALE OF EMPLOYEES AND THE ROLE OF ORGANIZATIONAL JUSTICE

Abstract

It is aimed to determine mediating role organizational justice in the influence of internal marketing practices of scholars on job satisfaction. Based on this, the influence of internal marketing practices on the job satisfaction of the employees and the mediating role of organizational justice was examined. In the study, a survey was applied to 300 employees of a metropolitan municipality. As a result of the analysis; internal marketing practices implemented by the public sector affect the job satisfaction of employees positively and significantly.

Key Words: Internal Marketing, Job Satisfaction, Organizational Justice



^a Prof. Dr., Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, tyeniceri@bandirma.edu.tr

^b Doktora Öğr., Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, binnazcinar62@gmail.com

^c Yüksek Lisans Öğr., Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, recepaydin89@gmail.com

A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. İçsel Pazarlama Uygulamaları

İçsel pazarlama 1980'li yılların başında hizmet sektörünün gelişmesiyle birlikte ilk olarak Berry ve Grönroos tarafından tanımlanmıştır (Barzoki & Ghujali, 2013). Berry (1981) banka çalışanları üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında çalışanları iç müşteri olarak tanımlamış ve çalışan tatmininin dış müşteriler ile olan ilişkisini vurgulayarak içsel pazarlama kavramını literatüre sunmuştur (Candan & Çekmecelioğlu, 2009, s. 42).

İçsel pazarlama kavramı gelişme evrimini devam ettirirken pazarlama literatüründe birçok tanımda yer edinmiştir. Örneğin Berry ve Parasuraman (1991) içsel pazarlamayı çalışanları müşteri olarak görme, onlara müşteri gibi davranma felsefesi ve iş ürünlerini insan ihtiyaçlarına uyacak biçimde şekillendirme stratejisi olarak tanımlamıştır. Rafiq ve Ahmed (2000) içsel pazarlamayı, çalışanları motivasyonu yüksek ve müşteri odaklı hale getirme sürecinde, müşteri memnuniyetinin sağlanması için kurumsal stratejiler doğrultusunda çalışanları geliştirmek, örgüte uyumlu hale getirmek, çalışanların motivasyonunu arttırmak, işlevler arası koordinasyonu sağlamak ve entegre etmek için planlanmış bir çaba olarak tanımlamıştır. De Brum (1998), içsel pazarlamanın en önemli amacının, tüm çalışanların kurumların vizyonu, yani yönetim girişimleri, hedefleri, sonuçları, hizmetleri, ürünleri ve hizmet pazarları hakkında bilgilendirilmesini sağlamak olduğunu vurgulamıştır.

Yukarıdaki tanımlara göre, kurumun tüm çalışanları iç müşterilerdir ve organizasyonel süreçlerle müşteri değerini nasıl etkilediklerini anlamalıdır (Berry vd., 1991; Hartline & Ferrell, 1996; Hartline vd., 2000; Kennedy vd., 2002; Lings, 1999). İçsel pazarlamanın savunucuları, işverenlerin temel iş süreçlerinin ötesine geçmeleri ve çalışanları iş planlama sürecine dahil etmeleri gerektiğini önermektedir (Foreman & Money, 1995)

İçsel pazarlama kavramı doğrultusunda işletmelerin artan rekabet döneminde rakiplerine üstünlük kurabilmeleri ve performanslarını arttırabilmeleri için iç ve dış müşterilerini örgütün hedefleri doğrultusunda yönetmesi gerekmektedir (Sadeghloo vd., 2014). Kurum başarısı, çalışanlar tarafından sergilenen tutum ve davranışlardan etkilenmektedir. Özellikle kurum içindeki çalışanların müşteri ile iletişimi, müşteri istek ve ihtiyaçların zamanında ve düzgün bir şekilde karşılanması kurum başarısının yönünü belirlemektedir. Bazı araştırmacılar, gelişmiş organizasyon performansını güçlü bir organizasyon kültürüyle (Barney, 1986; Saffold, 1988) ve çalışan verimliliği ile ilişkili olduğunu belirtmiştir (Deal & Kennedy, 1982; Schein, 1985). Kurumların hizmet kalitesine vurgu yaparak rekabet avantajı geliştirme ve kazanma yeteneği, örgüt kültüründen büyük ölçüde etkilenir. İçsel pazarlamanın kurumsal hedeflere ulaşılmasına katkıda bulunduğu inanılmaktadır (Gilmore, 2003).

1.1. İçsel Pazarlamanın Alt Boyutları

Ödül ve Motivasyon

İçsel pazarlama, kurum içerisindeki tüm kademelerde motivasyonu sağlamış ve müşteri odaklı çalışanlar oluşturmayı amaçlamaktadır (Ewing & Caruana, 1999). İçsel pazarlamada, çalışanların ödüllendirilme ve motivasyon ihtiyaçlarının karşılanması halinde çalışanlar müşterilerin istek ve

beklentilerini daha iyi anlayacaklar ve ihtiyaçlarını zamanında karşılayabileceklerdir (Doukakis & Kitchen, 2004, s. 421). Kurum içerisinde başarılı olan çalışanların motivasyonlarını artırmak ve yaptıkları işe bağlamak amacıyla çeşitli ödüller verilir (Şimşek vd., 2007). Kurum içerisinde ödül almış bir çalışanın motivasyonu artacaktır ve kurumun amaçlarına ulaşması için daha istekli bir şekilde çalışacaktır (İşler & Özdemir, 2010, s. 119).

Etkili İletişim

İletişim, iyi işleyen bir kurum kültürü için hayati bir ön koşuldur. İnsanlar birbirleriyle iletişim kuramayacak veya hazır olmayacaklarsa, departmanlar arası veya işlevler arası koordinasyon olmayacaktır. İletişim “bir örgüt içindeki insanların mesaj gönderme ve alma süreci” olarak tanımlanabilir (Tourani & Rast, 2012).

Çalışan Gelişimi

Çalışanların, kurum ile özdeşleşmeleri isteniyor ise gelişimlerini destekleyerek verimliliklerini arttırmak ve istekli bir şekilde çalışmalarını sağlamak çok önemlidir (Back vd., 2011). Foreman ve Money (1995) çalışanların gelişimini, bir örgütün üyelerini eğitmek için stratejik bir yatırım olarak tanımlamıştır. Piercy ve Morgan (1989) “içsel pazarlamanın bir kurum içinde etkin bir şekilde istihdam edilebilmesi için çalışanların hizmet karşılığısındaki rolünü yerine getirebilmeleri için eğitilmeleri ve uygun şekilde geliştirilmeleri gerektiğini” belirtmiştir.

2. İş Tatmini

İş tatmini, Hoppock tarafından 1930 yılında literatüre sunulmuştur (Hoppock, 1935). Hoppock, çalışma ortamının ve işin kendisinin çalışana zihinsel ve fiziksel tatmin sağladığını belirtmiştir. İş tatmini, çalışanın işi hakkında hissettiği duygulara ve onlara nasıl tepki verdiğine işaret eder (Shiu & Yu, 2010; Tadeka vd., 2005). İş tatmini, birçok farklı meslek alanında yaygın olarak incelenen bir kavramdır. Nelson (2006), çalışanların bir işte devam etmesi ya da bir işten gönüllü olarak ayrılmasının temel nedeninin istihdam durumlarından duydukları memnuniyetsizlik olduğunu belirtmektedir.

Bazı araştırmacılar için iş tatmini, çalışanın iş sırasındaki duygusal durumu ifade etmektedir (Shimizu vd., 2005). İş tatmini çalışma ortamındaki isteklere, ihtiyaçlara, güdülere ve duyguya, yani bir çalışanın işinden duyduğu memnuniyet veya memnuniyetsizliğe bağlı olduğu belirtilmiştir (Bussing vd., 1999; Hackman & Oldham, 1975). Robbins, iş tatminini çalışanın davranışı olarak tanımlamaktadır. İş tatmininin yüksek olması çalışanın davranışı pozitif yönde etkilemektedir (Robbins, 1996).

İş tatmini klasik tanımı ile bir çalışanın işine karşı duygusal veya kişisel tutumu olarak (James & Jones, 1980) ya da çalışanın işe veya işin belirli yönlerine karşı genel tutumunu ifade eder (Knoop, 1995). İş tatmini “kişinin iş veya iş deneyiminin değerlendirilmesinden kaynaklanan zevkli ya da pozitif duygusal durum” olarak tanımlanmıştır (Locke, 1976). İş tatmininin içsel ve dışsal olmak üzere iki yönü vardır (Cooper-Hakim & Viswesvaran, 2005). İş tatminini dışsal açıdan etkileyen nedenler arasında maaş, işyerinin fiziksel koşulları, insan kaynakları yönetimi ve çalışanlar arası ilişkiler gibi özellikler gösterilebilir. İş tatminini içsel açıdan etkileyen nedenler arasında çalışanın yaratıcılık, kendini geliştirme fırsatı, yeteneklerini kullanma, kişisel başarı gibi parasal olmayan ve niteliksel iş yönlerinden

memnuniyetini temsil eden özellikler gösterilebilir. Bu özellikler belirli bir işin içerisinde vardır ve her bir çalışan tarafından bireysel ve farklı bir şekilde izlenir ve hissedilir (Arvey vd., 1989).

Kurum içerisinde yöneticilerin en önemli görevlerinden biri çalışanların iş tatminini sağlamaktır. Kurumun verimliliğinde ve uzun dönemli başarısında işinde tatmin olan çalışanların önemli katkısı bulunmaktadır. İşinde tatminsizlik yaşayan çalışanların işyerinin verimliliğinde ve uzun dönemli başarısında önemli katkısı olabilir (Altunoğlu & Karaman, 2005). Çalışanlar iş tatminine hızlı bir şekilde ulaştığı gibi, hızlı hatta daha hızlı iş tatminsizliğini yaşayabiliyor. Kurum içerisinde iş tatmininin düşük olması koşulların bozulduğunu gösteren önemli bir göstergedir. İş tatminsizliği, daha gizli biçimlerde düşük verimlilik, disiplin sorunları, iş yavaşlatma ve diğer örgütsel sorunların ardında yer alır (Akıncı, 2002).

3. Örgütsel Adalet

Adalet terimi, " doğruluk " anlamına gelmektedir (Colquitt vd., 2001, s. 425). Bir yönetim kavramı olarak örgütsel adalet Greenberg (1987) tarafından önerilmiştir. Son yıllarda, kavram çeşitli bilim adamları ve uygulayıcılar tarafından tanımlanmıştır. Genel olarak, örgütsel adalet, çalışanların işverenlerinin kendilerine karşı ne kadar adil ve dürüst olduğu ve örgütsel süreçlerin ve sonuçların ne kadar adil olduğuna ilişkin görüşleri olarak tanımlanabilir (Elovainio vd., 2005). Örgütsel adalet, işyerinde sosyal etkileşimin kalitesi olarak tanımlanan bir kavramdır (Greenberg, 1990; Lind & Tayler, 1988).

Çalışanların kararlarına ilişkin işyeri adaletini açıklayan örgütsel adalet, genel adaletle dayanır. Kararların, eylemlerin ve sonuçların etik veya ahlaki doğruluğu ile eşanlamlı bir terimdir. Bireyler etik veya ahlaki doğruluğu sosyo-kültürel ve dini inançlar, hukuk ve eşitlik temelinde değerlendirebilirler. Örgütsel bağlamda adalet, işe alım, ücretlendirme, eğitim ve gelişim fırsatlarının yanı sıra karar verme süreçlerine ve tanıtımına katılım ile ilgili olarak değerlendirilir (Tabibnia vd., 2008).

Örgütlerde gündeme gelen "sosyal adalet" kavramı bireyler arası etkileşimin artmasıyla önem kazanmıştır. Örgüt içerisinde ortaya çıkan her türlü örgütsel ve bireysel çıktının, ödül ve cezanın eşit dağıtımını ifade eden "örgütsel adalet" kavramı literatüre dahil edilmiştir. (Charash & Spector, 2001). Taylor'a göre örgütsel adalet kurum yöneticilerinin ödül, ceza, terfi, ücret vb. kurumsal çıktıları çalışanlara dağıtırken doğru yöntem ve süreçleri takip etmeleridir (Masterson vd., 2000). Çalışma hayatında farklı süreçler içerisinde ortaya çıkan örgütsel adalet kavramı, kurum içerisinde uygulanan farklı yöntemlere, çalışanlara verilen ödül, ceza, terfi, ücret gibi olanaklara ve çalışanlar arası etkileşimler sonucu ortaya çıkabilmektedir (Gürbüz & Mert, 2009).

Örgütsel adalet hem iş tatminini hem de kurumu genel olarak etkiler (Loi vd., 2006). Örgütsel Adalet, bir kurumda algılanan adalet derecesi olarak tanımlanır (Colquitt, 2001; Colquitt vd., 2001; Greenberg & Colquitt, 2005). Bu kavram, bir organizasyon için çok önemlidir, çünkü çalışanlar, kuruluşu adil olarak algıladıkları ölçüde (organizasyonla) ilişkileri hakkında olumlu düşüncüler (Simpson & Kaminski, 2007). Organizasyonel adalet dört faktörlü bir yapıdır; dağıtıcı (karar sonuçlarının kalitesi), prosedürel (karar sonuçlarına yol açan süreçlerin adaleti), kişilerarası (prosedürler yürürlüğe girdiğinde çalışanlara yetkililer tarafından yapılan muamele) ve bilgilendirici adalet (sonuçların nasıl ve neden

belirli bir şekilde dağıtıldığı hakkında açıklama) (Colquitt, 2001; Greenberg, 1993, s. 5; Thibaut & Walker, 1975).

B. YÖNTEM

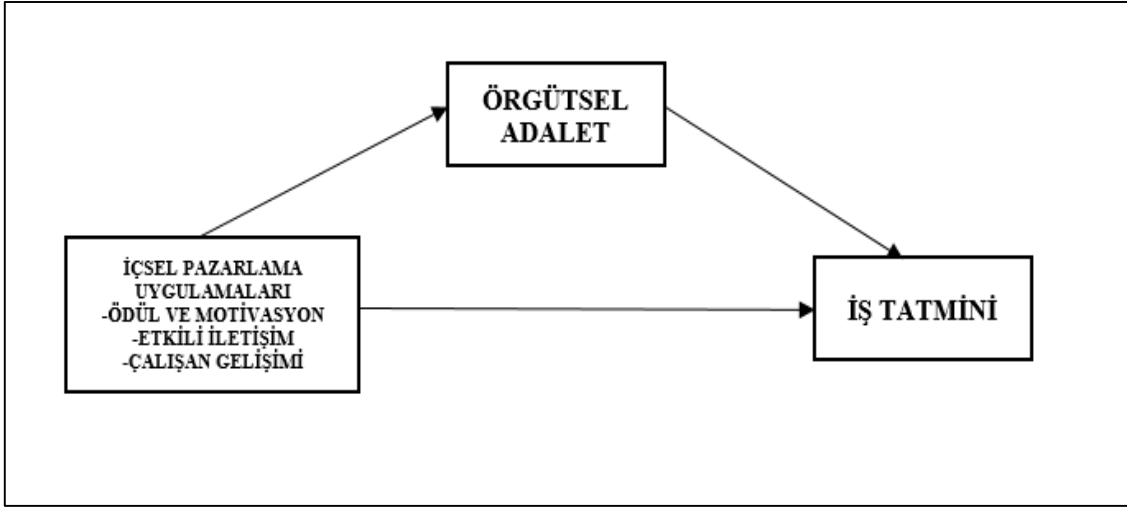
1. Araştırma Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Bu araştırmanın amacı, yöneticiler tarafından alınan karar ve uygulamaların çalışanlar üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Buna dayanarak araştırma kapsamında içsel pazarlama uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerindeki etkisi ve örgütsel adaletin aracılık rolü incelenmiştir. Araştırma kapsamında belirlenen amaca ulaşabilmek için sadece bir büyükşehir belediyesinde gerçekleştirilmiş olması araştırmanın önemli sınırını oluşturmaktadır.

2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma kapsamında içsel pazarlama uygulamalarının iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin aracı rolü incelenmiştir. Aşağıda yer alan model ve hipotezler test edilerek, sonuçlar tablolarda sunulmuştur.

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Şekil 1’de görüleceği gibi, araştırma kapsamında içsel pazarlama uygulamaları (bağımsız değişken), iş tatmini (bağımlı değişken) ve örgütsel adaleti (aracı değişken) ölçebilmek amacıyla üç farklı değişken grubu bulunmaktadır. Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda test edilen hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

H_1 = İçsel pazarlamanın iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_{1a} = İçsel pazarlamanın ödül ve motivasyon alt boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_{1b} = İçsel pazarlamanın etkili iletişim alt boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_{1c} = İçsel pazarlamanın çalışan gelişimi alt boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_2 = İçsel pazarlamanın örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_{2a} = İçsel pazarlamanın ödül ve motivasyon alt boyutunun örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_{2b} = İçsel pazarlamanın etkili iletişim alt boyutunun örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_{2c} = İçsel pazarlamanın çalışan gelişimi alt boyutunun örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_3 = Örgütsel adaletin iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_4 = İçsel pazarlamanın iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

H_{4a} = Ödül ve motivasyonun iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

H_{4b} = Etkili iletişimin iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

H_{4c} = Çalışan gelişiminin iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

3. Örneklem, Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Bu çalışmanın ana kütlesini bir büyükşehir belediyesinde görev alan 1503 çalışan oluşturmaktadır. Anket formu hazırlanırken daha önce gerçekleştirilmiş araştırmalar değerlendirilmiş ve çalışmanın amacına yönelik sorular kullanılmıştır. Anket formunun son hali elde edilmeden önce sorularda herhangi bir problem olup olmadığının anlaşılması için 20 çalışan üzerinde pilot uygulama gerçekleştirilerek anket formunun son haline ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket formları yüz yüze uygulanarak, 300 çalışan üzerinde veriler elde edilmiştir. Eksik ya da hatalı ve aynı seçeneğin işaretlendiği tespit edilen sekiz anket formu analiz kapsamına dâhil edilmemiş ve toplam 292 veri analizlerde incelenmiştir.

Veriler 20 Kasım-7 Şubat tarihlerinde toplanmıştır. Anket formu 57 ifade olmak üzere 4 bölümden oluşmaktadır. İçsel pazarlama uygulamaları ölçeği için Şenol'un (2019) çalışmasında yer alan 3 boyutlu 17 ifade birinci bölümde yer almaktadır. İş tatmini ölçeği için Artantaş'ın (2019) araştırmasında uyguladığı 2 boyut 20 ifade ikinci bölümde yer alırken, Akman'nın (2017) çalışmasındaki örgütsel adalet ölçeği 3 boyut ve 20 ifade olmak üzere üçüncü bölümde bulunmaktadır. Son bölümde ise, çalışanların demografik özelliklerine yönelik sorular bulunmaktadır. Bu ölçekler değerlendirilirken 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

C. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde, cevaplayıcılara ilişkin sosyo-demografik özelliklere ilişkin tanımlayıcı istatistik bilgileri yer verilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve

geçerlilik analiz sonuçları da çalışmanın bu bölümünde yer almaktadır. Bununla birlikte araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla kullanılan basit regresyon ve hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çalışmada kullanılan değişkenlerin normal bir dağılım sergileyip sergilemediklerini Kolmogorov-Smirnov ($p>0,05$) testi ve çarpıklık ve basıklık ölçebilmek için Skewness-Kurtosis (-1,5 ile +1,5) testleri yapılmıştır. Gerçekleştirilen bu testler neticesinde Kurtosis ve Skewness oranlarının -1,5 ile +1,5 arasında ve $p>0,05$ anlamlılık düzeyinde olduğundan dağılımın anlamlı ve normal olduğu belirlenmiştir [İçsel Pazarlama Uygulamaları= Kurtosis ve Skewness (0,185/-0,704), İş Tatmini (0,146/-0,648), Örgütsel Adalet (0,114/-0,541)].

1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Cevaplayıcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları gibi tanımlayıcı istatistik bilgileri Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Yaş	n	%	Unvan	n	%
18-25	20	6,8	Memur	189	64,7
26-35	149	51	Sözleşmeli Memur	25	8,6
36-45	95	32,6	Kadrolu İşçi	38	13
46-55	22	7,5	Şirket Çalışanı	40	13,7
56-65	6	2,1	Toplam	292	100
Toplam	292	100			
Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Kadın	79	27,1	Evli	247	84,6
Erkek	213	72,9	Bekâr	45	15,4
Toplam	292	100	Toplam	292	100
Eğitim	n	%	Mesleki Deneyimi	n	%
Lise	44	15,1	0-5	63	21,6
Önlisans	63	21,6	6-10	103	35,3
Lisans	152	52	11-15	53	18,1
Yüksek Lisans	33	11,3	16-20	32	11
Toplam	292	100	21 ve üzeri	41	14
			Toplam	292	100
Belediyede Çalışma Yılı	n	%			
0-5	114	39,9			
6-10	94	32,2			
11-15	37	12,7			
16-20	25	8,6			
21 ve üzeri	22	7,5			
Toplam	292	100			

2. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı, İstatistiksel ve Korelasyon Değerleri

İçsel pazarlama uygulamaları, iş tatmini ve örgütsel adalet değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistiksel ve aralarındaki ilişkiye yer veren Pearson Korelasyon analiz bulguları Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2 incelendiğinde, iş tatmini ile içsel pazarlama uygulamaları, örgütsel adalet ile içsel pazarlama uygulamaları ve örgütsel adalet ile iş tatmini değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistiksel ve Korelasyon Değerleri

	Korelasyon Katsayıları			Ortalama	Standart Sapma
	(1)	(2)	(3)		
İçsel Pazarlama	1			3,5510	0,56665
İş Tatmini	0,589**	1		3,4914	0,59168
Örgütsel Adalet	0,488**	0,641**	1	3,0277	0,88462

**Korelasyonlar 0.01 düzeyinde anlamlı

3. Açıklayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Çalışmada yer alan ölçeklerin geçerliliğini test edebilmek için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde, varimax rotasyon yöntemi kullanılmış ve faktör sayısını belirlemek için öz değeri 1’den büyük faktörlerin olmasına dikkat edilmiştir. Örneklem yeterliliği için KMO test değerleri incelenmiş ve bu değerlerin 0,60’dan büyük olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada içsel pazarlama uygulamaları ölçeğinin KMO değeri 0,876, iş tatmini ölçeğinin KMO değeri 0,821 ve örgütsel adalet ölçeğinin KMO değeri 0,931 olarak bulunmuştur. Araştırmada tüm değişkenlere ait Bartlett’ın Küresellik Testi sonuçları $p < 0,001$ düzeyinde anlamlı olduğu saptanmıştır.

İçsel pazarlama uygulamaları ölçeğine yönelik gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda 17 ifade ait oldukları değişkenlere uygun biçimde olup, 3 alt boyutta toplanan ifadelerin açıkladığı toplam varyans ise %69,136 olarak bulunmuştur. Açıklanan toplam varyansın Nakip’e (2006, s. 432) göre en az 0,60 olması gerekmektedir. Açıklanan varyans incelendiğinde en büyük katkıyı %37,706 içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu ödül ve motivasyon değişkeni sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, ölçeklerin güvenilirlikleri için Cronbach’s Alpha katsayıları hesaplanmış ve değişkenlerin güvenilirlik düzeylerinin 0,70’ten fazla olduğu saptanmıştır. Analiz sonuçlarına Tablo 3’te yer verilmiştir.

Tablo 3. İçsel Pazarlama Uygulamaları Açıklayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Modelde Kullanılan Ölçekler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha	Açıklanan Toplam Varyans (%)
İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARI				
Ödül ve Motivasyon				
İPU1	0,678			
İPU2	0,792			
İPU3	0,754			
İPU4	0,788	37,706	0,914	
İPU5	0,874			
İPU6	0,803			
İPU7	0,817			
İPU8	0,725			
Etkili İletişim				
İPU9	0,598			69,136
İPU10	0,623			
İPU11	0,659	20,774	0,766	
İPU12	0,792			
İPU13	0,812			
Çalışan Gelişimi				
İPU14	0,894			
İPU16	0,645			
İPU17	0,809	10,656	0,776	
İPU14	0,894			
İPU16	0,645			

Çıkarım Metodu: Principal Component Analysis.
Döndürme Metodu: Varimax with Kaiser Normalization.

İş tatmini ölçeğine yönelik gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda 20 ifade ait oldukları değişkenlere uygun biçimde olup, 2 alt boyutta toplanan ifadelerin açıkladığı toplam varyans ise %63,674 olarak bulunmuştur. Açıklanan varyans incelendiğinde en büyük katkıyı %34,798 iş tatmini alt boyutu dışsal iş faktörler değişkeni sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, ölçeklerin güvenilirlikleri için Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmış ve değişkenlerin güvenilirlik düzeylerinin 0,70'ten fazla olduğu saptanmıştır. Analiz sonuçlarına Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. İş Tatmini Açıklayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Modelde Kullanılan Ölçekler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha	Açıklanan Toplam Varyans (%)
İŞ TATMİNİ				
İçsel İş Faktörler				
İİF1	0,710			
İİF2	0,653			
İİF3	0,687			
İİF4	0,599			
İİF7	0,674	28,876	0,914	63,674
İİF8	0,738			
İİF9	0,604			
İİF10	0,665			
İİF15	0,647			
İİF20	0,585			

Dışsal İş Faktörler				
İİF5	0,724			
İİF6	0,679			
İİF12	0,717			
İİF13	0,644	34,798		0,766
İİF14	0,705			
İİF17	0,581			
İİF18	0,795			
İİF19	0,852			

Çıkarım Metodu: Principal Component Analysis.
Döndürme Metodu: Varimax with Kaiser Normalization.

Örgütsel adalet ölçeğine yönelik gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda 20 ifade ait oldukları değişkenlere uygun biçimde olup, 3 alt boyutta toplanan ifadelerin açıkladığı toplam varyans ise %73,771 olarak bulunmuştur. Açıklanan varyans incelendiğinde en büyük katkısı %39,971 örgütsel adalet alt boyutu dağıtımsal adalet değişkeni sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, ölçeklerin güvenilirlikleri için Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmış ve değişkenlerin güvenilirlik düzeylerinin 0,70'ten fazla olduğu saptanmıştır. Analiz sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. Örgütsel Adalet Açıklayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Modelde Kullanılan Ölçekler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha	Açıklanan Toplam Varyans (%)
ÖRGÜTSEL ADALET				
Dağıtımsal Adalet				
DA1	0,643			
DA2	0,763			
DA3	0,819	39,971	0,776	
DA4	0,527			
DA5	0,812			
İşlemsel Adalet				
İA6	0,698			
İA7	0,773			
İA8	0,620	19,157	0,920	
İA9	0,801			
İA10	0,626			73,771
İA11	0,814			
Etkileşimsel Adalet				
EA12	0,873			
EA13	0,592			
EA14	0,648			
EA15	0,783			
EA16	0,641	14,643	0,776	
EA17	0,813			
EA18	0,773			
EA19	0,706			
EA20	0,784			

Çıkarım Metodu: Principal Component Analysis.
Döndürme Metodu: Varimax with Kaiser Normalization.

4. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan verilerin daha önce kurgulanmış olan faktör yapısı ile uyumlu olup olmadığını belirlemek amacıyla değişkenlerin faktör yapısı, doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmelidir (Meydan & Şeşen, 2015, s. 57). Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada Kullanılan İfadeler	Standardize Faktör Yükleri	CR	AVE	P
İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARI				
İPU1	0,318			0,001
İPU2	0,495			0,001
İPU3	0,335			
İPU4	0,452			0,001
İPU5	0,586			0,001
İPU6	0,732			0,001
İPU7	0,725			0,001
İPU8	0,430			0,001
İPU9	0,552	0,782	0,621	0,001
İPU10	0,479			0,001
İPU11	0,536			0,001
İPU12	0,608			0,001
İPU13	0,791			0,001
İPU14	0,544			0,001
İPU15	0,657			0,001
İPU16	0,487			0,001
İPU17	0,406			0,001
İŞ TATMİNİ				
İİF1	0,487			0,001
İİF2	0,248			0,001
İİF3	0,298			0,001
İİF4	0,348			0,001
İİF7	0,744			0,001
İİF8	0,687	0,864	0,587	0,001
İİF9	0,585			0,001
İİF10	0,450			0,001
İİF15	0,411			0,001
İİF20	0,573			0,001

İİF5	0,517			0,001
İİF6	0,492			0,001
İİF12	0,608			0,001
İİF13	0,536			0,001
İİF14	0,395			0,001
İİF17	0,384			0,001
İİF18	0,658			0,001
İİF19	0,712			0,001
ÖRGÜTSEL ADALET				
DA1	0,302			0,001
DA2	0,487			0,001
DA3	0,529			0,001
DA4	0,372			0,001
DA5	0,580			0,001
İA6	0,570			0,001
İA7	0,305			0,001
İA8	0,681			0,001
İA9	0,471			0,001
İA10	0,333			0,001
İA11	0,617	0,766	0,646	0,001
EA12	0,670			0,001
EA13	0,395			0,001
EA14	0,391			0,001
EA15	0,629			0,001
EA16	0,621			0,001
EA17	0,735			0,001
EA18	0,595			0,001
EA19	0,464			0,001
EA20	0,690			0,001

Doğrulayıcı faktör analizi genelinde iyi bir yapının elde edilebilmesi için yapı güvenilirliğinin (CR) 0,70 değerinde ve ortalama açıklanan varyans (AVE) değerinin 0,50'nin üzerinde olması gerekmektedir. Ayrıca 0,70 değeri iyi bir yapı için uygun bulunurken, 0,50 ve altı değerlerin uygun olmadığı söylenmektedir (Hair vd., 2014). Gerçekleştirilen analiz sonucu değerlendirildiğinde tüm boyutların CR değeri 0,70 ve AVE değeri 0,50'nin üzerinde olduğu Tablo 6'da görülmektedir. Faktör yükleri açısından çalışmada kullanılan değişkenlerin ideal yapının üzerinde ya da ideal yapıya uygun değerlere sahip olduğu ifade edilebilir. Doğrulayıcı faktör analiz sonucunda elde edilen model uyum ve eşik değerlerinin

çoğunun iyi uyum ve kabul edilebilir uyum değerleri arasında olduğu belirlenmiş ve bu değerlere Tablo 7'de yer verilmiştir.

Tablo 7. Doğrulayıcı Faktör Analizi Model Uyum Değerleri (Meydan ve Şeşen, 2015)

UYUM ÖLÇÜTÜ	İYİ UYUM	KABUL EDİLEBİLİR UYUM	MODEL DEĞERLERİ	UYUM
İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARI				
CMIN/DF (X^2/df)	$X^2/df \leq 3$	$4 \leq X^2/df \leq 5$	4,69	
RMSEA	$RMSEA \leq 0,05$	$0,06 < RMSEA < 0,08$	0,07	
TLI	$TLI \geq 0,95$	$0,90 < TLI < 0,94$	0,91	
CFI	$CFI \geq 0,97$	$CFI \geq 0,95$	0,96	
GFI	$GFI \geq 0,90$	$0,85 < GFI < 0,89$	0,86	
İŞ TATMİNİ				
CMIN/DF (X^2/df)	$X^2/df \leq 3$	$4 \leq X^2/df \leq 5$	3,26	
RMSEA	$RMSEA \leq 0,05$	$0,06 < RMSEA < 0,08$	0,04	
TLI	$TLI \geq 0,95$	$0,90 < TLI < 0,94$	0,95	
CFI	$CFI \geq 0,97$	$CFI \geq 0,95$	0,98	
GFI	$GFI \geq 0,90$	$0,85 < GFI < 0,89$	0,95	
ÖRGÜTSEL ADALET				
CMIN/DF (X^2/df)	$X^2/df \leq 3$	$4 \leq X^2/df \leq 5$	4,58	
RMSEA	$RMSEA \leq 0,05$	$0,06 < RMSEA < 0,08$	0,05	
TLI	$TLI \geq 0,95$	$0,90 < TLI < 0,94$	0,92	
CFI	$CFI \geq 0,97$	$CFI \geq 0,95$	0,96	
GFI	$GFI \geq 0,90$	$0,85 < GFI < 0,89$	0,87	

5. Değişkenler Arasındaki Nedensellik Analizleri

Araştırmada ele alınan hipotezlerin test edilebilmesi için basit regresyon analizi ve hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır.

5.1. İçsel Pazarlama Uygulamalarının İş Tatmini Üzerindeki Etkisi

Araştırmanın ilk hipotezi için içsel pazarlama uygulamaları ve alt boyutlarının iş tatmini üzerindeki etkisi incelenmiş ve aşağıda yer alan tablolarda sonuçlara yer verilmiştir.

Hipotez 1: İçsel pazarlamanın iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 1a: İçsel pazarlamanın ödül ve motivasyon alt boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 1b: İçsel pazarlamanın etkili iletişim alt boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 1c: İçsel pazarlamanın çalışan gelişimi alt boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Tablo 8. İçsel Pazarlama Uygulamalarının İş Tatmini Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,153	10,327	0,000	R= 0,604 R ² = 0,365
İçsel Pazarlama	0,604	0,043	12,922	0,000	Dzenl. R ² = 0,363 F=166,969

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamalarının iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,604, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Ödül ve Motivasyonun İş Tatmini Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,092	26,817	0,000	R= 0,573 R ² = 0,328
Ödül ve Motivasyon	0,573	0,030	11,894	0,000	Dzenl. R ² = 0,326 F=141,460

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu ödül ve motivasyonunun iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,573, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H_{1a} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Etkili İletişimin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,286	10,283	0,000	R= 0,482 R ² = 0,137
Etkili İletişim	0,482	0,069	1,960	0,000	Dzenl. R ² = 0,191 F=3,841

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu etkili iletişimin iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,482, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H_{1b} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11. İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Çalışan Gelişiminin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,216	8,704	0,000	R= 0,404
Çalışan Gelişimi	0,404	0,052	7,519	0,000	R ² = 0,163 Dzenl. R ² = 0,160 F=56,530

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu çalışan gelişiminin iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,404, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H_{1c} hipotezi kabul edilmiştir.

5.2. İçsel Pazarlama Uygulamalarının Örgütsel Adalet Üzerine Etkisi

Araştırmanın ilk hipotezi için içsel pazarlama uygulamaları ve alt boyutlarının örgütsel adalet üzerindeki etkisi incelenmiş ve aşağıda yer alan tablolarda sonuçlara yer verilmiştir.

Hipotez 2: İçsel pazarlamanın örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 2a: İçsel pazarlamanın ödül ve motivasyon alt boyutunun örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 2b: İçsel pazarlamanın etkili iletişim alt boyutunun örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 2c: İçsel pazarlamanın çalışan gelişimi alt boyutunun örgütsel adalet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Tablo 12. İçsel Pazarlama Uygulamalarının Örgütsel Adalet Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,288	1,120	0,000	R= 0,488
İçsel Pazarlama	0,488	0,080	9,522	0,000	R ² = 0,238 Dzenl. R ² = 0,236 F=90,676

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamalarının örgütsel adalet üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,488, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 13. İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Ödül ve Motivasyonun Örgütsel Adalet Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,142	11,296	0,000	R= 0,527 R ² = 0,277
Ödül ve Motivasyon	0,527	0,046	10,551	0,000	Dzenl. R ² = 0,275 F=111,315

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu ödül ve motivasyonun örgütsel adalet üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,527, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H_{2a} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 14. İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Etkili İletişimin Örgütsel Adalet Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,156	9,452	0,000	R= 0,420 R ² = 0,264
Etkili İletişim	0,420	0,031	7,497	0,000	Dzenl. R ² = 0,261 F=52,428

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu etkili iletişimin örgütsel adalet üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,420, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H_{2b} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 15. İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Çalışan Gelişiminin Örgütsel Adalet Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,339	3,900	0,000	R= 0,287 R ² = 0,235
Çalışan Gelişimi	0,287	0,082	5,095	0,000	Dzenl. R ² = 0,227 F=25,959

Regresyon analizi sonucunda içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu etkili iletişimin örgütsel adalet üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,287, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H_{2c} hipotezi kabul edilmiştir.

5.3. İçsel Pazarlama Uygulamalarının İş Tatmini Üzerine Etkisinde Örgütsel Adaletin Aracılık Rolü

Hipotez 3: Örgütsel adaletin iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₄= İçsel pazarlamanın iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

H_{4a} = Ödül ve motivasyonun iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

H_{4b} = Etkili iletişimin iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

H_{4c} = Çalışan gelişiminin iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin anlamlı bir aracı etkisi bulunmaktadır.

Tablo 16. Örgütsel Adaletin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,095	23,068	0,000	R= 0,641
Örgütsel Adalet	0,641	0,030	14,211	0,000	R ² = 0,411 Dzenl. R ² = 0,408 F=201,957

Regresyon analizi sonucunda örgütsel adaletin iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye (R=0,641, p<0,001) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 17. Örgütsel Adaletin İçsel Pazarlama Uygulamalarının İş Tatmini Üzerindeki Aracı Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,178	7,344	0,000	R= 0,589
İçsel Pazarlama	0,589	0,050	12,399	0,000	R ² = 0,346 Dzenl. R ² = 0,344 F=153,736
Sabit		0,155	7,807	0,000	R= 0,641
İçsel Pazarlama	0,378	0,049	7,680	0,000	R ² = 0,411 Dzenl. R ² = 0,408
Örgütsel Adalet	0,482	0,032	9,839	0,000	F=201,957

İçsel pazarlama uygulamaları ve örgütsel adalet bağımsız değişkenlerindeki değişimin, iş tatmini bağımlı değişkendir. Bu test sonucuna göre, araştırma modelinin anlamlı olduğunu sonucuna ulaşılmıştır (F=201,957; p<0,001). Beta değerleri incelendiğinde örgütsel adalet aracı değişkeninin modelin açıklayıcılığına daha fazla katkı sağlamaktadır (Beta= 0,482). Regresyon analizi sonuçlarına göre içsel pazarlama uygulamalarının iş tatmini üzerindeki etkisi (Beta= 0,589), aracı değişken olarak örgütsel adaletin analize dâhil edildiğinde (Beta= 0,378) azalmaktadır. Bu sonuca göre örgütsel adaletin, içsel pazarlama uygulamalarıyla iş tatmini arasında aracı değişken rolü üstlendiği ve örgütsel adalet aracı değişken etkisinin son analizde tamamen ortadan kalkmaması sebebiyle, bu değişkenler arasındaki ilişkide farklı diğer aracı değişkenlerinde var olabileceği söylenebilir. Dolayısıyla içsel pazarlama uygulamaları ve iş tatmini arasındaki ilişkide örgütsel adaletin kısmi aracı değişken olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca göre H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 18. Örgütsel Adaletin İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Ödül ve Motivasyonun İş Tatmini Üzerindeki Aracı Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,092	26,817	0,000	R= 0,573 R ² = 0,328
Ödül ve Motivasyon	0,573	0,030	11,894	0,000	Dzenl. R ² = 0,486 F=141,460
Sabit		0,096	20,302	0,000	R= 0,698 R ² = 0,487
Ödül ve Motivasyon	0,325	0,031	6,566	0,000	Dzenl. R ² = 0,483 F=137,198
Örgütsel Adalet	0,469	0,033	9,470	0,000	

İçsel pazarlama uygulamaları alt boyutu ödül ve motivasyon ve örgütsel adalet bağımsız değişkenlerindeki değişimin, iş tatmini bağımlı değişkendeki değişimin %69'unu açıklayabildiği Tablo 18'de belirtilmiştir. Bu test sonucuna göre, araştırma modelinin anlamlı olduğunu sonucuna ulaşılmıştır (F=137,198; p<0,001). Beta değerleri incelendiğinde örgütsel adalet aracı değişkeninin modelin açıklayıcılığına daha fazla katkı sağlamaktadır (Beta= 0,469). Regresyon analizi sonuçlarına göre içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu ödül ve motivasyonun iş tatmini üzerindeki etkisi (Beta= 0,573), aracı değişken olarak örgütsel adaletin analize dâhil edildiğinde (Beta= 0,469) azalmaktadır. Bu sonuca göre örgütsel adaletin, içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu ödül ve motivasyon ile iş tatmini arasında aracı değişken rolü üstlendiği ve örgütsel adalet aracı değişken etkisinin son analizde tamamen ortadan kalkmaması sebebiyle, bu değişkenler arasındaki ilişkide farklı diğer aracı değişkenlerinde var olabileceği söylenebilir. Dolayısıyla içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu ödül ve motivasyon ve iş tatmini arasındaki ilişkide örgütsel adaletin kısmi aracı değişken olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca göre H_{4a} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 19. Örgütsel Adaletin İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Etkili İletişimin İş Tatmini Üzerindeki Aracı Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,286	10,283	0,000	R= 0,482 R ² = 0,137
Etkili İletişim	0,482	0,069	1,960	0,000	Dzenl. R ² = 0,191 F=3,841
Sabit		0,237	6,644	0,000	R= 0,284 R ² = 0,426
Etkili İletişim	0,126	0,053	2,825	0,000	Dzenl. R ² = 0,422 F=107,398
Örgütsel Adalet	0,284	0,030	4,430	0,000	

İçsel pazarlama uygulamaları alt boyutu etkili iletişim ve örgütsel adalet bağımsız değişkenlerindeki değişimin, iş tatmini bağımlı değişkendeki değişimin %65'ini açıklayabildiği Tablo

19'da belirtilmiştir. Bu test sonucuna göre, araştırma modelinin anlamlı olduğunu sonucuna ulaşılmıştır ($F=107,398$; $p<0,001$). Beta değerleri incelendiğinde örgütsel adalet aracı değişkeninin modelin açıklayıcılığına daha fazla katkı sağlamaktadır ($Beta= 0,284$). Regresyon analizi sonuçlarına göre içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu etkili iletişimin iş tatmini üzerindeki etkisi ($Beta= 0,482$), aracı değişken olarak örgütsel adaletin analize dâhil edildiğinde ($Beta= 0,284$) azalmaktadır. Bu sonuca göre örgütsel adaletin, içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu etkili iletişim ile iş tatmini arasında aracı değişken rolü üstlendiği ve örgütsel adalet aracı değişken etkisinin son analizde tamamen ortadan kalkmaması sebebiyle, bu değişkenler arasındaki ilişkide farklı diğer aracı değişkenlerinde var olabileceği söylenebilir. Dolayısıyla içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu etkili iletişim ve iş tatmini arasındaki ilişkide örgütsel adaletin kısmi aracı değişken olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca göre H_{4b} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 20. Örgütsel Adaletin İçsel Pazarlama Uygulamaları Alt Boyutu Çalışan Gelişiminin İş Tatmini Üzerindeki Aracı Etkisi

Değişken	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler
Sabit		0,216	8,704	0,000	R= 0,404 R ² = 0,163
Çalışan Gelişimi	0,404	0,052	7,519	0,000	Dzenl. R ² = 0,160 F=56,530
Sabit		0,178	7,739	0,000	R= 0,351 R ² = 0,228
Çalışan Gelişimi	0,240	0,044	5,335	0,000	Dzenl. R ² = 0,219 F=124,772
Örgütsel Adalet	0,351	0,030	5,487	0,000	

İçsel pazarlama uygulamaları alt boyutu çalışan gelişimi ve örgütsel adalet bağımsız değişkenlerindeki değişimin, iş tatmini bağımlı değişkendeki değişimin %35'ini açıklayabildiği Tablo 20'de sunulmuştur. Bu test sonucuna göre, araştırma modelinin anlamlı olduğunu sonucuna ulaşılmıştır ($F=124,772$; $p<0,001$). Beta değerleri incelendiğinde örgütsel adalet aracı değişkeninin modelin açıklayıcılığına daha fazla katkı sağlamaktadır ($Beta= 0,351$). Regresyon analizi sonuçlarına göre içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu çalışan gelişiminin iş tatmini üzerindeki etkisi ($Beta= 0,404$), aracı değişken olarak örgütsel adaletin analize dâhil edildiğinde ($Beta= 0,351$) azalmaktadır. Bu sonuca göre örgütsel adaletin, içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu çalışan gelişimi ile iş tatmini arasında aracı değişken rolü üstlendiği ve örgütsel adalet aracı değişken etkisinin son analizde tamamen ortadan kalkmaması sebebiyle, bu değişkenler arasındaki ilişkide farklı diğer aracı değişkenlerinde var olabileceği söylenebilir. Dolayısıyla içsel pazarlama uygulamaları alt boyutu çalışan gelişimi ve iş tatmini arasındaki ilişkide örgütsel adaletin kısmi aracı değişken olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca göre H_{4c} hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Artan rekabet döneminde kurumlar içsel pazarlama kavramına önem vermektedirler. Çalışanları iç müşteriler olarak değerlendirmek ve çalışan tatmininin dış müşteriler ile olan ilişkisini önemsemek durumundadırlar. Kamu sektöründe içsel pazarlama faaliyetleri özel sektör ile kıyaslandığında daha az

uygulanmaktadır. Kamu kurumlarının hedeflerine ulaşabilmesi için özel sektörde olduğu gibi içsel pazarlama uygulamalarını başarılı bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Kurum içerisinde içsel pazarlama uygulamaları başarılı bir şekilde uygulandığında iş tatmininde artış olacaktır. Özellikle motivasyon, prim, ödüllendirme ve yükselme gibi içsel pazarlama uygulamalarının çalışanlar üzerinde adaletli bir şekilde uygulanması örgütsel adaletin aracı rolünü ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmada, kamu sektöründe içsel pazarlama uygulamalarının iş tatmini seviyesinin oluşmasında önemli rol oynadığını ve örgütsel adaletin de aracı rolü olduğu gösterilmeye çalışılmış ve bu bağlamda literatüre katkı sunulmaya çalışılmıştır.

Çalışma sonucuna göre, içsel pazarlama uygulamaları ve alt boyutlarının iş tatmini üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç literatürde yer alan diğer araştırmalar ile benzerlik göstermektedir (Arslanoğlu vd., 2020; Caruana & Calleya, 1998; Demir vd., 2008; Ergün & Boz, 2017; Eşitti & Buluk, 2018; Huang & Rundle- Tiele, 2014; Kurşunoğlu Yarımoğlu & Ersönmez, 2017; Naude vd., 2003; Suleiman Awwad & Mohammad Agti, 2011; Şenol & Öngel, 2019; Wu vd., 2013). Bu sonuca istinaden, yöneticiler tarafından çalışanların memnuniyetlerini artıracak çeşitli yöntem ve uygulamaların kullanılması iş tatminlerinin sağlanmasında önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla iş tatmini yüksek olan çalışanların performansları artacaktır ve müşterilere karşı sergiledikleri davranışlar da olumlu şekilde etkilenecektir.

Bir diğer araştırma sonucunda, içsel pazarlama uygulamalarının örgütsel adalet üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi tespit edilmiştir. Literatür incelendiğinde içsel pazarlama uygulamaları ve örgütsel adalet ile ilgili Şenol ve Öngel (2019) tarafından yapılan bir araştırmada bu çalışma sonucuna benzer sonuç elde etmişlerdir. Örgütsel adaletin iş tatmini anlamlı ve pozitif etkilediği araştırma sonucu ise literatürde yer alan birçok sonuç ile paralellik göstermektedir (Chang & Dubinsky, 2005; Keklik & Coşkun Us, 2013; Promket & Thanyaphirak, 2012; Yücekaya & Dönmez Polat, 2020). İçsel pazarlama uygulamalarının iş tatmini üzerine etkisinde örgütsel adaletin aracı role sahip olduğu araştırmanın sonuçları arasında yer almaktadır. İşçan ve Sayın (2010), iş tatminin zihinsel olmaktan öte duygusal olduğu ve yöneticilerin adaletli davranmasıyla birlikte çalışanın iş tatmini üst düzeye ulaşacaktır. Çalışanların örgütsel adalet algıları yüksek düzeyde olması ise iş tatminlerinin artmasına ve örgüt yararı için sergiledikleri tutum ve davranışların olumlu yönde gelişmesine olanak sağlayacaktır.

Bu sonuçlardan hareketle, yöneticilere ve uygulayıcılara bazı öneriler sunulmuştur. Yöneticiler tarafından örgüt çalışanlarının iş tatminlerini artırmak amacıyla ödül ve motivasyon, etkili iletişim ve çalışanların eğitim ve gelişimlerini artıracak sistemlerin kurulması gibi birtakım önlemler alınmalıdır. Ayrıca yöneticiler örgütsel adaleti sağlayarak, çalışanlarının örgütsel adaletin farkında olmaları sağlanmalıdır.

Çalışmada, bir büyükşehir belediyesinin çalışanlarına yönelik bulgular elde edildiğinden, ileride yapılacak olan çalışmalarda Türkiye’de faaliyet yürüten diğer yerel yönetimler ve merkezi kamu kurumlarının çalışanlarının araştırmaya dâhil edilmesi gelecek araştırmalar için tavsiye edilmektedir. Bu çalışma için içsel pazarlama uygulamaları alt boyutlarından ödül ve motivasyon, etkili iletişim ve çalışan gelişimi alt boyutları kullanılmıştır. Gelecekteki yapılacak araştırmalarda diğer içsel pazarlama

uygulamaları alt boyutları (işe alma, çalışan tutma çabaları, vizyon geliştirme) incelenerek, farklı değişkenler üzerindeki etkileri irdelenebilir. Çalışma evreninin geniş alanda gerçekleştirilmesi maliyet ve zaman açısından zorluk ve sıkıntı ortaya çıkarabileceğinden dolayı, araştırma alanı bir büyükşehir belediyesinin çalışanları ile sınırlandırılmıştır. Gelecek araştırmalar için bu husus göz önüne alınıp, daha geniş bir evren belirlenmelidir.



KAYNAKÇA

- Akıncı, Z. (2002). Turizm sektöründe iş gören iş tatminini etkileyen faktörler: beş yıldızlı konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (4), 1-25.
- Akman, F. (2017). *Sağlık kurumlarında hemşirelerin örgütsel adalet alguları ve örgütsel adaletin iş motivasyonuna etkisi: Özel hastaneler alan araştırması* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Altunoğlu, A. E., & Karaman, F. (2005). İş tatmini ve organizasyon yapısı: Kamu üniversiteleri üzerine ampirik bir inceleme. *H. Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 23(2), 83-97.
- Arslanoğlu, A., Bektemur, G., & Gemlik, N. (2020). İçsel pazarlamanın çalışanların iş tatmini üzerine etkisi. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 22-34.
- Artantaş, E. (2019). *Kurum çalışanlarının öğrenen örgüt algularının iş tatmini ve örgütsel güven alguları üzerindeki etkilerinin incelenmesi: Sağlık Bakanlığı örneği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arvey, R. D., Abraham, L. M., Bouchard, T. J. J., & Segal, N. L. (1989). Job satisfaction: Environmental and genetic components. *Journal of Applied Psychology*, 74, 187-92.
- Back, B. K., Lee, C., & Abbott, J. (2011). Internal relationship marketing: Korean casino employees' job satisfaction and organizational commitment. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(2), 111-124.
- Barney, J. B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage?. *Academy of Management Review*, 11(3), 656-665.
- Barzoki, A. S., & Ghujali, T. (2013). Study the relationship of internal marketing with job satisfaction, organizational commitment and organizational citizenship behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(3), 33-49.
- Berry, L. L. (1981). The employee as customer. *Journal of Retail Banking*, 3, 25-28.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing services: Competing through quality*, The Free Press.
- Berry, L., Jeffrey, L., Conant, S., & Parasuraman, A. (1991). A framework for conducting a services marketing audit. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 13(3), 255-268.
- Bussing, A., Bissels, T., Fuchs, V., & Perrar, K. M. (1999). A dynamic model of work satisfaction: Qualitative approaches. *Human Relat*, 52(8), 999-1028.
- Candan, B., & Çekmecelioğlu, H. G. (2009). İçsel pazarlama faaliyetlerinin örgütsel bağlılık unsurları açısından değerlendirilmesi: Bir araştırma. *Yönetim*, 20(63), 41-58.

- Caruana, A., & Calleya P. (1998). The effect of internal marketing on organisational commitment among retail bank managers. *International Journal of Bank Marketing*, 16(3), 108-116.
- Chang, C., & Dubinsky, A. J. (2005). Organizational justice in sales force: a literature review with propositions. *Journal of Business to Business Marketing*, 12(1), 35-71.
- Charash, Y. C., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278-321.
- Chen, C. K., Lin, Y. H., & Ho, C. S. (2006). Research on the relationship between internal marketing and medical personnel's turnover intension in the situation of a dangerous outbreak of illness like SARS. A Regional Hospital for Example. *Cheng Chin Med*, 2(4), 28-36.
- Colquitt, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 386-400.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millenium: A meta analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-445.
- Cooper-hakim, A., & Viswesvaran, C. (2005). The construct of work commitment: Testing an integrative framework. *Psychological Bulletin*, 131, 241-259.
- De Brum, A. M. (1998). *Endomarketing como estrate'gia de gesta~o*. L&PM.
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). *Corporate cultures*. Addison-Wesley.
- Demir, H., Usta, E., & Okan T. (2008). İçsel pazarlamanın örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi. *H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 135-161.
- Doukakis, I. P., a& Philip, J. K. (2004). Internal marketing in UK banks: Conceptual legitimacy or window dressing. *The Internal Journal of Bank Marketing*, 22(6), 421-452.
- Elovainio, M., Van den Bos, K., Linna, A., Kivimaki, M., Ala-Mursula, L., Pentti, J., & Vahtera, J. (2005). Combined effects of uncertainty and organisational justice on employee health: Testing the uncertainty management model of fairness judgments among finnish public sector employees. *Social Science and Medicine*, 61(12), 2501-2512.
- Ergün, S. G., & Boz, H. (2017). İşletmelerin içsel pazarlama uygulamaları ve işgörenlerin iş tatmini ilişkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Studies on Marketing Insights*, 1(2), 1-12.
- Eşitti, B., & Buluk, B. (2018). İçsel pazarlama faaliyetlerinin iş performansına etkisinde iş tatminin aracı rolü: Beş yıldızlı konaklama işletmeleri örneği. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 10(18), 288-303.
- Ewing, M., & Caruana, A. (1999). An internal marketing approach to public sector management: The marketing and human resources interface. *The International Journal of Public Sector Management*, 1,17-26.
- Foreman, S. K., & Money, A. H. (1995). Internal marketing: Concepts, measurement, and application. *Journal of Marketing Management*, 11, 755-768.
- Greenberg, J. (1987). A taxonomy of organisational justice theories. *Academy of Management Review*, 12, 9-22.

- Greenberg, J. (1990). Organizational justice: Yesterday, today and tomorrow. *Journal of Management*, 16, 399-432.
- Greenberg, J. (1993). *The social side of fairness: Interpersonal and informational classes of organizational justice*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Gürbüz, S., & Mert, İ. S. (2009). Örgütsel adalet ölçeğinin geçerlik ve güvenilirlik uygulaması: Kamuda görgül bir çalışma, *Amme İdaresi Dergisi*, 42(3), 117-139.
- Hackman, R. J., & Oldham, G. R. (1975). Development of job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170.
- Hair, J. F., Lukas, B., Roberts, K., & Lee-Lukas, S. (2014). *Marketing research*. McGraw-Hill.
- Hartline, M. D., & Ferrell, O. C. (1996). The management of customer-contact service employees: An empirical investigation, *Journal of Marketing*, 60(4), 52-70.
- Hartline, M. D., Maxham, J. G., & Daryl O. M. (2000). Corridors of influence in the dissemination of customer-oriented strategy to customer contact service employees, *Journal of Marketing*, 64(2), 35-50.
- Heskett, J. L. (2006). *Managing in the service economy*. Harvard Business School Press.
- Hoppock, R. (1935). *Job satisfaction*. Harper and Row.
- Huang, Y. T., & Rundle-Thiele, S. (2014). The moderating effect of cultural congruence on the internal marketing practice and employee satisfaction relationship: An empirical examination of Australian and Taiwanese born tourism employees, *Tourism Management*, 42, 196-206.
- Ikramullah, M., Shah, B., Ul Hassan, F.S., Zamman, T., & Khan, H. (2011). Fairness perceptions of performance appraisal system: An empirical study of civil servants in district Dera Ismail Khan, Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(21), 92-100.
- İşcan, Ö. F., & Sayın, U. (2010). Örgütsel adalet, iş tatmini ve örgütsel güven arasındaki ilişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 195-216.
- İşler, D. B., & Özdemir, Ş. (2010). Hastane işletmelerinde içsel pazarlama yaklaşımının iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerine etkisi: Isparta ili örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13(2), 115-142.
- James, L. R., & Jones, A. P. (1980). Perceived job characteristics and job satisfaction: An examination of reciprocal causation. *Personnel Psychologist*, 33, 97-135.
- Keklik, B., & Coşkun Us, N. (2013). Örgütsel adalet algılamalarının iş tatminine etkisi: Hastane çalışanları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 143-161.
- Kennedy, K. N., Felicia G. L., & Goolsby, J. R. (2002). Customer mind-set of employees throughout the organization. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(2), 159-171.
- Knoop, R. (1995). Influence of participative decision-making on job satisfaction and organizational commitment of school principals. *Psychological Reports*, 76, 379-382.
- Kotler, P. (1991). *Marketing management - analysis, planning, implementation and control*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management*. Prentice Hall.

- Kurşunoğlu Yarımoglu, E., & Ersönmez, N. (2017). İçsel pazarlama faaliyetlerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki doğrudan etkisi: Bir kamu bankası örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 18(1), 79-98.
- Lind, E. A., & Tyler, T. (1988). *The social psychology of procedural justice*. Plenum.
- Lings, I. N. (1999). Managing service quality with internal marketing schematics. *LongRange Planning*, 32(4), 452-463.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* içinde (ss.1297-1349), Rand McNally.
- Loi, R., Hang-Yue, N., & Foley, S. (2006). Linking employees' justice perceptions to organizational commitment and intention to leave: the mediating role of perceived organizational support. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 79(1), 101-120.
- Masterson, S. S., Lewis, K., Goldman, B. M., & Taylor, M. S. (2000). Integrating justice and social exchange: The differing effects of fair procedures and treatment on work relationships. *Academy of Management Journal*, 43(4), 738-748.
- Meydan, C. H., & Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları* (2. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behavior: Do fairness perceptions influence employee citizenship?. *Journal of Applied Psychology*, 76, 845-855.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve SPSS destekli uygulamalar*. Seçkin Yayıncılık.
- Naude, P. J. D., & Murphy, J. (2003). Identifying the determinants of internal marketing orientation. *European Journal of Marketing*, 37(9), 1205-1220.
- Nelson, B. (2006). Employee satisfaction essential to commitment. *Health Care Regist: The News Health Care Regist Profes*, 15(9), 3-4.
- Piercy, N., & Morgan, N. (1989). Internal marketing strategy: Leverage for managing marketing-led change. *Irish Marketing Review*, 4(3), 11-28.
- Promket, C., & Thanyaphirak, V. (2012). An empirical study of organizational justice as a mediator of the relationships among organizational culture, employee satisfaction, and employee commitment in Rafamangala University of Technology, Isan Sakm Nakhon Campus, Thailand. *Review of Business Research*, 12(2), 47-58.
- Rafiq, M., & Ahmed, P. K. (2000). Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, 14(6), 449-462.
- Robbins, S. P. (1996). *Organization behavior: Concept, controversies, and applications*. Prentice-Hall.
- Sadeghloo, M., Habibi, Node, Z., & Rajabloo, R. (2014). The relationship between internal marketing and organizational commitment in golestan's sports and youth offices. *Pelagia Research Library Advances in Applied Science Research*, 5(1), 316-319.
- Saffold, G. (1988). Culture traits, strengths and organizational performance: Moving beyond strong culture. *Academy of Management Review*, 13(4), 546-558.

- Schein, E. (1985). *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Bass.
- Sevinç İ., & Şahin A. (2012). Kamu çalışanlarının örgütsel bağlılığı: Karşılaştırmalı bir çalışma. *Maliye Dergisi*, 162, 266-281.
- Shimizu, T., Eto, R., Horiguchi, I., Obata, Y., Feng, Q. L., & Nagata, S. (2005). Relationship between turnover and periodic health check-up data among japanese hospital nurses: A three-year follow-up study. *Journal of Occupational Health*, 47(4), 327-333.
- Shiu, Y. M., & Yu, T. W (2010). Internal marketing, organisational culture, job satisfaction, and organisational performance in non-life insurance. *The Service Industries Journal*, 30(6), 793-809.
- Simpson, P., & Kaminski, M. (2007). Gender, organizational justice perceptions, and union organizing. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 19(1), 57-72.
- Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: application, assessment, cause, and consequences*. Thousand Oaks.
- Suleiman Awwad, M., & Mohammad Agti, D. A. (2011). The impact of internal marketing on commercial banks' market orientation. *International Journal of Bank Marketing*, 29(4), 308-332.
- Suzuki, E., Itomine, I., Kanoya, Y., Katsuki, T., Horii, S., & Sato, C. (2006). Factors affecting rapid turnover of novice nurses in university hospitals. *Journal of Occupational Health*, 48(1), 49-61.
- Şenol, Ş. (2019). *İçsel pazarlama uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerine etkisi ve örgütsel adaletin aracılık rolü* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şenol, Ş., & Öngel, V. (2019). İçsel pazarlama uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerine etkisi ve örgütsel adaletin aracılık rolü. *The Academic Elegance Dergisi*, 12, 445-475.
- Şimşek, M. Ş., Akgemci, T., & Çelik, A. (2007). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütsel davranış*. Adım Ofset.
- Tabibnia, G., Satpute, A. B., & Lieberman, M. D. (2008). The sunny side of fairness: Preference for fairness activates reward circuitry (and disregarding unfairness activates self-control circuitry). *Psychological Science*, 19, 339-347.
- Tadeka, F., Ibaraki, N., Yokoyama, E., Miyake, T., & Ohida, T. (2005). The relationship of job type to burnout in social workers at social welfare offices. *Journal of Occupational Health*, 47(2), 119-125.
- Thibaut, J., & Walker, L. (1975). *Procedural justice: a psychological analysis*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Tourani, A., & Rast, S. (2012). Effect of employess communication and participation on employess job satisfaction: An empirical study on airline companies in Iran, 2nd international conference on economics. *Trade and Development*, 36, 52-56.
- Wu, W. Y., Tsai, C. C., & Fu, C. S. (2013). The relationships among internal marketing, job satisfaction, relationship marketing, customer orientation, and organizational performance: An empirical study of TFT-LCD companies in Taiwan. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 23(5), 436-449.
- Yücekaya, P., & Dönmez Polat, D. (2020). Örgüt kültürü, örgütsel adalet ve iş tatmini ilişkisi üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12, 1267-1284.



EĞİTİM YAPILARINDA ESNEKLİK ÜZERİNE BİR İNCELEME: KAYSERİ ÖRNEĞİ*

 Fatma Betül KÜNYELİ^a

 Murat Çağlar BAYDOĞAN^b

Öz

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de eğitim yapılarının mekânsal kurgusunda değişimler meydana gelmektedir. Eğitim yapılarının mekânsal kurgulanmasında eğitim sistemi, uygulanmakta olan eğitim modeli, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin etkisi çok fazladır. Bu faktörler ve eğitim yapılarında meydana gelen mekânsal-kurgusal değişimlerin en kolay ve en ekonomik çözümü için kullanılan 'esneklik' yaklaşımı; çalışmanın ana hatlarının mimari mekânın esnekliği üzerinden çizilmesine yön vermiştir. Dünyada ve ülkemizde meydana gelen değişimlerin benzerlerinin yaşandığı Kayseri kentinde, son dönemde yapılan eğitim yapılarının mimari esneklik açısından değerlendirilmesi araştırmanın 'ana amacını' oluşturmaktadır. Yapılan çalışma ile Kayseri kentinin merkeze bağlı Kocasinan, Melikgazi ve Talas ilçeleri sınırları içerisinde bulunan ve belirlenen 17 adet eğitim yapısının mimari projelerine (vaziyet planı, kat planları, kesit, görünüş vb.) ulaşıp, yerinde gözlem yapılarak eğitim yapılarının belirlenen esneklik ölçütlerine incelenip değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada incelenen 17 adet eğitim yapısından, 11 adeti MEB'e bağlı devlet okulu, 6 adeti ise MEB'e bağlı özel okuldur. Genel olarak incelenen bu okullarda esneklik ölçütüne rastlanılamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Eğitim Yapıları, Tasarım Ölçütleri, Esneklik, Mimari Esneklik, Kayseri.



STUDY ON FLEXIBILITY OF SPACE IN EDUCATIONAL BUILDINGS: THE CASE OF KAYSERİ

Abstract

The changes in the spatial configuration of educational buildings occur in Turkey as well as all over the world. The education system, the education model being implemented, the scientific and technological development shave a great influence on the spatial configuration of educational buildings. The 'flexibility' approach used for the easiest and most economical solution of spatial-fictional changes occurring in educational buildings and these factors; it guided the outline of the study through the flexibility of the architectural space. In Kayseri city, where the changes in the world and in Turkey are similar, the evaluation of the recent educational buildings in terms of architectural flexibility is the 'main purpose' of the research. With this study; it is aimed to reach the architectural projects (site plan, floor plans, section, view etc.) of 17 educational buildings determined within the boundaries of Kocasinan, Melikgazi and Talas districts of Kayseri city center, to

* Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Murat Çağlar Baydoğan danışmanlığında hazırlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

^a Erciyes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, betulkunyeli1@gmail.com

^b Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, baydogan@erciyes.edu.tr

examine and evaluate the education structures to the determined flexibility criteria by making on-site observations. Of these schools affiliated to Ministry of National Education, 11 are public schools and 6 are private schools. In general, the flexibility criteria were not found in these schools.

Key Words: Educational Buildings, Design Criteria, Flexibility, Architectural Flexibility, Kayseri.



Giriş

Teknolojinin geliştiği, bilgi elde etmenin çok daha kolay ve yaygın olduğu günümüz dünyasında, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin eğitim, eğitim sistemleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Eğitim içinde bulunan sosyo-ekonomik, siyasal ve kültürel sistemlerle ilişki ve etkileşim içindedir. Eğitim yapılarının da belirtilen sistemlerde meydana gelen değişim ve gelişmelerden etkilendiği görülmektedir. Günümüzde eğitim sisteminde meydana gelen değişiklikler, eğitim yapıları mekânsal kurgusuna ilişkin kuramsal ve pratik araştırma konularını beraberinde getirmiştir.

Eğitim insanın doğumundan ölümüne kadar sürekli devam eden bir süreçtir ve insan yaşamının önemli bir bölümü eğitim yapılarında geçmektedir. Eğitim yapıları dünyada meydana gelen ekonomik, sosyal, kültürel, toplumsal, teknolojik gelişmelerden etkilenirler. Bu gelişmeler doğrultusunda yapılan değişikliklerle yenilenerek genç nesillere aktarılırlar; gelecek kuşakların eğitiminde kullanılırlar ve toplumun gelişimine katkıda bulunurlar. Bu bağlamda, eğitim yapılarından bir toplumda var olan kültürü korumak, devam ettirmek ve aynı zamanda bulunduğu toplumu her açıdan ileriye götürmesi beklenmektedir (Gür ve Zorlu, 2002). Eğitim yapılarına yüklenen bu anlamlar, eğitim yapılarının değiştirilebilen, esnek ve etkili bir yapıda olmasını zorunlu kılmaktadır. Belirtilen özellikler eğitim yapılarının mekânsal özelliklerinin değişmesi ile mümkündür.

Ülkelerin eğitim sistemleri dünyada meydana gelen gelişmeler, nüfus artışları, politik süreçler, güncel ekonomik durum gibi nedenler ile değişiklik geçirmektedir. Eğitim ve eğitim sisteminde meydana gelen değişiklikler, eğitimin yapıldığı yapıların da değişimine sebep olmaktadır. Ülkemizde 1997 yılında çıkarılan yasa ile zorunlu temel eğitim 8 yıla çıkarılarak 5+3 eğitim sistemine geçilmiştir. Değiştirilen eğitim sistemi ile mevcut bulunan okul binaları yetersiz gelmiş ve yeni sisteme uyumlu ilköğretim okulları inşa edilmeye başlanmıştır. Yine yakın geçmişte ülkemizde 2012 yılında zorunlu temel eğitimin 12 yıla çıkarılması ve 4+4+4 eğitim sistemine geçilmesi ile ilköğretim okulları ilkokul ve ortaokul olarak bölünmüştür (Milli Eğitim Temel Kanunu, 2018). Ancak ilköğretim okulları kapasitesi ile ilkokul ve ortaokul kapasitesi birbirlerinin aynısı olmadığı için eğitim yapıları yetersiz gelmiş ve derslik mekân açıkları oluşmaya başlamıştır. Bunun için hızlı ve pratik çözümlerle derslik ve okul ihtiyaçları giderilmeye çalışılmış/çalışılmaktadır. Bu gibi örneklerle eğitim sisteminde meydana gelen/gelebilecek değişimler eğitim yapılarının mekân kurgusu, mimari dil, yapım süreci, kullanıma ait özelliklerini değiştirmektedir. Bu değişimlere eğitim yapılarının 'mimari esneklik' yaklaşımı ile cevap verebileceği öngörülmektedir.

Eğitim yapıları tasarımında yalnızca uygulanmakta olan eğitim sistemine uygun tasarım yapılması yeterli olmamakta; ileriki yıllarda farklı ihtiyaçların ortaya çıkabileceği, nüfus artışı, eğitim sistemi sonucu oluşacak büyüme ve mekân gereksinimlerin farklılaşabileceği düşünülerek tasarım yapılması

gerekmektedir. Bu bağlamda yapılacak her eğitim yapısının alışlagelmiş, tip/tipleşmiş tasarımlar yerine; kapasite ve mekânların kullanım amacı doğrultusunda değiştirilebilir olan, esneklik yaklaşımı doğrultusunda tasarlanmış eğitim yapılarının yaygınlaşmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca değişebilir-dönüştürülebilir şekilde tasarlanan; mekân değişimi anlamında katı olmayan ve nitelikli olan eğitim mekânlarına erişim için şu an kullanılan eğitim yapılarının yorumlanması, değerlendirilmesi ve yeniden üretimi ile ilgili öneri geliştirilmesi zorunlu görülmektedir.

A. MATERYAL VE METOD

Araştırma kuramsal ve alan çalışması bölümlerinden oluşmaktadır. Araştırma sürecinde kuramsal kısmı oluşturmak için eğitim yapıları ve tasarımları ile ilgili mimari kaynaklar ve eğitim, sosyoloji gibi farklı bilim dallarına ait literatür taraması yapılmış, kaynaklar belirlenmiş ve esneklik değerlendirilmesi yapılacak yöntemler belirlenmiştir. Alan çalışması bölümünde ise; Kayseri kenti merkeze bağlı Kocasinan, Melikgazi ve Talas ilçeleri sınırları içerisinde belirlenen 17 adet eğitim yapısı (ilkokul, ortaokul ve lise binaları), mimari projelerine (vaziyet planı, kat planları, kesit, görünüş vb.) ulaşıp; yerinde gözlem yapılarak belirlenen esneklik kriterleri doğrultusunda incelenip değerlendirilmiştir.

B. EĞİTİM, EĞİTİM SİSTEMİ VE EĞİTİM YAPILARI

Araştırma kapsamında eğitim, eğitim sistemi ve eğitim sistemlerinin mimari mekâna yansımaları olan eğitim yapısı (okul) kavramı tanımlanmış; bu kavramlar arasındaki ilişkiler ifade edilmiştir.

Eğitim kavramını Sezgin (1991), Türkçe’de ‘eğmek’ eyleminden ya da ‘eğ’ emir kipinden türetilmiş bir sözcük ve bir terim olarak ifade etmiştir. Ertürk (1991) ise eğitimi; bireyin davranışında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak değişme meydana getirme süreci olarak da tanımlamıştır. Server Tanilli’ye (1998) göre ise eğitim; öncelikli olarak eğitim sistemini ve sosyal olarak bir yapıyı, kurumu ifade etmektedir. Belirtilen sosyal yapının yasaları, yönetmelikleri, kuralları bulunmaktadır. Eğitim çeşitleri konusunda uzmanlar farklı yaklaşımlarda bulunmaktadır. Bu yaklaşımların en yaygını, eğitimi örgün ve yaygın eğitim olarak 2 gruba ayıran yaklaşımdır. Yaygın eğitim; yaş sınırlaması olmadan, her yaş grubunun erişimine açık olan, planlı programlı eğitimi ifade etmektedir (Tozar, 2010). Örgün eğitim ise, okulda belirli yöntemlere göre yapılan planlı programlı eğitimidir. Ülkemizdeki örgün eğitim; okul öncesi eğitim, ilköğretim, ortaokul, lise ve yükseköğretim kurumlarından oluşmaktadır (Karabey, 2004). Çalışma kapsamında örgün eğitim kurumları üzerinden esneklik kriterlerine göre değerlendirmeler yapılmıştır.

Eğitim sistemi; ülkelerin eğitimli kişiler yetiştirme amacına hizmet eden, ülkelerin gelişmesi için gerekli olan eğitimle ilgili koordinasyon sağlama amacı ile politika olarak benimsedikleri yöntemler, olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2017). Eğitim örgütü ile de aynı anlamda kullanılabilen eğitim sistemi; örgün ve yaygın eğitim kurumlarının tamamı olarak da tanımlanabilmektedir. Bu tanıma göre; eğitim sistemini örgün ve yaygın eğitim kurumları ile birlikte eğitimin amaç, yöntem, teknik ve maddi imkanları oluşturmaktadır (Öncül, 2000). Elde edilen tanım ve kavramlar doğrultusunda, eğitim sistemlerinin ülkelerin kendi eğitim planlarına-programlarına göre değişebileceği anlaşılmaktadır. Değişen eğitim sistemleri de doğal olarak değişen eğitim mekânlarını beraberinde getirmektedir.

Eğitim yapısı olan okul, her türlü eğitim ve öğretimin toplu olarak yapıldığı yer, mektep' olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2016). Gür ve Zorlu (2002); eğitim yapılarını, kişilere eğitim ve kültür verilen, aynı zamanda kuşaklar arası kültür aktarımı yapılan yapılar olarak tanımlamaktadırlar. Bu yapıların asıl amaçları bireyleri topluma kazandırmaktır. Ayrıca eğitim kurumları toplumların eğitim sistemlerini, gelenek, görenekleri, geleceğe dair düşüncelerini yansıtmaktadır. Yani bir toplumun eğitim yapılarına bakarak onların eğitime verdikleri değer, eğitim sistemleri, gelişmişlik düzeyleri ve geleceğe dair beklentileri anlaşılabilir. Bu bağlamda 'okul binaları toplumların değer ve dünya görüşlerini, eğitim anlayışlarını en iyi yansıtan mikrokozmos modellerdir' şeklinde ifade edilmiştir. Karabey (2004) eğitim yapılarını; öğrenim ve eğitimin sürekli olarak devam ettiği, kişilere bilişsel ve duyuşsal eğitim veren, öğrencilerin yaşayarak öğrenmesini sağlayan, yaşamın kendisini içeren modellerdir, şeklinde açıklamıştır.

Bu tanım ve açıklamalardan yola çıkılarak; eğitim yapılarının yalnızca eğitimin verildiği mekânlar olmadığı anlaşılmaktadır. Eğitim yapıları; bireyleri topluma hazırlayarak onları topluma kazandıran ve toplumların eğitim anlayışlarını yansıtan ve geleceklerini şekillendiren nitelikli eleman yetiştirmek amacıyla oluşturdukları eğitim sistemlerinin okunduğu fiziksel mekânlardır. Bu işlevlere sahip olan eğitim yapılarının, yaşanan çağın gerektirdikleri gereksinimlerin ve kullanıcı ihtiyaçlarının göz önüne alınarak; değişimlere uyum sağlayacak şekilde esneklik yaklaşımı doğrultusunda tasarlanması gerekmektedir.

C. EĞİTİM YAPILARINDA MİMARİ ESNEKLİK

Esneklik bilinçli bir şekilde 20. yy. ve sonrasında tasarıma dahil edilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönemde insanlar herkese uygun olarak nitelendirilen ve tasarlanan mekânları reddetmeye başlayarak; daha özgür ve esnek çözümlere gereksinim duymuşlardır. Mimarlık terminolojisine 1950'li yılların başında giren esneklik kavramı, batı ülkelerinde kullanıcı katılımı ve çok amaçlı kullanımlar gibi kavramların öne çıkması sonucunda, yeni tasarım, üretim ve yöntemlerin geliştirilmesiyle pek çok ülkede yaygınlaşmıştır (İslamoğlu, 2014). Mimari esneklik kavramına dair çeşitli yaklaşım ve tanımlamalar da mevcuttur. Bunlar;

Weeks, (aktaran İslamoğlu ve Usta, 2018) esnekliği tanımlanmamış mimarlık olarak ifade etmiştir. Norberg Schulz ise (aktaran Yürekli, 1983) çalışmalarında esnekliği 2 başlıkta tanımlanmaktadır. İlk olarak; herhangi bir eleman eklentisi ya da çıkarılması ile binanın bütünlüğünün bozulmaması, sadece binanın büyümesi ya da küçülmesine olanak tanınmasıdır. İkinci tanım ise; binanın elemanları ve ilişkilerinin değiştirilebilmesidir. Störler, perdeler, katlanabilir duvarlar, sürme duvarlar gibi hareketli bölücü elemanlarla mekân bölümlerinin değiştirilebileceğini ifade etmektedir. Bu bağlamda; binaların yapısal sistemlerinde herhangi bir değişiklik olmadan, kullanıcıların farklılaşan ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde tasarlanması; mimari esneklik olarak ifade edilmektedir.

Eğitim yapılarında mimari esneklik kavramı; eğitim yapılarının kullanıcıları olan öğretmenlerin ve öğrencilerin değişen ve gelişen ihtiyaçlara, farklı koşullara uyum sağlayabilmesi olarak ifade edilebilmektedir.

Hagman (1951) göre; (aktaran İslamoğlu, 2014) eğitim yapıları kişilerin özgür olarak gelişimini sağlayabilecek biçimde esnek olmalıdır. Kullanıcıların değişen ve gelişen ihtiyaçlarına uyum sağlayabilecek mekân ve yapım sistemi tasarımı yapılmalıdır. Eğitim yapıları kendi amaç ve programlarına uygun tasarlanmasına rağmen, her geçen gün değişen öğretim yöntemleri eğitim sistemlerinin değişmesine sebep olmaktadır. Değişen öğretim teknikleri, eğitim sistemleri ve müfredatlar eğitim yapılarının değişimini gerektirmektedir. Değişen şartlara uyum sağlamak için eğitim yapıları tasarımında esneklik ölçütünün göz önüne alınması gerekmektedir Kleberg (1994), (aktaran Uludağ ve Odacı, 2002) öğretmen ve öğrencilerin hayatlarının önemli bir dönemini geçirdikleri fiziksel mekânlar olan eğitim yapılarının kişisel gelişimi ve öğrenmeyi teşvik eden ve artıran özellikler göstermesi gerektiğini ve bu bağlamda eğitim yapılarından; öğrencilerin ders çalışabilmesine olanak sağlayacak şekilde işlevselliğe sahip olması, öğrenme eyleminin yüksek olabilmesi için öğrencide duygu yoğunluğunu artırması ve mekânın birden fazla değişik amaca hizmet edebilecek şekilde esnek olması beklentisinde olduklarını ifade etmiştir. Eğitim yapılarında mekânlar, eğitim sistemlerine ve eğitim yöntemlerine uygun olarak düzenlenmelidir. Büyük sınıfların, küçük boyutlardaki toplantı odalarına ya da öğrencilerin bilimsel bir konuda tartışma yapabilecekleri mekânlara dönüşebilmesi yani esnek olması gerekir. Eğitim yapılarının esnek tasarlanması, eğitimin verimini önemli derecede artırmaktadır (Demirkan, 1995). Tekeli'ye (2013) göre; esnek olarak tasarlanmış eğitim yapıları, öğrenen eğitim modelinin uygulandığı yerlerdir. Öğrenen okul modeli ise; her türlü değişim ve gelişime açık, kullanıcıların ihtiyaçlarının göz önüne alınarak değiştirilebilir, dönüştürülebilir olma özelliğine sahip yani 'esnek' olarak tasarlanmış eğitim yapılarını ifade etmektedir

Her yapı bulunduğu bölgenin toplumsal, sosyo-kültürel özelliklerine göre farklılık gösterebilmektedir. Eğitim yapıları da buldukları bölgenin, toplumsal, sosyo-kültürel, eğitim sistemi ve teknolojik değişim ve gelişimlerinden etkilenmektedir. Bu değişim ve gelişimler eğitim sistemine bağlı değişimler, teknolojik gelişmeler, fiziksel ve fonksiyonel eskime ve kullanıcı gereksinimlerinin değişimi başlıkları altında ele alınmıştır.

Eğitim Sistemine Bağlı Değişimler

Eğitim ve eğitim sistemi kavramları açıklanırken; eğitim sisteminin de yaşadığımız çağın gereklerine uygun olarak sürekli değişim içerisinde olduğu ifade edilmişti. Ülkemizde de sürekli olarak değişen bir eğitim sistemine tanık olmaktayız. Ülkemizde en son; 11 Nisan 2012 tarihli resmi gazetede yayımlanarak çıkarılan 6287 sayılı yasa ile 4+4+4 eğitim sistemi uygulamaya konulmuştur. Onun öncesinde 16 Ağustos 1997 tarihinde çıkarılan 4306 sayılı yasa ile Türkiye'de 5 yıl olan zorunlu eğitim 8 yıla çıkartılarak bu alanda önemli bir adım atılmıştır (Milli Eğitim Temel Kanunu, 2018). Yeni sisteme geçiş ile ortaya çıkan okul yapısı açığı için olanaklar ölçüsünde yoğun bir okullaşma çabasına girilmiştir. Her okula ayrı ayrı özel proje hazırlamanın; zaman sıkışıklığı, eleman yetersizliği ve finansman darlığı gibi nedenler ile imkansızlığı görülerek, yaygın olarak uygulanan tip proje uygulamasına devam edilmek zorunda kalınmıştır. Milli Eğitim Bakanlığının girişimleriyle Türkiye'deki bazı üniversitelerin mimarlık fakültelerine ve bazı müşavir firmalara farklı büyüklükte okul projeleri yaptırılmıştır. Üretilen yeni projelerde, aynı tiplerin farklı çevre koşullarında inşa edilmesi nedeniyle, yapım esnasında ek maliyetler gerektirerek, çevreye uyum sağlamaya çalışılmaktadır (Köse, 2010). Yeni sisteme geçiş

yapılması, öğrenci nüfusunun fazlalaşması ve okula başlama yaşının düşürülmesi ile birlikte kullanıcı gereksinimlerinin de değişmesi geçici çözümlere başvurmayı gerektirmiştir. Geçici çözümler; çoğu ilkokul binasında bahçelere yeni derslikler yapılması ve bu sebeple açık alanın küçülmesi, laboratuvar, kitaplık, spor salonu gibi mekânlarını dersliğe çevrilmesi şeklindedir. Yani bu durum ders dışındaki ihtiyaçların sınırlandırılmasıyla sonuçlanmıştır (Köse ve Barkul, 2012).

Covid 19 pandemisi Mart 2020 tarihinden itibaren tüm dünyayı hızlı bir şekilde etkilemiş ve insanların çok uzun zamandır alıştıkları, gündelik eylemlerini gerçekleştirdikleri fiziki mekânlarla kurdukları ilişkileri değiştirmek zorunda bırakmıştır. Koronavirüs pandemisinden en çok etkilenen alanlardan biri de eğitimidir. Pandemi sürecinde eğitim kurumları ilk olarak uzaktan eğitime geçerek daha sonraki süreçte ise hibrit öğretim (uzaktan ve yüz yüze öğrenim) sistemi ile bu sürece uyum sağlamaya çalışmıştır ve hala çalışmaktadır. Ülkelerin eğitim sisteminin uzaktan eğitime uygun olmaması, pandemi öncesinde dahi eşit şartlarda eğitim alma imkanında zorlanan öğrencilerin eşitsizliğinin bu şartlarda daha da artması ve aynı zamanda uzaktan eğitimin öğrenme açısından uygun olmadığını dile getiren eğitim bilimcilerin açıklamaları, eğitimin fiziki mekânla doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Hibrit sistem ile öğrenci sayısı azaltılarak hem yüz yüze hem uzaktan eğitime devam edilmeye çalışılmaktadır. Yüz yüze eğitim esnasında, eğitim yapılarının kurgusunda değişiklikler yapılması gerekmektedir. Bu değişiklikler de esneklik yaklaşımı göz önüne alınarak tasarlanmış eğitim yapılarında kolay ve ekonomik bir şekilde sağlanabilmektedir.

Ayrıca geleneksel eğitim sistemlerinde öğretmen merkezli olan eğitim, günümüz koşullarında öğrencilerin yaparak, yaşayarak öğrenmesini amaçlayan öğrenci merkezli eğitim sistemine dönüşümünü gerektirmektedir. Bu tür değişim ve durumlar eğitim yapılarının, eğitim yapılan mekânların kurgularının değişimini gerektirmektedir. Tüm bu sebepler eğitim yapılarının esnek olarak tasarlanmasını zorunlu hale getirmektedir.

Teknolojik Gelişmeler

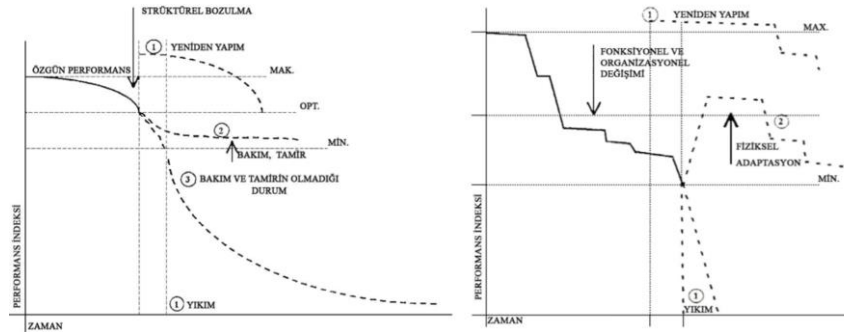
Teknolojinin gelişmesi ile birlikte pek çok yapım tekniği, araç ve gereç yaşantımıza girmiştir. Konutlarda, ofislerde, endüstri yapılarında olduğu gibi eğitim yapılarında da gelişen teknolojinin getirdiği yapım teknikleri, araç ve gereçler ve tasarım ölçütleri kullanılmaya başlanmıştır. Esneklik faktörü, değişen dünya ve gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği tasarım ölçütlerinin başında gelmektedir. Bu açıdan esneklik ölçütünün mekânlardaki yansımaları çok çeşitli olabilmektedir. Teknolojik değişim ve gelişmeler ile eğitim yapılarında kara tahta yerine akıllı tahtaların kullanımı, yansıtıcı projeksiyon aletleri, LCD ekranların kullanımı, bilgisayarlar, tabletler, bilgisayar ve diğer gerekli teknolojik aletlere sahip laboratuvarların oluşturulması gibi gelişmeler eğitim mekânlarının değişmesine sebep olmaktadır. Teknolojik gelişmelerin yapım sistemi ve yapı elemanlarının gelişimine de katkı sağladığı açıktır. Eğitim yapılarının büyümesine olanak sağlayacak şekilde tasarlanmış strüktürel sistem tasarımları, eğitim mekânlarında bir mekânın birden fazla amaç için işlevsel kullanımına sebep olacak katlanır hareketli duvarların kullanımı vb. teknolojik gelişmelerin mekâna yansımalarının örnekleridir.

Ayrıca koronavirüs pandemisi sürecinde uzaktan eğitime sonrasında hibrit sisteme geçilmesi, teknolojiyi eğitim yapılarında daha etkili kullanmayı zorunlu hale getirmiştir. Hibrit eğitim sistemi ile öğrenciler isteğe ve koşullara bağlı olarak uzaktan ve yüz yüze eğitime devam edebilmektedirler. Bu durum eğitim yapılarının teknolojik alt yapı ve donatılarının sürekli kullanıma hazır şekilde bulunmasını gerektirmiştir. Bu bağlamda teknolojik altyapısı bulunmayan eğitim yapılarının, gerekli teknolojik altyapıyı ve donatıları (mikrofon, kamera, pc vb.) sağlaması ve buna uygun mekân kurgusu ve organizasyonu değişikliklerine gitmesi gerekmektedir (Pabedu, 2020).

Fiziksel ve Fonksiyonel Eskime

Yeryüzünde bulunan canlı ve cansız her şeyin var olma süresi olduğu gibi; mimari yapıların da var olma ve kullanım süreleri bulunmaktadır. Mimari yapılarda zaman geçtikçe eski işlevlerini karşılayamama ve fiziksel özelliklerinde bozulmalar meydana gelir. Bu bağlamda Schnieder ve Till (2007); yapıların uzun süre kullanılabilmelerinin ancak esneklikle mümkün olacağını vurgulamışlardır.

Eğitim yapılarında eskime türleri; fiziksel (strüktürel) eskime ve fonksiyonel (işlevsel) eskime olarak 2 başlıkta incelenmiştir. Yapı bileşen ve yapı sistemlerinde zaman içerisinde iç ve dış faktörler sonucunda meydana gelen, nicel olarak gözlenebilen bozulmalar 'fiziksel eskime' olarak tanımlanmaktadır (Atasoy, 1973). Belirtilen iç ve dış faktörler ise; hava kirliliği, ısı değişimleri, rüzgar, nem, yağış gibi hava ve çevre kaynaklı doğa olaylarını, bir de kullanımdan kaynaklı bozulmaları kapsamaktadır (Sarp, 2007). Bir yapının kullanıcılarının değişen ihtiyaçlarını ve günün getirdiği konfor şartlarını karşılayamarak eskimesi 'fonksiyonel eskime' olarak tanımlanmaktadır (Çetin, 1993) (Şekil 1).

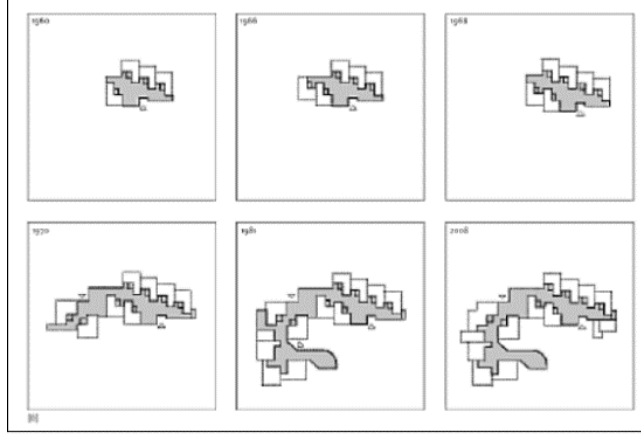


Şekil 1: Bir yapının zaman içerisinde fiziksel ve fonksiyonel eskimesi (Atasoy, 1973).

Kullanıcı Gereksinimlerinin Değişmesi

Eğitim yapılarının asıl kullanıcıları öğretmen ve öğrencilerdir. Çocuklar için ilk eğitim aldıkları yer olan ev ortamından sonra; en çok vakit geçirdikleri ikinci ev olarak eğitim yapıları tanımlanabilmektedir. Bu nedenle çocukların gelişim evresinde, eğitim yapılarının önemi yadsınamaz bir gerçektir. Cüceloğlu (2015) bu durumu çocukların gelişiminde biyolojik faktörler kadar okul, aile, ekonomik durum gibi fiziki ve sosyal parametrelerin etkisi de büyüktür, şeklinde ifade etmiştir. Çocuk gelişimi ile ilgili araştırmalar gün geçtikçe artarak devam etmektedir. 'Çocuk Mekânları' adlı kitaplarında Gür ve Zorlu (2002),

çocukların gelişimini ayrıntılı bir şekilde incelemişler ve kullanıcıları çocuklar olan mekânların onların gelişimleri düşünülerek tasarlanması gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca Hertzberger'e (2008) göre; eğitim yapıları sürekli değişen, teşvik edici bir ortama sahip olup mağazanın raflarında sıralanmış ürünler gibi kullanıcılara farklı mekânsal seçenekler sunabilmelidir (Al Şensoy, 2019). Bu bağlamda Hertzberger'in Amsterdam-Delft'te 1960-2008 yılları arasında (1960, 1966, 1968, 1970, 1981 ve 2008'de) tasarlanan Montessori Okulu eklemeler yapılarak; gereksinimlere uygun şekilde yeniden tasarlanan önemli uygulamalarındandır (Şekil 2).



Şekil 2. Delft Montessori Okulu'nun 1960-2008 yılları arasındaki ek yapı uygulamaları (Hertzberger, 2008)

D. EĞİTİM YAPILARINDA MİMARİ ESNEKLİK YAKLAŞIMLARI

Eğitim yapılarında mimari esneklik yaklaşımları tasarım esnekliği, yapım esnekliği ve kullanım esnekliği olarak 3 ayrı grupta ele alınmıştır.

Tasarım Esnekliği

Tasarım esnekliği ile kullanıcı ihtiyaçlarına göre mekân kurgusunda değişim ve ihtiyaca göre yeni mekân kurgusu oluşturulabilmektedir. Eğitim yapıları özelinde, eğitim sisteminin değişmesi sonucu ortaya çıkan bir derslik mekânı ihtiyacı, tasarım aşamasında esneklik yaklaşımı görülen yapılarda rahat bir şekilde elde edilebilir. Böylece yeni bir eğitim yapısı inşası için harcanacak maliyet azaltılmış olurken, işlevsel yönden ihtiyaç duyulan mekân da elde edilmiş olunur. Bu bağlamda yapının tasarım aşamasında oluşturulan esneklik anlayışı, yapı kullanım sürecinde ekonomik yönden ve işlevsel yönden pek çok fayda sağlamaktadır. Bu bağlamda tasarım esnekliğinin oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında eğitim yapılarında tasarım esnekliği büyüme esnekliği ve bölücü eleman tasarım esnekliği olmak üzere 2 başlık altında incelenmiştir. Eğitim yapılarında büyüme esnekliği; artan nüfus artışı sonucu oluşan eğitim yapısı yetersizliği, teknolojinin ilerlemesi sonucu ortaya çıkan laboratuvar, bilgisayar gibi teknik malzemeleri içinde bulunduracak derslik ve öğrenci merkezli eğitim modeli sonucu oluşan öğrenciler için toplantı-çalışma salonları gibi ihtiyaçları karşılamaya yönelik bir esneklik yaklaşımı olarak görülmektedir. Kızıltan (1967), (aktaran Yürekli, 1983) eğitim yapılarında

büyümeyi dersliklerin birleştirilerek daha büyük bir derslik ya da toplanma mekânına dönüştürülmesi ve/veya derslik eklemek ya da çıkarmak olarak ifade etmiştir.

Eğitim yapılarında büyüme esnekliği, 'yöne göre büyüme' sınıflandırılması doğrultusunda ele alınmıştır. Yöne göre büyüme; yatayda büyüme, düşeyde büyüme ve hem yatayda hem de düşeyde büyüme olarak gruplandırılmıştır. Yatay yönde büyüme yaklaşımının uygulanabilmesi için arazi şartları ve çevre özelliklerinin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Arazi şartları incelenmeden uygulanan büyüme yaklaşımları, okul bahçesi gibi çocukların fiziksel ve bilişsel gelişimine çok önemli katkısı bulunan açık alanların daralmasına sebep olmaktadır. Düşey yönde büyüme; yatay büyüme yaklaşımının uygulanmadığı durumlarda ve yapının strüktürel sistem özellikleri ile ilgili analizleri yapıldıktan sonra uygulanması gerekmektedir. Ancak çok katlı yapıların çocukların mekân algısında olumsuz etki yapabildiğine dair pek çok çalışma mevcuttur. Hem yatay hem düşey yönde büyüme için de her ikisi için ayrı ayrı belirtilen incelemeler yapıldıktan sonra yaklaşım uygulamaya konulmalıdır.

Yapılar için bölücü eleman tasarım esnekliği ise; mekânların birleştirilerek büyümesi ya da birbirlerine dönüştürülebilir olması gibi esneklik sağlama yaklaşımları uygulanabilmesi için gereklidir.

Eğitim yapıları tasarımında yatay yönde büyüme esnekliğinin uygulandığı okullardan biri Herman Hertzberger tarafından tasarlanan Raffaello Okulu'dur. 2012 yılında yapımı tamamlanan okul, yatay ve modüler kütlelerin bir araya geldiği bir planlama anlayışına sahiptir (İslamoğlu ve Usta, 2016). Brezilya'da, 2016 yılında Garoa Architects tarafından tasarlanan 'Wish School' adlı eğitim yapısı çok fazla bölücü eleman kullanılmayan mekân farklılaşması için hareketli, bölücü paneller ve hafif dolap sistemlerin de kullanıldığı esnek bir eğitim yapısı olarak karşımıza çıkmaktadır (Şekil 3).



Şekil 3: Raffaello Okulu vazyet planı, kütleli oluşum kararı (AHH, 2018) ve Wish School bölücü eleman sistemleri (Archdaily, 2018)

Bölücü eleman sistemlerinde esneklik yaklaşımı bulunan bir başka örnek ise; İspanya'nın Madrid şehrinde Rica Studio tarafından tasarlanan 'New English for Fun Center' adlı eğitim yapısıdır. Sınıfların duvarları koridorda bulunan çocuklarla bağlantıyı kesmeyecek şekilde saydam cam yüzeylerden oluşturulmuş ve çocukların depolama ve oyun alanı olarak kullanımların uygun şekilde tasarlanmıştır. Yapının tasarımında gerektiği zaman mekânın büyüüp-küçülmesine olanak sağlayacak şekilde katlanan bölücü elemanlar kullanılmıştır (Archdaily, 2018) (Şekil 4).



Şekil 4: New English for Fun Center saydam cam ve katlanan bölücü elemanlar (Archdaily, 2018)

Yapım Esnekliği

Esnek yapı tasarımında taşıyıcı sistem tasarımının önemli olduğu düşünülmektedir. Hangi tür taşıyıcı sistemin kullanılacağı, yatay ve düşey taşıyıcı sisteme dair kararlar, geçilecek serbest açıklık mesafesi gibi tüm kararlar bir yapının taşıyıcı sistemine dair verilmesi gereken kararlardır. Verilen bu kararlar doğrultusunda yapının mekân organizasyonunun istek ve ihtiyaçlara göre değiştirilebilir olması 'yapım esnekliği' olarak ifade edilebilmektedir.

Yürekli (1983), bir yapının ayakta durmasını sağlayan sistemi 'taşıyıcı (strüktür) sistem' olarak adlandırmıştır. Yapım esnekliğini ise; temel strüktür sistemi prefabrike bileşenlerden oluşan bir mekânın strüktür sistemi sabit tutularak yapının farklı alan, geometrik form ve mekân organizasyonu oluşturması olarak açıklamıştır (Deniz, 1999).

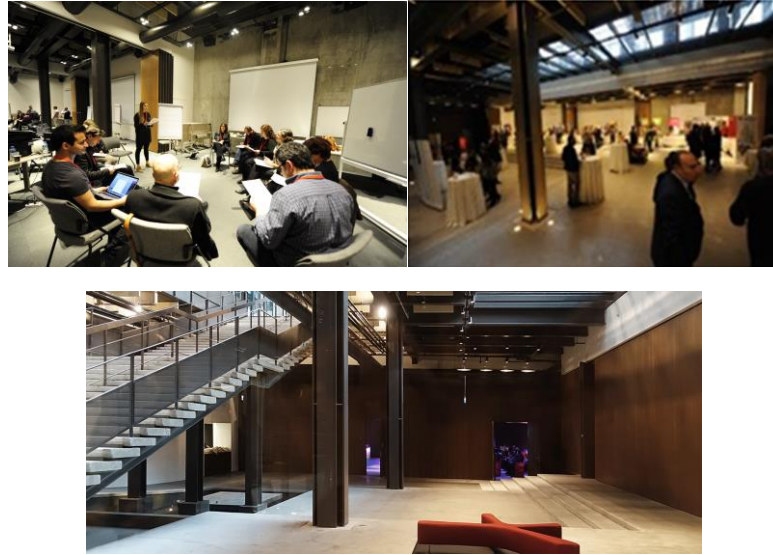
Eğitim yapılarında yapım esnekliği yaklaşımının uygulandığı bir örnek olarak; Kolombiya'nın Bogota şehrinde mimar Giancarlo Mazzanti tarafından tasarlanan ve yapımı 2008 yılında biten Gerardo Molina Okulu incelenmiştir. Belirtilen eğitim yapısı modüler tasarım yaklaşımı ile tasarlanmıştır ve her bir derslik modüllerden oluşmuş, gridal bir sistem ile büyümeye olanak verecek şekilde planlanmıştır (Archdaily, 2018) (Şekil 5).



Şekil 5: Gerardo Molina Okulu üstten görünüşü ve vaziyet planı (Archdaily, 2018)

Kullanım Esnekliği

Eğitim yapıları tasarımında koridorların hareketli bölücü elemanlar yardımıyla dersliklere dahil edilerek toplantı mekânlarına dönüştürülmesi, iki veya daha fazla dersliklerin birleştirilerek konferans, toplantı salonlarına ya da daha büyük dersliklere dönüştürülmesi gibi uygulamalar mekânlara farklı fonksiyonlar verilerek kullanım esnekliği sağlanan uygulamalardır. Tasarlanan yapılarda maksimum düzeyde esneklik sağlayabilmek için yapı, mekân ve iç mekân donatıları-mobilyaları düzeyinde esneklik yaklaşımı uygulanmalıdır. Bu açıdan iç mekânlarda kullanılan donatılar, mobilyalar kullanım esnekliğini olanak tanınmalıdır. Bu bağlamda eğitim yapılarında kullanılan donatılar ve mobilyalar farklılaşan kullanıcı gereksinimlerine, koşul ve işleve bağlı olarak hızlı bir şekilde mekânsal düzenlemelere olanak sağlayacak şekilde esnek olarak tasarlanmalıdır. Eğitim yapılarının kullanım esnekliği konusunda son işlevi yalnızca öğrenciler için eğitim-öğretim amacıyla değil; toplum tarafından da eğitim, sosyalleşme gibi amaçlarla kullanılabilmesi yönündedir. Bu konuda Karabey (2004); büyük bir ekonomik maliyet sonucu yapılan eğitim tesislerinin sadece eğitim öğretim süresi boyunca kullanımının ekonomik olmadığını belirtmiştir. Böylesi büyük maliyetli yapıların kentlilerin sosyalleşmesi için kurs, seminerler, toplantılar, düğün gibi çok amaçlı olarak kullanılabilmesini belirtmiştir. Kayseri’de, Emre Arolat Architects (EAA) tarafından tasarlanan ve 2012-2014 yılları arasında yapımı tamamlanan Abdullah Gül Üniversitesi Sümer Kampüsü yerleşkesi, esnek bir yaklaşımla tasarlanmıştır. 1935 yılında fabrika binası olarak tasarlanan yapı (Sümer Bez Fabrikası), eğitim yapısına dönüştürülmüştür. Dersliklerin hareketli bölücü elemanlar kullanılarak farklılaştığı yapıda, dersliklerin birleştirilmesi ile daha büyük ve daha farklı işlevli mekânlar oluşturulmuştur. Ayrıca konferans salonunun hareketli bölücü duvarları gerektiği zaman açılarak sergi salonu, kokteyl salonu gibi farklı işlevli mekânlara dönüştürülebilmektedir (Şekil 6).



Şekil 6: Abdullah Gül Üniversitesi Sümer Kampüsü iç mekân görüntüleri (EAA, 2018), (AGÜ, 2018)

Demokratos projesi 2018 yılında Bulgaristan Sveti Vlas'ta Think Architects tarafından tasarlanan ve St. Cyril-Methodius ilkokulunun okul salonunu yenilemek için yapılan esnek bir dönüşüm projesidir. Demokratos adı verilen mekân her zaman erişilebilir ve öğrenciler tarafından önerilen eğitim ve ders dışı etkinlikler için kullanılmaktadır. Salon istenildiği zaman bir sosyal merkeze, tartışma salonuna, tiyatro salonuna, sinemaya, sunum ve/veya toplantı odasına, dersliğe ya da kantine dönüşebilir şekilde esnek yaklaşım ilkesi ile tasarlanmıştır. Bu çok amaçlı salon için kullanılan donatılar; dönüştürülen mekânlara uyum sağlayabilecek şekilde hafif ve kolay taşınabilir özellikte tasarlanmıştır (Archello, 2018) (Şekil 7).



Şekil 7: Demokratos çok amaçlı esnek salon ve kullanılan donatılar (Archello, 2018)

E. KAYSERİ EĞİTİM YAPILARININ ESNEKLİK BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Çalışma kapsamında Kayseri kenti Kocasinan, Melikgazi ve Talas merkez ilçelerinde bulunan, 2010 yılı ve sonrası dönemde inşa edilen ve/veya tadilatı yapılan MEB'e bağlı 17 adet eğitim yapısı (Tablo 1) esneklik bağlamında incelenmiştir. 2012 yılında 4+4+4 sisteme geçilerek; 12 yıllık zorunlu temel eğitimi öngören yasanın yürürlüğe girmesi sebebiyle 2010 yılı ve sonrası zaman dilimi olarak belirlenmiştir. Eğitim sisteminde meydana gelen bu değişimin mekâna yansımaları, belirtilen dönemde inşa edilen ya da tadilat yapılarak giderilmeye çalışılan eğitim yapılarında incelenmiştir. Böylece Kayseri kentinde bulunan MEB'e bağlı devlet okullarında görülen tip projelerin ve MEB'e bağlı özel okullardaki projelerin, eğitim sistemi değişmesi sonucu yaşanan değişikliklere, kullanıcı ihtiyaç ve isteklerine yanıt veremediği ve esneklik ölçütünün uygulanıp-uygulanmadığı araştırılmıştır.

Bu kapsamda çalışmanın kuramsal kısmında elde edilen verilerden yararlanılarak, eğitim yapılarının esnekliği; tasarım esnekliği, yapım esnekliği ve kullanım esnekliği olarak 3 başlık altında incelenmiştir.

Tasarım esnekliği bağlamında hem arazi verileri hem de mekân kurgusu tasarımı ve bölücü eleman tasarım esnekliği araştırılmıştır. Yapım esnekliği bağlamında; eğitim yapısının taşıyıcı sistem özelliklerinin esnek olup olmadığı incelenmiştir. Kullanım esnekliği bağlamında ise; tasarım ve yapım esnekliğine bağlı olarak ortaya çıkan yapının kullanım esnasında esnekliğe sahip olup olmadığı incelenmiştir.



Şekil 8: İncelenen Osman Ulubaş Kayseri Fen Lisesi (sol), Cemil Baba İlkokulu ve Ortaokulu (orta) ve Doğa Koleji Kayseri (sağ) görünüşleri

Tablo 1: İncelenen Eğitim Yapıları

NO	İLÇE	OKUL ADI	YAPIM-TADİLAT YILI	UYGULANAN PROJE
1	Melikgazi	Arif Eminoğlu İ.	1979-2016	6-12 derslikli
2	Kocasinan	Mehmet Akif İnan A. L	2016	2000-10/24
3	Kocasinan	Osman Ulubaş Kayseri F. L	2016	Ersoy Daştan (özel)
4	Kocasinan	Erkilet General Emir O.	2015	MEB 24 derslikli
5	Talas	Ömer Serpil Özberber A.İ.H.L	2015	24 derslikli okul
6	Talas	Y. Mimar Selçuk Karakimseli İ.	2016	MEB 20 derslikli
7	Talas	Durak Hava Demir İ. ve O.	2015	24 derslikli okul
8	Talas	Cemil Baba İ. ve O.	2015	MEB 24 derslikli
9	Talas	TOKİ Levent Çetinkaya İ. ve O.	2014	2014-32
10	Melikgazi	Şehit Binbaşı Turgay Çelik Kız A. İ. H. O. ve L.	2013	MEB 24 derslikli
11	Kocasinan	Nurettin Öztürk İ.H.O	2014	2000-10/24
12	Talas	Kayseri Final Okulları	2015	Mustafa Önem (özel)
13	Talas	Tekden Kayseri Koleji	2007	Kemal Demir (özel)
14	Melikgazi	Doğa Koleji Kayseri	2013	Mustafa Demir (özel)
15	Melikgazi	Bilfen Okulları Kayseri	2014	Gelişim Mim. (özel)
16	Kocasinan	Uğur Okulları Kayseri	2016	Y. Mimar Murat-Nefise Dünder (özel)
17	Kocasinan	TED Kayseri Koleji	1966-2016	Y. Mim. Eda Velibaşoğlu

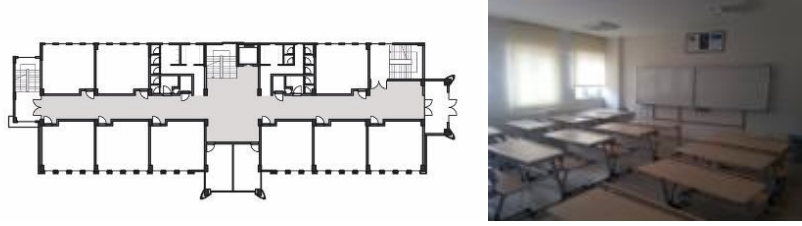
İncelenen 17 adet eğitim yapısından biri olan Durak-Hava Demir İlkokulu ve Ortaokulu, 2015 yılında 'MEB'e bağlı 24 derslikli okul projesi' doğrultusunda betonarme yapım sistemi ile inşa edilmiştir. Vaziyet planı incelendiğinde arazi sınırları içerisinde eğitim yapısı, tören-teneffüs alanı, açık spor sahası ve otopark bulunmaktadır. Kapalı spor salonu bulunmayan okul bahçesi; tören alanı ve teneffüs alanı ile

oldukça yetersizdir. Bu bağlamda öğrenci sayısı arttığında ve yapı ihtiyaçları karşılayamayacak duruma geldiğinde, eğitim yapısı ve arazisinin büyüme esnekliğine sahip olmadığı görülmektedir (Şekil 9).



Şekil 9. Durak-Hava Demir İlkokulu ve Ortaokulu ve vaziyet planı (Künyeli, 2018)

Geleneksel betonarme yapım sistemi ile tasarlanan yapıda mekânların farklılaşmasını sağlayan bölücü eleman sistemlerinin de geleneksel malzemeler kullanılarak oluşturulması; mekânların değiştirilmesini, birbirlerine dönüştürülmesini güçleştirmektedir. Eğitim yapısında kullanılan mobilyalar da hafif-taşınabilir özellikte değildir (Şekil 10). Bu sebeplerle yapının büyüme ve bölücü eleman tasarımında, yapım sisteminde ve kullanımında esneklik yaklaşımına rastlanılamamıştır.



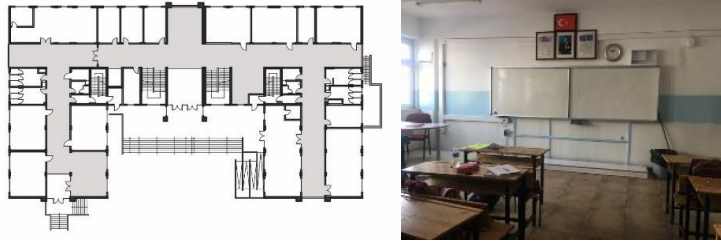
Şekil 10. Durak-Hava Demir İlkokulu ve Ortaokulu zemin kat planı ve iç mekânı (Künyeli, 2018)

İncelenen TOKİ Levent Çetinkaya İlkokulu ve Ortaokulu, 2014 yılında MEB'e bağlı '2014-32 ilkokul' olarak adlandırılan tip okul projesi doğrultusunda betonarme yapım sistemi ile inşa edilmiştir. Eğitim yapısı arazisi açık spor alanı, tören alanı, çocuk teneffüs alanı ve otopark ile sınırlıdır. Eğitim yapısı arazi sınırları içerisinde mevcut okulun aynı tipinde yeni bir '2014-32 ilkokul' binası yapılmıştır. Bu durum arazi içerisindeki tören-teneffüs alanını küçülmüş durumdadır (Şekil 11). Eğitim yapısının öğrenci sayısı arttığında ve kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayamayacak duruma geldiğinde arazi ve mekân kurgusunda esneklik yaklaşımına sahip olmadığı görülmektedir.



Şekil 11. TOKİ Levent Çetinkaya İlkokulu ve Ortaokulu binası ve vaziyet planı (Künyeli, 2018)

Yapı belirli bir aks sistemi doğrultusunda betonarme yapıım sistemi ile inşa edilmiştir (Şekil 12). Tasarlanan aks sistemi mekânların büyüme ve küçülmesine imkan verse dahi mekânların farklılaşmasını sağlayan bölücü eleman sistemlerinin geleneksel malzemeler kullanılarak oluşturulması; yapılan işlemlerin maliyetli ve fiziksel olarak binaya zarar veren yöntemler olması sebebi ile yapıda esneklik yaklaşımı görülmemektedir. Bu bağlamda yapının bölücü eleman tasarımında ve yapıım sisteminde esneklik yaklaşımı bulunmamaktadır. Mekân kurgusunda da esneklik yaklaşımı bulunmayan eğitim yapısında kullanım esnekliği yaklaşımına rastlanılamamıştır.



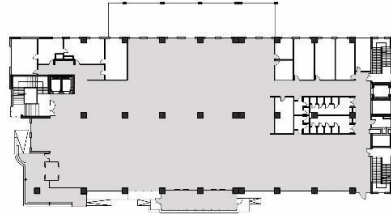
Şekil 12. TOKİ Levent Çetinkaya İlkokulu ve Ortaokulu zemin kat planı ve iç mekânı (Künyeli, 2018)

Tasarımı 2007 yapılan ancak 2013 yılından itibaren eğitim yapısı olarak kullanıma başlanan Tekden Kayseri Koleji kent içerisinde sıkışık bir alana konumlanmıştır (Şekil 13). Vaziyet planı incelendiğinde çocukların gelişiminde büyük rol oynayan açık alan- tenefüs alanının yetersiz olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öğrenci sayısı arttığında ve ihtiyaçlar karşılanamayacak duruma geldiğinde arazi sınırları içerisinde yapının büyüebilmesi ve eklenilebilmesi için yeterli bir alan bulunmamaktadır. Bu sebeple yapının arazi bağlamında büyüme esnekliği bulunmamaktadır.



Şekil 13. Tekden Kayseri Koleji binası ve vaziyet planı (Demir, 2018)

Tasarımcı yapıyı kiralanabilir bir alan olarak tasarlamayı amaçlamıştır. Ancak tasarım sürecinde, yapının işlevinin ve kullanıcı grubunun belirsiz olması durumu tasarımcıyı esnek yaklaşım yapma fikri ile karşı karşıya bırakmıştır. Bu sebeple yapı alışveriş, yönetim-ofis, çok amaçlı salonlar, konaklama, eğitim, sağlık ve barınma olarak belirlenen 7 adet işleve uygun 'esneklik' yaklaşımı ile tasarlanmıştır (Salgın vd., 2018). Betonarme yapım sistemi ile belirli bir aks sistemi doğrultusunda tasarlanan yapı mekânların büyüüp-küçülmesine, değiştirilip-dönüştürülmesine; mekânların farklılaştırılmasına olanak tanımaktadır (Şekil 14). Yapın çatı katı ise daha geniş mekân oluşturmak için çelik taşıyıcı sistem ile tasarlanmıştır. İncelenen eğitim yapısında tasarım esnekliği, yapım esnekliği ve kullanım esnekliği bulunmaktadır.



Şekil 14. Tekden Kayseri Koleji zemin kat planı ve iç mekânı (Demir, 2018)

İncelenen Uğur Okulları Kayseri yapısı, 2016 yılında fabrika olarak tasarlanmış ancak daha sonra eğitim yapısına dönüştürülmüştür. Yapı çok sınırlı bir arazi içerisine yerleşmiş ve mekân kurgusunda dersliklerin birbirlerine değişip-dönüşmesi ya da ihtiyaç halinde yapının eklenilebilmesi gibi özelliklere sahip değildir. Ancak betonarme olarak inşa edilen yapı içerisinde mekânların farklılaşmasını sağlayan bölücü eleman sistemleri geleneksel malzemeler kullanılarak oluşturulmuştur. Bunun yanı sıra eğitim yapısında cam bölücü duvarlara ve geniş cephe boşlukları da bulunmaktadır. Geleneksel malzeme kullanımı mekânların değiştirilmesini, birbirlerine dönüştürülmesini güçleştirmektedir. Ancak şeffaf bölücü elemanlar mekânların birbirlerine daha kolay değişip-dönüşmesine olanak tanımaktadır. Bu sebeple yapının bölücü eleman tasarımında esneklik yaklaşımı kısmen bulunmaktadır. Ayrıca eğitim yapısında iç mekân mobilyaları hafif ve kolay taşınabilir özelliktedir. Eğitim yapısının iç mekân tasarımında kısmen esneklik yaklaşımının olması, kullanım esnekliğine de olanak tanımaktadır (Şekil 15).



Şekil 15. Uğur Okulları Kayseri iç mekânı (Künyeli, 2018)

F. BULGULAR

Çalışma kapsamında Kayseri ili sınırları içerisinde Kocasinan, Melikgazi ve Talas merkez ilçelerinde konumlanmış 17 adet eğitim yapısı, mimari tasarım ölçütlerinden biri olan 'esneklik' ölçütü doğrultusunda incelenmiştir. Belirtilen ilçelerde yer alan 17 adet eğitim yapısının, 11 adeti MEB'e bağlı devlet okulu ve 6 adeti MEB'e bağlı özel okullardır. İncelenen 11 adet MEB'e bağlı devlet okuluna dair, 7 adet farklı tip proje ve 1 adet kişi ya da kurumlar tarafından desteklenerek üretilen proje (Osman Ulubaş Kayseri Fen Lisesi) elde edilmiştir. 6 adet MEB'e bağlı özel okullara dair, 6 farklı kişi ya da kurumlar tarafından desteklenerek üretilen proje elde edilmiştir.

Yapılan incelemeler doğrultusunda, MEB'e bağlı devlet okullarında tasarım esnekliği, yapım esnekliği ve kullanım esnekliği yaklaşımlarına rastlanılamamıştır. İncelenen MEB'e bağlı özel okullardan 2 tanesinde esneklik yaklaşımına rastlanılmıştır. Tekden Koleji'nde tasarım aşamasından itibaren esneklik yaklaşımına rastlanılmıştır. Tekden Kayseri Koleji'nde tasarım esnekliği, kullanım esnekliği ve strüktürel esneklik mevcuttur. Uğur Okulları Kayseri'de cam bölücü elemanların kullanılması ve mobilyaların hafif, kolay taşınabilir ve hareket edilebilir olması sebebi ile kullanım esnekliği yaklaşımı bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında; kent kimliği içerisinde üretilen tip projelerin fiziksel kurgularının; arazi özellikleri ve kullanıcı grupları dikkate alınmadan; kullanıcı istek ve ihtiyaçları göz ardı edilerek oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda kullanıcıları farklı yaş grubundan olan ilkökul, ortaokul ve lise binaları birbirinin aynısı olarak projelendirilmiştir. Eğitim yapılarının mekân kurguları, yapım sistemleri, kullanılan mobilya ve donatıları birbirlerine çok benzemektedir ve eğitim yapılarının hiç birinde tasarım esnekliği, yapım esnekliği ve kullanım esnekliği yaklaşımlarına rastlanılamamıştır. Bazı okulların inşa edildiği alanların geniş olmasından dolayı arazilerinin büyümeye uygun olduğu ve/veya iç mekân donatılarının hafif ve taşınabilir özellikte olduğu gözlemlenmiştir. Ancak bu durumların tasarım kurgusundan kaynaklı olmadığı düşünülmüştür. Ayrıca mevcut okullara yapılan ek binalar, eğitim yapılarının çeşitli ihtiyaçlar doğrultusunda yetersiz gelebileceğini bize göstermiştir.

Özel kişi ya da kurumlarca tasarlanan MEB'e bağlı özel okul projeleri, tip projelere kıyasla daha çok 'kullanıcı odaklı' ve 'kullanım esnekliği' yaklaşımı olan yapılar olarak gözlemlenmiştir. Ancak incelenen özel okullar dar bir arazi üzerine inşa edilmiştir. Bu durum incelenen özel okullarda çocukların gelişiminde çok önemli olan açık ve yeşil alanların yetersizliği sorununu gözler önüne sermiştir. Ayrıca

özel okulların şehir merkezlerinden uzak yerlere konumlandırılması, ulaşılabilirliğin yalnızca servis ve özel araçlarla yapılmasını gerekli kılmıştır. Bu bağlamda arazi konumu ve büyüklüğü açısından, özel okulların kullanıcıların fiziksel-zihinsel ihtiyaçları göz önüne alınmadan; ekonomik sebeplerin daha ön planda tutularak tasarlandığı düşünülmüştür. Planlama ve yapım esnekliği bulunmayan bu projelerde, derslik organizasyonu ve kullanılan mobilyalar açısından kullanım esnekliği tip projelere oranla daha fazla görülmüştür. Kullanılan mobilyaların çoğunun hareketli ve hafif olması bunun sebeplerindedir.

Sonuç ve Öneriler

Yapı standartlarının geliştiği ve hızlanarak gelişmeye devam ettiği günümüz koşullarında, eğitim mekânlarının aynı ivmeyi yakalayamadığı görülmektedir. Eğitim yapılarında esneklik yaklaşımı, günümüz şartlarına uyum sağlama ve ülkelerin gelişmesi için nitelikli insan gücünün yetişmesini sağlayan eğitim sistemine uygun eğitim mekânlarının daha kolay ve uzun vadede daha ekonomik olarak üretilmesine olanak tanıyan bir yaklaşımdır. Esneklik yaklaşımı ile öğrencilerin yeteneklerini geliştirebilecekleri, bireysel ya da grup çalışması yapabilecekleri ve sosyalleşebilecekleri; fiziksel-bilişsel-duygusal gelişimlerini destekleyecek nitelikte mekânlar yaratılabilmektedir. Ancak günümüz şartlarında toplumsal gelişme için en önemli koşullardan olan eğitim sisteminin de geleneksel yöntemlerden uzaklaşarak, çağın getirdiği değişim ve gelişimlere açık, çocukların kendilerini gerçekleştirebilmesine olanak sağlayacak şekilde şekillenmesi ve belirtilen eğitim sistemine uygun esnek eğitim mekânlarında yapılması gerekmektedir. Dünya üzerinde çağdaş bilgi toplumu olarak yer edinebilmemiz ancak değişim ve gelişimlere açık bir eğitim sistemi ve buna uygun tasarlanan eğitim mekânları ile mümkün olabilmektedir. Bu bağlamda eğitim yapıları tasarımında esneklik yaklaşımı bağlamında dikkat edilmesi gereken durumlar şu şekilde açıklanabilir:

Eğitim yapıları tasarımı arazi seçimi ile başlamaktadır. Eğitim yapılarının ileriki yıllarda olabilecek ihtiyaç ve değişikliklere uygun arazi büyüklüğüne ve büyüme esnekliğine sahip olması gerekmektedir.

Eğitim mekânlarının öğrencilerin yalnızca eğitim gördükleri mekânlar olarak değil; yaşayarak öğrendikleri mekânlar olarak tasarlanması gerekmektedir. Bu bağlamda derslikler; geleneksel öğrenme yöntemleri dışında çağın gereksinimlerine uygun öğrenme yöntem ve tekniklerine uygun, öğrencilerin kendilerini gerçekleştirmesine ve grup çalışmalarına imkan verecek şekilde esneklik yaklaşımına uygun olarak tasarlanmalıdır.

Eğitim yapıları tasarımında strüktür sistem tasarımları; değişen durum, ihtiyaçlar ve yenilikler karşısında yapının büyümesine-değişebilmesine olanak sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır.

Eğitim yapılarında kullanılacak mobilyalar hareketli, hafif ve kolay taşınabilir özellikte olmalıdır. Bu durum mekânların birbirlerine dönüşümünü kolaylaştırmaktadır.



KAYNAKÇA

- AGÜ. (2018, Nisan 23). <http://www.agu.edu.tr/news/1373/AG%C3%9C%20Mimarlar%C4%B1k%20Fak%C3%BCltesi%20C4%B0%C3%A7in%20Arama%20Konferans%C4%B1>
- AHH. (2018, Nisan 17). <https://www.ahh.nl/index.php/en/projects2/9-onderwijs/25-raffaello-primary-and-secondary-school-rome-italy>
- Al Şensoy, S., (2019). Herman Hertzberger ile Mekân ve Öğrenme Üzerine. *Eğitim Yapıları ve Tasarımı* (pp.31-52), Ankara: Pegem Akademi.
- Archdaily. (2018, Nisan 15). <https://www.archdaily.com/891464/wish-school-grupo-garoa>.
- Archdaily. (2018, Nisan 15). <https://www.archdaily.com/801563/english-for-fun-flagship-in-madrid-lorena-del-rio-plus-inaqui-carnicero>
- Archdaily. (2018, Nisan 17). <https://www.archdaily.com/8660/gerardo-molina-school-giancarlo-mazzanti>
- Archello. (2018, Nisan 25). <https://archello.com/project/demokratos#stories>
- Atasoy, A. (1973). *Değişen İhtiyaçlar Karşısında Konut Tasarlamasının Mevcut Konutların Değerlendirilmesi Yolu ile Geliştirilmesi* [Doktora Tezi, İTÜ].
- Cüceloğlu, D. (2015). *İnsan ve Davranışı*. Remzi Kitabevi.
- Çetin, D. F. (1999). *Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Ünitelerinde Değişen Kullanıcı Gereksinimlerine Bağlı Esnek Tasarlama Faktörlerinin Belirlenmesi*. [Doktora Tezi, YTÜ].
- Demir, K. (2018). Fotoğraf Albümü.
- Deniz, Ö. Ş. (1999). *Çok Katlı Konut Tasarımında, Kullanıcıların Esneklik Taleplerini Karşılacak Yapı Elemanlarının Seçimine Yönelik Bir Karar Verme Yaklaşımı*. [Doktora Tezi, İTÜ].
- EAA. (2018, Nisan 22). <http://www.emrearolat.com/gallery/agu-sumer-campus/>
- Ertürk, S. (1991). *Eğitimde Program Geliştirme*. Meteksan Yayınları.
- Gür, Ş. Ö. ve Zorlu T. (2002). *Çocuk Mekânları*. YEM Yayınları.
- Herzberger, H. (2008). *Space and Learning*. 010 Publishers, Rotterdam.
- İslamoğlu, Ö. (2014). *Okullarda Esneklik Stratejilerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Yöntem Önerisi*. [Doktora Tezi, KTÜ].
- İslamoğlu Ö., Usta G. (2016). Herman Hertzberger Okullarında Esneklik Anlayışı. *Mimarlık Dergisi* 390, 106-112.
- İslamoğlu Ö., Usta G. (2018). Mimari tasarımda Esneklik Yaklaşımlarına Kuramsal Bir Bakış. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 8(4), 673-683.
- Karabey, H. (2004). *Eğitim Yapıları: Geleceğin Okullarını Planlamak ve Tasarlamak: Çağdaş Yaklaşımlar*. İlkeler Literatür Yayıncılık.
- Köse, Ç. (2010). *İlköğretim Yapılarında Tip Proje Uygulama Sorunları*. [Yüksek Lisans Tezi, YTÜ].
- Köse Ç., Barkul Ö. (2012). İlköğretim Yapılarında Tip Proje Uygulama Sorunları Üzerine Bir İnceleme. *Megaron* 7 (2): 94-102.

- Milli Eğitim Temel Kanunu. (2018, Haziran 29). <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/-1.5.4306.pdf>
- Öncül, R. (2000). *Eğitim ve Eğitim Bilimleri Sözlüğü*. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Pabedu, (2020, 11 Kasım). <https://www.pabedu.com/yeni-normalde-okul-yapilari>.
- Salgın, B., Taygun, T. G., Balanlı A. (2018). Esnek Tasarımın Yapısal Atıkların Önlenmesine/Azaltılmasına Katkısı: Kayseri’de Bir Eğitim Yapısı Örneği. *Megaron Dergisi*, 13(2), 277-285.
- Sarp, A. (2007). *Sağlıklı Bir Yapının Sürdürülebilirlik Sürecine Yönelik Bir Model Önerisi*. [Doktora Tezi, YTÜ].
- Schneider, T. ve Till, J. (2007). *Flexible Housing*. Architectural Press Elsevier Linancre, Jordan Hill, Oxford.
- Sezgin, O. (1991). *Üçüncü Neslin Eğitimi*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Tanilli, S. (1998). *Nasıl Bir Eğitim İstiyoruz?* Cumhuriyet Kitapları Yayınevi.
- TDK. (2016, Ağustos 8). http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=-TDK.GTS.59a1f14aa16498.15669100
- TDK. 2017, Ağustos 15). http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.-GTS.59a1f19c6996b7.66218987
- Tekeli, İ. (2013). *Eğitim Üzerine Düşünmek*. Türkiye Bilimler Akademisi.
- Tozar, Y. (2010). *Eğitim Politikası ve Demokrat Parti Dönemi*. [Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi].
- Uludağ, Z., Odacı, H. (2002). Eğitim Öğretim Faaliyetlerinde Fiziksel Mekan. *Milli Eğitim Dergisi*, 29, 153-154.
- Yürekli, F. (1983). *Mimari Tasarımda Belirsizlik: Esneklik / Uyabilirlik İhtiyacının Kaynakları ve Çözümü Üzerine Bir Araştırma*. (Doçentlik Tezi). İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi.



DIE ENTWICKLUNG DES ISLAMISCHEN FINANZWESENS IN DER GOLFREGION

 Heiko SCHUSS^a

Zusammenfassung

Dieser Artikel beschreibt die Entwicklung des Islamischen Finanzwesens in der Golfregion und sucht zu erklären, wie es dieser Region gelang, ihre führende Rolle in dieser Industrie zu steigern. Er nutzt hierzu die einschlägige Sekundärliteratur und die Statistiken des Islamic Financial Services Board (IFSB). Der Artikel behandelt sowohl die Staaten des Golf-Kooperationsrats als auch Iran. Diese Länder verfügen weltweit über die Mehrheit der islamischen Finanzanlagen. Die Golfregion spielt eine zentrale Rolle im Islamischen Finanzwesen und dieses verbindet die Golfregion mit anderen Weltregionen. Diese beherrschende Rolle der Golfregion beruht auf den Präferenzen ihrer Bevölkerung für shari'a-konforme Produkte, ihre Finanzkraft, die politische Unterstützung der Regierungen und die Internationalisierungsbestrebungen ihrer islamischen Finanzinstitute. Der Artikel beleuchtet auch die Unterschiede innerhalb der Region.

Schlagwörter: Islamisches Finanzwesen, Islamische Banken, Sukuk, Golfregion, Golf-Kooperationsrat, Iran.



KÖRFEZ BÖLGESİNDE İSLAMİ FİNANSIN GELİŞİMİ

Özet

Bu makale, Körfez bölgesinde İslami finansın gelişimini anlatmak ve bölgenin bu endüstrideki öncü rolünü nasıl geliştirdiğini açıklamayı amaçlamaktadır. Makalede ilgili ikincil literatür ve İslami Finansal Hizmetler Kurulu'nun (Islamic Financial Services Board, IFSB) istatistikleri kullanılmış ve yorumlanmıştır. Bu makale hem Körfez İşbirliği Konseyi (Gulf Cooperation Council, GCC) ülkelerini hem de İran'ı içermektedir. Bu ülkeler, dünya genelindeki İslami finansal varlıklarının önemli bir bölümüne sahiptir. Körfez bölgesi, İslami finans alanında merkezi bir rol oynamakta ve İslami finans, Körfez bölgesini diğer dünya bölgelerine bağlamaktadır. Körfez bölgesinin bu baskın rolü, nüfusunun şer'i hükümlere uygun ürünleri tercih etmesinden, mali gücünden, hükümetlerin politik desteğinden ve İslami finans kurumlarının uluslararasılaşma çabalarından kaynaklanmaktadır. Makale, bölge içi farklılıklara da ışık tutacaktır.

Anahtar Kelimeler: İslami Finans, İslami Bankacılık, Sukuk, Körfez Bölgesi, GCC, İran.



^aDr. Öğr. Üyesi, Abdullah Gül Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Fakültesi, heiko.schuss@agu.edu.tr

THE DEVELOPMENT OF ISLAMIC FINANCE IN THE GULF REGION

Abstract

The article aims at describing the development of Islamic finance in the Gulf region and to explain how the region was able to increase its leading role in this industry. It uses and interprets relevant secondary literature and the statistics of the Islamic Financial Services Board (IFSB). This article includes both the countries of the Gulf Cooperation Council (GCC) and Iran. These countries own the majority of the Islamic financial assets world-wide. The Gulf region plays a central role in Islamic finance and Islamic finance connects the Gulf region with other world regions. This dominating role of the Gulf region is caused by the preference of its population for shari'a-compliant products, its financial strength, the political support of the governments and the internationalization efforts of its Islamic financial institutes. The article will also throw light on the differences within the region.

Key Words: Islamic Finance, Islamic Banking, Sukuk, Gulf Region, GCC, Iran.



Einführung

Während islamische Finanzinstitute zu ihren Anfängen in den 1960er und 1970er Jahren von westlichen Beobachtern eher als eine kulturelle Randerscheinung denn als Ausdruck eines tragfähigen Geschäftsmodells betrachtet wurden, hat sich das islamische Finanzwesen zu einem einträglichem Geschäft entwickelt, welches weltweit Beachtung findet. Da die Interpretation des islamischen riba-Verbotes als eines Verbotes jeglicher Zinsen eine der wichtigen Grundlagen des islamischen Finanzwesens bildet, könnte man vermuten, dass es in allen Ländern mit muslimischer Mehrheitsbevölkerung gleichermaßen Zuspruch findet. Dem ist aber keineswegs so. Während in den meisten Weltregionen das islamische Finanzwesen eine nachgeordnete Stellung einnimmt bzw. dort nur in einzelnen Ländern wie Malaysia und Sudan eine wichtige Rolle spielt, ist das islamische Finanzwesen in der gesamten arabisch-persischen Golfregion von herausragender Bedeutung. Dieser Artikel möchte daher die Entwicklung des islamischen Finanzwesens in der Region des arabisch-persischen Golfs beschreiben und aufzeigen, wie die Golfregion ihre führende Rolle in dieser Industrie ausbauen konnte. Er nutzt hierzu die einschlägige Sekundärliteratur und die Statistiken des Islamic Financial Services Board (IFSB). Hierbei wird sowohl auf die Staaten des Gulf Cooperation Council (GCC) als auch auf Iran eingegangen. Auf diese Länder konzentriert sich die Mehrheit der Anlagen des islamischen Finanzwesens weltweit. Es kann dies als ein Charakteristikum der Region angesehen werden, durch welches sich die Golfregion von anderen Weltregionen unterscheidet und das von den Geschäftspartnern aus muslimischen wie nicht-muslimischen Regionen berücksichtigt werden muss. Das islamische Finanzwesen ist daher nicht nur ein unterscheidendes Merkmal der Golfregion, es verbindet auch diese Region mit Ländern und Finanzzentren anderer Regionen der islamischen und westlichen Welt. Obwohl das islamische Finanzwesen gegenwärtig in allen Ländern der Golfregion beheimatet ist, bestehen wichtige Unterschiede in der Umsetzung und im zeitlichen Verlauf. Auf diese bedeutenden Unterschiede innerhalb der Golfregion soll im Folgenden auch eingegangen werden.

1. Beginn des Islamischen Finanzwesens in der Golfregion

Während die Konzepte für eine moderne islamische Wirtschaft in Südasien entwickelt und die ersten Pilotprojekte mit islamischen Finanzinstituten in Ägypten, Pakistan und Malaysia unternommen worden waren, wurden die ersten islamischen Geschäftsbanken in den arabischen Golfstaaten in den 1970er Jahren gegründet. Die Motivation hierfür kann einerseits in der Religiosität und der vorherrschenden Interpretation des *riba*-Verbots¹ als eines Verbots jeglicher Zinsen in der Region gesehen werden und andererseits in der Tatsache, dass das moderne konventionelle Finanzwesen im Gegensatz zu anderen Ländern des Nahen Ostens später Fuß in den arabischen Ländern des Golfs gefasst hatte. Häufig wurden die Finanztransaktionen noch von Geldwechslern und Kaufleuten betrieben. Als Beispiel hierfür kann die Beschreibung Rodney Wilsons (1983) der Geldwechsler von Dschidda noch Anfang der 1980er Jahre dienen. Diese waren räumlich im Markt konzentriert direkt neben den Goldhändlern, welche für die Bewertung von Schmuck und Edelmetallen herangezogen werden konnten. Ein Hauptgeschäft war der Wechsel der von den Pilgern mitgebrachten Devisen. Aber sie nahmen auch Einlagen an, verliehen Geld und betrieben Warengeschäfte. Sie wurden als Familienunternehmen betrieben und konnten auf andere Familienmitglieder als sichere Kunden und potentielle Kapitalgeber zurückgreifen. Sie waren eng und langfristig mit der lokalen Gemeinschaft der Händler und Gewerbetreibenden verbunden. Zwischen den einzelnen Geldwechselunternehmen, die auch räumlich im Markt konzentriert waren, herrschte kein harscher Preiswettbewerb, sondern eher kooperative Beziehungen, wo ein Unternehmen kurzfristig Liquidität von anderen leihen konnte. Die Kenntnisse der lokalen Wirtschaft und Familien machten die Kreditvergabe und andere Geschäfte einfacher, da die Kreditwürdigkeit der Kunden bekannt war. Hierin bestand auch ein großer Vorteil gegenüber den bestehenden Geschäftsbanken. Geldwechsler vergaben Kredite mit einem Minimum an bürokratischem Aufwand und waren zeitlich wesentlich flexibler als die Banken. Einleger von Depositen erhielten zwar keine Vergütung, sie konnten aber sicher sein, dass sie ihr Geld zurückerhielten und dass sie zu bevorzugten Bedingungen Kredite erhalten würden. Kredite wurden wiederum nicht nur in Geld, sondern auch in Waren verliehen oder unter der Bedingung, die benötigten Waren bei einem bestimmten Händler zu kaufen. Hieraus wird deutlich, wie eng Geld- und Warengeschäfte miteinander verbunden waren. Die beschriebenen Transaktionen können auch alle als islamkonform² bewertet werden. Später 1987 sollte das erfolgreichste dieser Geldwechselunternehmen Al-Rajhi eine Banklizenz erhalten und sich zur ersten islamischen Bank Saudi-Arabiens entwickeln (Wilson, 1983, S. 7-18; Wilson, 2009, S. 6).

Eine Wende in der Ausrichtung der zaghafte Anfänge des islamischen Finanzwesens brachte 1975 die Gründung der ersten islamischen Geschäftsbank, der Dubai Islamic Bank. Ihr Gründer war ein erfolgreicher Geschäftsmann mit guten Beziehungen zum Herrscherhaus Dubais (Kahf, 2005, S. 21). In den folgenden Jahren wurden mehr islamische Geschäftsbanken gegründet, so das Kuwait Finance House (1977) und die Bahrain Islamic Bank (1979). Zur gleichen Zeit wurden die ersten islamischen Investmentgesellschaften gegründet, z. B. die Islamic Investment Company Ltd. (1977) auf den Bahamas

¹ In diesem Artikel wird für die arabischen Fachbegriffe eine vereinfachte Umschrift benutzt, die sich an die Verwendung in englischsprachigen Publikationen zum islamischen Finanzwesen anlehnt.

² Islamkonform wird hier und später im Text im Sinne der Vertreter des islamischen Finanzwesens benutzt. Natürlich gibt es auch andere Interpretationen zentraler Begriffe - wie des *riba*-Verbots - im Islam, welche zu anderen Ergebnissen führen.

und deren Tochter die Islamic Investment Company of the Gulf (1978) in Sharjah. Islamische Banken engagierten sich auch frühzeitig bei der Entwicklung islamischer Versicherungen, so gründete die Dubai Islamic Bank 1979 die Arab Islamic Insurance Company (Nienhaus, 1982, S. 249-253). Die Gründungen der ersten islamischen Banken verweisen auf enge Kooperationen zwischen den islamischen Bankern und den jeweiligen muslimischen Staaten und ihren Regierungen. So hielten die Staaten Dubai und Kuwait jeweils 10% der Dubai Islamic Bank und der kuwaitische Staat 49% am Kuwait Finance House (Wilson, 1983, S. 81).

An der Gründung islamischer Banken waren nicht nur religiös gesinnte Geschäftsleute, sondern auch Mitglieder der politischen Elite, z.B. des saudischen Königshauses, als Unternehmer beteiligt. Hier ist Prinz Muhammad al-Faisal zu nennen. Mit der Gründung islamischer Geschäftsbanken förderte er sowohl seine ökonomischen Interessen als auch den saudischen Einfluss im muslimischen Ausland. Ein bezeichnender Widerspruch ist, dass Saudi-Arabien über Jahre hinweg die Bezeichnung zinsfrei arbeitender Banken als islamische Banken im Inland nicht erlaubte, jedoch die Entwicklung und Verbreitung des islamischen Finanzwesens im Ausland förderte. Man war also bestrebt, die polit-ökonomische Balance im eigenen Land nicht zu verändern (Kahf, 2005, S. 20-22; Wilson, 2009, S. 5-6).

Durch die Finanzminister der Mitgliedsstaaten der Organisation der Islamischen Konferenz wurde der Vertrag über die Islamic Development Bank verabschiedet, welcher 1975 in Kraft trat (Nienhaus, 1982, S. 242). Dies geschah auf Initiative von Algerien, Saudi-Arabien und Somalia. Mit dem Anstieg der Ölpreise 1973 standen den Ölstaaten große Mittel zur Verfügung, die sie nun auch außenpolitisch einsetzen wollten. Die Islamic Development Bank mit Sitz in Dschidda war hierfür ein Instrument, um Hilfgelder an ärmere muslimische Staaten zu verteilen und hierdurch den Einfluss der Ölstaaten zu erhöhen. Sie finanzierte zunächst die Ölimporte muslimischer Staaten mit zinslosen Krediten. Die Islamic Development Bank sollte islamkonform arbeiten, wobei zur damaligen Zeit niemand eine klare Vorstellung davon hatte, wie dies praktisch umzusetzen sei. Interessant ist auch, dass die drei initiiierenden Staaten bei sich selbst jahrelang keine islamischen Banken erlaubten. Es ging ihnen also nicht um eine konsequente islamische Wirtschaftspolitik, sondern eher um die Nutzung eines islamischen Images in der Außenpolitik (Kahf, 2005, S. 20-21).

Sowohl die Islamic Development Bank als auch die Dubai Islamic Bank ließen sich jeweils von islamischen Rechtsgelehrten beraten, sie besaßen aber noch kein shari'a-board im eigentlichen Sinne und es sollte noch Jahre dauern, bis sie ein shari'a-board einführten. Die Entwicklung islamkonformer Instrumente und Regeln des Finanzwesens war also zu Beginn mehr den Vorstellungen der Praktiker als den Rechtsgelehrten unterworfen. Einen wichtigen Schritt ging der saudische Prinz Muhammad al-Faisal mit der Einrichtung eines shari'a-boards für die Faisal Islamic Bank of Egypt (gegründet 1977). Die Bank benötigte sowohl das Vertrauen der potentiellen Kunden als auch des politischen Regimes. Aus diesem Grund suchte die Bank nicht die Zusammenarbeit mit den islamistischen Muslimbrüdern, sondern mit den ägyptischen Rechtsgelehrten. Zu diesem Zweck wurde ein shari'a-board der Bank eingerichtet, in dem angesehene ägyptische Rechtsgelehrte saßen, u.a. ein ehemaliger Großmufti Ägyptens. Die in den folgenden Jahren gegründeten islamischen Geschäftsbanken übernahmen alle die Einrichtung eines shari'a-boards. Das shari'a-board sollte fortan ein prägender Bestandteil islamischer Banken sein,

welcher die Koalition zwischen islamischen Bankern und islamischen Rechtsgelehrten institutionalisierte (Kahf, 2005, S. 21-24).

Diese Pioniere entwickelten die Basisinstrumente des islamischen Finanzwesens und setzten diese in der Praxis ein. Das Modell der islamischen Geschäftsbanken beruhte hauptsächlich auf der Vergabe kurzfristiger Handelskredite durch murabaha Kontrakte (Wiederverkauf mit vorher vereinbartem Gewinnaufschlag), welche eine feste Gewinnmarge versprachen. Hierfür wurde diese traditionelle islamische Vertragsform neu interpretiert, was zu Beginn von verschiedenen Seiten kritisiert wurde, jedoch langfristig auf weite Zustimmung stieß (Wilson, 2009, S. 10-11). Es war ein unerlässlicher Schritt, der bei allen Unzulänglichkeiten bewies, dass es möglich war, Banken ohne Zinsen zu betreiben und auch auf privatwirtschaftlicher Ebene Gewinne zu erzielen. Dieser grundlegende Erfolg führte dazu, dass in mehr und mehr Ländern islamische Banken eröffnet wurden bzw. dass sich diese Länder für das islamische Bankwesen öffneten.

Wie bereits erwähnt war die politische Unterstützung durch die jeweilige Regierung ein wichtiger Erfolgsfaktor. Zunächst einmal war diese Unterstützung in dem Sinne unerlässlich, dass die Regierung zumindest die Gründung islamischer Finanzinstitute tolerierte bzw. erlaubte. Die arabischen Golfstaaten und ihre Regime konnten die Unterstützung islamischer Finanzinstitute für die Pflege ihres islamischen Images nutzen. Besonders interessant ist hierbei das differenzierte Vorgehen Saudi-Arabiens, das auf der internationalen Ebene die Gründung der Islamic Development Bank als Instrument einer eigenen Entwicklungspolitik betrieb, aber im eigenen Land das explizite Entstehen islamischer Banken über lange Zeit verhinderte (Henry, 2005, S. 108-109; Kahf, 2005, S. 20-21; Warde, 2000, S. 208).

Die arabischen Golfstaaten – mit Ausnahme Omans - förderten islamische Finanzinstitute, aber sie taten dies im Rahmen eines gemischten Finanzsystems, welches weiterhin durch die konventionellen Finanzinstitute geprägt war. Anders war dies in Iran nach der Islamischen Revolution 1979. Hier war der Anspruch, das gesamte gesellschaftliche System, somit auch die Wirtschaft, gemäß islamischen Regeln zu organisieren. In Iran wurde 1983 die gesamte Wirtschaft aus formaler Sicht zinsfrei umgestaltet (Brauksiepe, 1992, S. 1-3).

Ein Erfolgsfaktor, der vor allem in den 1970er Jahren eine Rolle spielte, war der Ölboom, welcher den Golfstaaten massive Gewinne und Deviseneinnahme einbrachte. Damit war die Grundlage für Investitionen im Inland und im Ausland gegeben. Zwar floss ein Großteil der Gelder, welche nicht im Inland absorbiert werden konnten, in konventionelle Finanzanlagen im Ausland. Jedoch war eben auch reichlich Kapital für eigene Projekte vorhanden. Wenn nur ein Bruchteil der Anleger in den Golfstaaten Wert auf islamkonforme Anlagen legte, so war dies verbunden mit dem neuen Reichtum ausreichend, um ein Geschäftsfeld für die neu entstehenden islamischen Geschäftsbanken zu bilden (Wilson, 1983, S. 80).

2. Entwicklung in den 1980er und 1990er Jahren

Seit den späten 1970er Jahren entwickelten die islamischen Finanzinstitute die Grundlagen für ihre Geschäftsmodelle. Traditionelle Vertragsformen, wie mudaraba (stille Gesellschaft), musharaka (Gesellschaft mit Gewinn- und Verlustbeteiligung), murabaha (Wiederverkauf mit vorher vereinbartem

Gewinnaufschlag), ijara (Miete) und istisna' (Werklieferungsvertrag), wurden den modernen Bedürfnissen gemäß interpretiert und weiterentwickelt (Obaidullah, 2005, S. 52-93, S. 99-100). Hierfür war die Zusammenarbeit von Finanzexperten, islamischen Rechtsgelehrten und westlich geschulten Juristen notwendig. Es wurden auch die ersten Versionen islamkonformer Anleihen entwickelt, welche dann seit den 2000er Jahren als sukuk populär werden sollten.

In den GCC Staaten wurde die Entwicklung islamischer Banken dadurch begünstigt, dass in den 1990er Jahren die Gehaltszahlungen an Staatsbedienstete von Barzahlung auf Überweisungen auf Gehaltskonten umgestellt wurden. Dasselbe galt für andere staatliche Zahlungen an die Bürger. Da viele Bürger der GCC Staaten Zinszahlungen als riba betrachteten und scheuten, eröffneten diese ihre Konten bei islamischen Banken, was diesen eine breitere Kundenbasis brachte (Wilson, 2009, S. 12).

Die Entwicklung des islamischen Bankwesens im Iran beschränkt einen grundsätzlich anderen Weg als die arabischen Nachbarländer. Nach der Islamischen Revolution 1979 wurde das Bankwesen verstaatlicht und sodann in zwei Schritten 1980 und 1983 zumindest formell vollständig islamisiert. Dies geschah aber nach Auffassung seiner Kritiker in einer oberflächlichen Weise, da sich die Profitraten und Bearbeitungsgebühren der neuen islamischen Banken nicht sehr von den Zinsen konventioneller Banken unterschieden. So wurden Zinsen zwischen den Banken weiterhin verwendet, da diese nun alle dem Staat gehörten und daher Verrechnungszinsen zwischen verschiedenen staatlichen Einheiten nicht als riba angesehen wurden (Brauksiepe, 1992, S. 2-3). Weiterhin setzte die Zentralbank untere Profitraten für verschiedene Investitionsarten und untere wie obere Grenzen für die Bearbeitungsgebühren fest. Der Staat kontrollierte auch über Kreditrationierungen die Investitionen in den verschiedenen Sektoren und begünstigte in den 1980er Jahren insbesondere den öffentlichen Sektor und den Bausektor. Da die Profitraten für die privaten Sparer niedrig und die Inflation hoch waren, kann auch von einer finanziellen Repression ausgegangen werden (Valibeigi, 1992, S. 56-65). Diese Art der Gestaltung des islamischen Finanzwesens verursachte also erhebliche Ineffizienzen.

Während dieser Jahrzehnte gründeten islamische Banken der Golfregion Joint-Ventures in anderen muslimischen Ländern und halfen, das Modell des islamischen Finanzwesens weiterzuverbreiten. Als Beispiel kann die Gründung der ersten islamkonformen Spezialfinanzinstitute (Al-Baraka Türk; Faisal Finance Institution, Kuwait-Turkish Evkaf Finance House) in der Türkei unter der Regierung Turgut Özal in den 1980er Jahren dienen, welche dabei helfen sollten, Investitionen aus den arabischen Golfstaaten ins Land zu holen (Henry, 1997, S. 123-126). Innerhalb der Golfregion entwickelte sich Bahrain zum Zentrum des islamischen Finanzwesens. Im Gegensatz zu anderen Golfstaaten erlaubte Bahrain die Tätigkeit ausländischer Banken. Hiermit zog es während des libanesischen Bürgerkriegs das Bankgeschäft aus Beirut an sich. Bahrain bemühte sich nicht nur ein Zentrum des konventionellen, sondern auch des islamischen Bankwesens zu werden. Hierzu trug 1991 die Gründung des AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions), eine der wichtigsten internationalen Organisationen zur Standardisierung im islamischen Finanzwesen, bei (Wilson, 2009, S. 26).

Diese ersten Jahrzehnte des islamischen Finanzwesens belegen, dass islamische Finanzinstitute im Golf auch in Zeiten niedriger Ölpreise in den 1980er und 1990er Jahren überlebensfähig waren, die

Geschäftsmodelle weiterentwickelt wurden und den Zuspruch von Kunden fanden. Trotz des Wachstums dieser Branche blieb das islamische Finanzwesen mit Ausnahme in Iran jedoch eher ein Nischenmarkt.

3. Die 2000er Jahre und die Auswirkungen der Globalen Finanzkrise

Während der 2000er Jahre bis zur Globalen Finanzkrise wuchs das islamische Finanzwesen in den Golfstaaten und weltweit mit hohen Wachstumsraten. Dies war einerseits bedingt durch eine günstige demographische Entwicklung mit einer wachsenden jungen Bevölkerung und andererseits durch steigende Ölpreise, welche die Konjunktur in den Golfstaaten unterstützten (El-Ghattis, 2014, S. 30-31). Islamische Banken profitierten von der Nachfrage nach Konsumentenkrediten und Autokrediten. Sie entwickelten auch islamkonforme Kreditkarten, welche den Konsumgewohnheiten ihrer Kunden noch mehr entgegenkamen. Hinzu kam ein Boom im Bau- und Immobiliensektor. Die Bürger der GCC Staaten bauten und kauften Immobilien nicht nur für sich selbst, sondern auch als Investitionen, um diese an die zahlreichen Arbeitsimmigranten zu vermieten. Später kam Immobilienspekulation hinzu. Dieser Boom des Immobilienmarktes war speziell für die islamischen Finanzinstitute hilfreich, da islamische Finanzinstrumente eine Basis im realen Sektor benötigen. Die Entwicklung von innovativen islamischen Finanzinstrumenten erweiterte andererseits die Möglichkeiten des islamischen Finanzwesens. So ließen sich nun auch komplexe Großprojekte des Privatsektors und des Staatssektors islamkonform finanzieren. Hierzu trug nicht nur das islamische Bankwesen, sondern auch ein Boom von sukuk Emissionen bei. Im Allgemeinen besaßen die islamischen Banken aber für syndizierte Kredite für Großprojekte zu wenig Erfahrung und waren zu klein, so dass hierfür konventionelle, internationale Großbanken mit einbezogen wurden (Wilson, 2009, S. 16-21).

Zwischen den GCC Staaten bestanden Unterschiede in den Geschäftsmodellen. In Saudi-Arabien hielten viele Anleger ihr Geld auf Girokonten, welche keinerlei Vergütung gewährten. Die Gewinnsituation für saudische Banken wie Al-Rajhi war daher besonders günstig. Profitorientierte Anleger in Saudi-Arabien legten ihr Geld in islamkonformen Fonds an. Die Situation in den kleinen Golfstaaten unterschied sich hiervon. Auch hier gab es Anlagen in Girokonten ohne Vergütung, aber dies war ein kleinerer Teil. Die Mehrheit der Anlagen floss in Spar- und Investitionskonten, welche auf dem Modell der mudaraba beruhten und eine Gewinnbeteiligung versprachen (Wilson, 2009, S. 12-15).

Das dynamische Wachstum wurde durch die Globale Finanzkrise (2007-2009) zeitweise gestoppt. Zwar waren islamische Finanzinstitute aufgrund ihrer Prinzipien nicht in toxischen Wertpapieren, wie zinstragenden subprime asset-backed securities oder credit default swaps, investiert und waren somit nicht von der ersten Welle der Finanzkrise betroffen. Im Jahr 2008 konnten islamische Finanzinstitute daher höhere Profitraten als ihre konventionellen Konkurrenten aufweisen. Jedoch fielen die Kurse der sukuk schon in 2008 aufgrund der Liquiditätsengpässe der Investoren weltweit. Von der zweiten Welle der Finanzkrise, welche durch die realwirtschaftlichen Konsequenzen verursacht wurde, blieben auch die islamischen Finanzinstitute nicht verschont. So wiesen islamische Finanzinstitute in 2009 eine niedrigere Profitrate als ihre konventionellen Konkurrenten aus (Hasan & Dridi, 2010, S. 15-16). Da sie im Immobiliensektor überinvestiert waren, welcher im Golf schon Symptome einer Blase entwickelt hatte, traf sie ein Fallen der Immobilienpreise besonders hart. Um Konkurse von islamischen

Finanzinstituten zu verhindern, waren auch in der Golfregion staatliche Hilfen und Umstrukturierungen notwendig. Volker Nienhaus erwähnt hier als wichtige Beispiele The Investment Dar in Kuwait, Gulf Finance House in Bahrain (Khniifer et al., 2010), Tamweel und Amlak in Dubai sowie zwei islamische Banken in Katar (Nienhaus, 2011, S. 294).

4. Gegenwärtige Lage, Chancen und Probleme

Nach der Krise erholte sich das islamische Finanzwesen schnell. Gestützt wurde dieses Wachstum durch die Konjunktur in den Golfstaaten, die Präferenzen der Kunden und staatliche Unterstützung. So wuchsen die shari'a-konformen Anlagen in den GCC Staaten von schätzungsweise 263 Mrd. \$ in 2007 auf ca. 927 Mrd. \$ in 2018.³ Unter diesen Anlagen überwogen die islamischen Bankaktiva gefolgt von den islamischen Anleihen (sukuk). Islamische Fonds und islamische Versicherungen (takaful) spielen bis jetzt nur eine nachrangige Rolle (siehe Tabelle 1):

Tabelle 1: Islamisches Finanzwesen in den GCC Staaten in 2018, in Mrd. US-Dollar

Bankaktiva (Juni 2018)	704,8
Ausstehende Sukuk (Ende 2018)	187,9
Islamische Fondvermögen (Ende 2018)	22,7
Takaful Beiträge (Ende 2017)	11,7

Quelle: Islamic Financial Services Board [IFSB], 2019, S.10.

In den meisten Ländern des arabisch-persischen Golfs hat sich das islamische Bankwesen zu einer systemrelevanten Größe für das nationale Bankwesen entwickelt. Das Islamic Financial Services Board (IFSB) beurteilt als systemrelevant, wenn das islamische Bankwesen 15% oder mehr des Bankwesens eines Landes ausmacht, oder dessen islamische Banken 5% oder mehr des islamischen Bankwesens weltweit beträgt. Nach diesem Kriterium ist das islamische Bankwesen in Iran, Saudi-Arabien, Kuwait, Katar und den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) systemrelevant (siehe Tabelle 2):

Tabelle 2: Anteil des islamischen Bankwesens an den gesamten Bankaktiva in % (2.Q. 2018)

Iran	100
Saudi-Arabien	51,5
Kuwait	40,6
Katar	25,2
VAE	20,6
Bahrain	14,3
Oman	12,4

Quelle: IFSB: 2019, S.10-11; 13.

³ Die erste Zahl beruht auf Schätzungen von Wilson, 2009, S. 3-4 und die zweite auf Schätzungen des IFSB: Islamic financial services industry stability report 2019, S.10.

Bahrain stellt einen Sonderfall dar. Seine islamischen Bankaktiva bleiben etwas unter 15% der gesamten Bankaktiva. Das Land möchte aber sowohl ein Zentrum des konventionellen wie des islamischen Finanzwesens in der Region sein. Daher befinden sich wichtige internationale Organisationen des islamischen Finanzwesens wie AAOIFI in Bahrain und in dieser Hinsicht kann das islamische Finanzwesen als systemrelevant für Bahrain gelten.

Oman hatte sich lange Zeit aus politischen Gründen gegen das islamische Finanzwesen gesperrt, da man fürchtete, dass es islamischen Extremismus fördern könne. Aber mit dem weltweiten Erfolg des islamischen Finanzwesens wurde deutlich, dass es sich zu einem normalen Geschäft entwickelt hatte. Die ablehnende Haltung in Oman änderte sich daher in 2011 im Zuge des Arabischen Frühlings als ein Zugeständnis an die öffentliche Meinung. 2012 wurde das Bankwesen für islamische Banken geöffnet und Oman gründete ein Nationales Shari'a Board. Als erste islamische Banken betraten Al Izz Islamic Bank und Bank Nizwa den Markt, während konventionelle Banken „islamische Fenster“ eröffneten (Babici & Wongsurawat, 2020, S. 115-116, S. 120-122; Gulf News, 2014). Letztere sind keine unabhängigen Unternehmen, sondern Abteilungen der konventionellen Banken, welche shari'a-konforme Produkte anbieten und deren Vermögen vom konventionellen Geschäft getrennt sind. Das islamische Bankwesen hat in Oman schnell an Boden gewonnen und erreichte 2018 einen Anteil von 12,4% der gesamten Bankaktiva in Oman (IFSB, 2019, S. 10-11, S. 13).

Die islamischen Finanzinstitute der GCC Staaten verstärken ihr Engagement in anderen Weltregionen und sind hierbei aktiver als die konventionellen Finanzinstitute der GCC Staaten (Hanieh, 2019, S. 9). Insgesamt hat die Dominanz der Golfregion und hier vor allem der GCC Staaten im islamischen Finanzwesen zugenommen. Dies trifft besonders auf das islamische Bankwesen zu. Hier betrug der Anteil der GCC Staaten in 2012 schätzungsweise 34,1 % und der des Iran in 2011 39,7% (IFSB, 2013, S. 9 u. 12). Der Anteil der GCC Staaten stieg bis zum 1. Halbjahr 2018 auf 43,9%⁴ und der des Irans fiel auf 32,1 %. (siehe Tabelle 3). Der Anteil der Golfregion insgesamt am islamischen Bankwesen hat also leicht von 73,82% auf 76,95% zugenommen.

Tabelle 3: Anteil der Staaten an den globalen islamischen Bankaktiva in % (2.Q. 2018)

Iran	32,1
Saudi-Arabien	20,2
VAE	9,8
Kuwait	6,3
Katar	6,2
Bahrain	0,7
Oman	0,7

Quelle: IFSB, 2019, S.12.

⁴ Im IFSB: Islamic financial services industry stability report 2019 gibt es eine Unstimmigkeit in Bezug auf diesen Anteil. Während die Länderanteile sich klar zu 43,9% aufaddieren, wird an gleicher Stelle der Anteil der GCC Staaten am Bankwesen insgesamt mit 44,9% angegeben. Für die Interpretation der Tendenz des Wachstums des Anteils der GCC seit 2012 spielt dieser Unterschied allerdings keine Rolle.

Der Eindruck dieser führenden Rolle der GCC Staaten im islamischen Bankgeschäft verstärkt sich, wenn man ihre internationalen Verflechtungen betrachtet. In einer Studie von Adam Hanieh (2019) bewertet dieser das globale Gewicht der islamischen Banken des GCC. Hierfür werden islamische Banken als mit GCC Banken verbunden betrachtet, wenn GCC Banken 20% oder mehr ihres Kapitals halten. Nach diesem Kriterium beherrschten islamische Banken aus den GCC Staaten und mit ihnen verbundene Banken mehr als 50% der islamischen Bankaktiva in Ländern wie Ägypten, Bosnien-Herzegowina, Brunei, Dschibuti, Jordanien, Kasachstan, Pakistan, Senegal und der Türkei. Auch in anderen Ländern halten sie 30% oder mehr. In Malaysia jedoch war ihr Anteil mit 9% vergleichsweise gering. Im Allgemeinen steigt mit der Aktivität der islamischen GCC Banken auch der Einfluss und die Bedeutung der GCC Staaten auf andere Wirtschaftssektoren in diesen Ländern (Hanieh, 2019, S. 10-12).

Auch auf dem sukuk Markt haben die GCC Staaten an Bedeutung gewonnen. Während in 2012 die GCC Staaten einen Anteil von 28,9% an den ausstehenden sukuk weltweit hatten und Malaysia die führende Rolle auf diesem Markt spielte (IFSB, 2013, S. 9 u. 26), hat sich der Anteil der GCC Staaten bis 2018 auf 35,4% erhöht (IFSB, 2019, S. 10). Bei den Neuemissionen des Jahres 2018 war Malaysia wiederum mit 35,2% das Land mit dem höchsten Anteil. Zusammen genommen emittierten die GCC Staaten aber 43,8% der sukuk (siehe Tabelle 4). In diesem Markt spielen Südostasien und hier insbesondere Malaysia also weiterhin eine wichtige Rolle. Das Gewicht ändert sich aber langsam zugunsten der GCC Staaten. Dies hat unter anderem damit zu tun, dass mit dem Sinken der Ölpreise seit Mitte 2014 GCC Staaten verstärkt die Emission von sukuk zur Staatsfinanzierung nutzten. GCC Banken waren auch als Arrangeure und Berater für sukuk Emissionen tätig und der Börsenplatz Dubai hat sich zu einem Zentrum für die Notierung und den Handel von sukuk entwickelt (Hanieh, 2019, S. 12-15). Zwischen Malaysia und den arabischen Golfstaaten bestehen unterschiedliche Rechtsauffassungen über den Handel mit islamkonform entstandenen Schulden zu einem anderen Preis als dem Nennwert. In Malaysia wird dies als erlaubt anerkannt und entsprechende islamkonforme Wertpapiere angeboten. In den Golfstaaten gilt dies aber als riba. Im Laufe der Zeit ist zu erwarten, dass die Auffassung der arabischen Golfstaaten die größere Anerkennung finden wird, insofern potentielle Emittenten von sukuk die Investoren aus den Golfstaaten ansprechen wollen.

Tabelle 4: Anteil an den weltweiten sukuk Emissionen im Jahr 2018 in %

Malaysia	35,2
Saudi-Arabien	23,1
VAE	13,1
Indonesien	11,2
Türkei	8,3
Oman	3,7
Bahrain	2,7
Katar	1,2

Quelle: IFSB, 2019, S.20.

Die Sonderrolle des Iran im islamischen Finanzwesen hat sich im Wesentlichen nicht geändert. Einerseits besitzt der Iran im internationalen Vergleich das größte islamische Bankwesen, welches 2018 einen Anteil von 32,1% an den islamischen Bankanlagen weltweit ausmachte. Andererseits ist es durch die Sanktionen der USA und durch eine unterschiedliche Interpretation der islamischen Finanzinstrumente von den Entwicklungen auf den anderen islamischen Finanzmärkten isoliert. Zwar wurde zwischenzeitlich seit 1999 das iranische Bankwesen wieder für den Privatsektor geöffnet, jedoch wird es immer noch vom Staat dominiert. Dies führt zu Ineffizienz, welche sich in einem hohen Anteil von notleidenden Darlehen äußert (Vizcaino, 2015). Während an sich ein hohes Potential für eine Modernisierung des islamischen Finanzwesens durch eine verstärkte Zusammenarbeit mit anderen Zentren des islamischen Finanzwesens bestünde, ist dies aufgrund der internationalen Spannungen zwischen dem Iran und den USA, wie auch zwischen dem Iran und Saudi-Arabien für die nahe Zukunft nicht zu erwarten.

Ausblick

Seit der Gründung der ersten kommerziellen islamischen Banken haben sich Akteure aus den Golfstaaten um die Verbreitung des islamischen Finanzwesens nicht nur in der eigenen Region, sondern auch in anderen Regionen bemüht. Inzwischen ist das islamische Finanzwesen eine anerkannte, weltweit verbreitete Industrie geworden. Interessanterweise hat diese Verbreitung nicht zu einem abnehmenden Anteil der Golfregion im islamischen Finanzwesen geführt. Im Gegenteil, dieser Anteil hat in den vergangenen Jahren noch zugenommen. Hierbei spielt einerseits ein zunehmender Marktanteil islamischer Banken in den eigenen Ländern eine Rolle und andererseits ihre aktive Rolle in der Internationalisierung des islamischen Bankwesens. Auch im sukuk Markt konnten die GCC Staaten im Vergleich zu Malaysia an Bedeutung gewinnen. Die Golfregion ist daher zum Zentrum des islamischen Finanzwesens und das islamische Finanzwesen zu einem ökonomischen Charakteristikum der Golfregion geworden.

Dieser Erfolg beruht auf der Präferenz weiter Teile der Bevölkerung für islamkonforme Finanzprodukte und die Finanzkraft der Ölstaaten. Allerdings belegt das langfristige Wachstum des islamischen Finanzwesens in der Golfregion, dass es auch in Phasen niedriger Ölpreise überlebensfähig ist und seinen Anteil ausbauen kann. Die langfristige politische Unterstützung der unterschiedlichen Regime der Golfstaaten ist ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor. Zugleich beschränken die politischen Interessen auch das islamische Finanzwesen, wie die Isolation Irans und auch die politischen Spannungen zwischen Katar einerseits und Saudi-Arabien, Bahrain und den VAE andererseits belegen.

Da islamische Banken in einigen GCC Staaten schon sehr hohe Marktanteile erreicht haben, wird ein weiteres Wachstum auf diesem Wege schwieriger werden. Das Augenmerk könnte in Zukunft daher mehr auf der Entwicklung weiterer innovativer islamkonformer Finanzinstrumente und einer zunehmenden internationalen Standardisierung des islamischen Finanzwesens liegen, da bis jetzt erhebliche Unterschiede zwischen den nationalen Regulierungen bestehen.



LITERATURVERZEICHNIS

- Babicci, K., & Wongsurawat, W. (2020). Islamic banking in Oman: Laying the foundations. *Middle East Policy*, 27(1), 115-124.
- Brauksiepe, R. (1992). *Das Bankwesen der Islamischen Republik Iran: Konzepte, Erfahrungen und Perspektiven*. Materialien und Kleine Schriften 138, Institut für Entwicklungsforschung und Entwicklungspolitik der Ruhr-Universität Bochum.
- El-Ghattis, N. (2014). The futures of Islamic banking in the Gulf Cooperation Council (GCC). *Journal of Future Studies*, 18(4), 27-44.
- Hanieh, A. (2019). New geographies of financial power: Global Islamic finance and the Gulf. *Third World Quarterly*, 1-22, <https://doi.org/10.1080/01436597.2019.1675505>
- Hasan, M., & Dridi, J. (2010). *The effects of the global crisis on Islamic and conventional banks: A comparative study*. IMF Working Paper WP/10/201, Washington D.C.: International Monetary Fund. https://www.imf.org/~media/Websites/IMF/imported-full-text-pdf/external/pubs/ft/wp/2010/_wp10201.ashx
- Henry, C. M. (1997). *The Mediterranean debt crescent: Money and power in Algeria, Egypt, Morocco, Tunisia, and Turkey*. The American University in Cairo Press.
- Henry, C. M. (2005). Financial performances of Islamic versus conventional banks. In C. M. Henry & R. Wilson (Eds.), *The politics of Islamic finance* (pp. 104-128). First published by Edinburgh University Press 2004, Reprint in Karachi: Oxford University Press, 2005.
- Islamic Financial Services Board (IFSB) (2013). *Islamic financial services industry stability report 2013*. Kuala Lumpur: Islamic Financial Services Board. <https://www.ifsb.org/download.php?id=4415&lang=English&pg=/sec03.php>
- Islamic Financial Services Board (IFSB) (2019). *Islamic financial services industry stability report 2019*. Kuala Lumpur: Islamic Financial Services Board. <https://www.ifsb.org/download.php?id=5231&lang=English&pg=/sec03.php>
- Kahf, M. (2005). Islamic banks: The rise of a new power alliance of wealth and shari'a scholarship. In C. M. Henry & R. Wilson (Eds.), *The politics of Islamic finance* (pp. 17-36). First published in Edinburgh: Edinburgh University Press 2004, Reprint in Karachi: Oxford University Press, 2005.
- Khniifer, M., Baig, A., & Winkler, F. (2010). The rise and fall of Gulf Finance House. <https://ssrn.com/abstract=1712059> oder <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1712059>
- Nienhaus, V. (1982). *Islam und Moderne Wirtschaft: Einführung in Positionen, Probleme und Perspektiven*, Styria.
- Nienhaus, V. (2011). Islamic finance ethics and sharia'ah law in the aftermath of the crisis: Concept and practice of shari'ah compliant finance. *Ethical Perspectives*, 18(4), 591-623.
- Obaidullah, M. (2005). *Islamic financial services*. King Abdulaziz University.
- Gulf News (2014, 08. Oktober). Oman sets up central sharia board to boost Islamic finance. <https://gulfnews.com/business/oman-sets-up-central-sharia-board-in-move-to-boost-islamic-finance-1.1396051>

- Valibeigi, M. (1992). Banking and credit rationing under the Islamic Republic of Iran. *Iranian Studies*, 25(3/4), 51-65.
- Vizcaino, B. (2015, 12. Mai). Iran's isolated banks may have slow, painful return to global system, Reuters. <https://in.reuters.com/article/us-iran-banks/irans-isolated-banks-may-have-slow-painful-return-to-global-system-idINKBN0NX0VK20150512>
- Warde, I. (2000). *Islamic finance in the global environment*. Edinburgh University Press.
- Wilson, R. (1983). *Banking and finance in the Arab Middle East*, MacMillan Publishers.
- Wilson, R. (2009). *The development of Islamic finance in the GCC*, Kuwait Programme on Development, Governance and Globalisation in the Gulf States. London School of Economics and Political Science.



BERNİNİ'NİN "APOLLO VE DAPHNE" HEYKELİ

 Sebla ARIN ENSARIOĞLU^a

Öz

Bu makalede Barok Sanatın öncü sanatçılarından Gian Lorenzo Bernini'nin "Apollo ve Daphne" heykeli incelenmektedir. Barok sanatın özgün nitelikleri ve biçimsel dilinin irdelenmesinin ardından, Barok heykel ve mimari arasındaki ilişki irdelenmiş, incelenen yapıtın heykeltıraşı olan Bernini hakkında bilgi verilmiş, başlıca yapıtları incelenmiştir. Makalenin devamında "Apollo ve Daphne" heykelinin mitolojik kökeni, yapım sürecinin nasıl şekillendiği, eserin biçimsel özellikleri ele alınmıştır. Son olarak yapıtın özgün nitelikleri değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bernini, Apollo ve Daphne Heykeli, Barok sanat, mitoloji ve heykel.



"APOLLO AND DAPHNE" SCULPTURE BY BERNINI

Abstract

In this article, "Apollo and Daphne" sculpture by Gian Lorenzo Bernini, one of the leading artists of Baroque Art, is examined. After examining the original qualities and figurative language of Baroque art, the relationship between Baroque sculpture and architecture, artistic identity of Bernini, who is the sculptor of the studied work, and his main works are examined. In the rest of the article, the mythological origin of the sculpture "Apollo and Daphne", construction process of the sculpture and the figurative features of the work are discussed. Finally, the original qualities of the art-work are evaluated

Key Words: Bernini, Apollo & Daphne Sculpture, Baroque art, mythology and sculpture.



Giriş

Barok sanatın önemli yapıtlarından biri olan "Apollo ve Daphne" heykeli (Şekil-1), heykeltıraş Gian Lorenzo Bernini tarafından Kardinal Scipione Borghese'nin İtalya'nın Roma kentindeki villası için yapılan dört gerçek boyutlu heykelden biridir. Yapımı yaklaşık üç yıl (1622-1625) süren Carrara mermerinden yontulan bu heykel, Işık Tanrısı Apollo ve bir nymph (su perisi) olan Daphne arasında geçen mitolojik hikâyeyi anlatmaktadır (Gonzales-Palacios, 1995, s. 529). Zamanın akışını ve bu süreç içerisindeki dönüşümü gözler önüne seren heykel, Apollo'nun kendisinden kaçmakta olan Daphne'yi yakalamak üzereyken, Daphne'nin bir ağaca dönüşmeye başladığı anı tasvir etmektedir. 17. yüzyılda Kardinal'in konutu olarak kullanılan Roma'daki Villa Borghese, günümüzde bir müze olarak hizmet

^aDr. Öğr. Üyesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, seblaarin@uludag.edu.tr

vermektedir. Apollo ve Daphne heykeli, sergilendiği Villa Borghese içindeki odanın merkezinde yer alan bir kaidenin üzerinde ziyaretçilerin izlenimine sunulmuştur. İçinde bulunduğu odanın dekorasyonu ve yerleşimi zaman içerisinde heykelle uyumlu olarak dönüşüm geçirmiştir.



Şekil-1 Bernini, "Apollo ve Daphne", 1622-1625, Villa Borghese, Roma
Kaynak: Url-1

Bu çalışmada, Bernini'nin "Apollo ve Daphne" heykelinin anlamsal ve biçimsel olarak irdelenmesi, geometri ve kompozisyon bakımından anlatım dilinin incelenmesi hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında literatür araştırması ve yerinde gözlem yöntemleri kullanılmıştır. İlk olarak Barok Sanat anlayışının temel nitelikleri, ardından Barok Sanat'ın İtalya'daki en önemli temsilcilerinden olan, "Apollo ve Daphne" heykelinin heykeltıraşı Gian Lorenzo Bernini hakkında bilgi verilmiştir. "Apollo ve Daphne" heykelinin biçimsel özelliklerinin ve mitolojik kökeninin incelenmesinin ardından, heykelin sanatsal nitelikleri ve özgün tarafları değerlendirilmiştir.

A. BAROK SANATIN TEMEL NİTELİKLERİ

Barok Sanat gücünü kiliseden ve aristokrat sınıftan almıştır. Katolik Kilisesi, Barok Sanat'ı Protestan Reformu'na karşı insanların dini temalarla duygusal bir bağ kurabilecekleri bir iletişim yolu olarak görmüş; aristokrasi ise Barok Sanat'ı gücü, iktidarı, ihtişamı sergileme aracı olarak kullanmıştır. İtalya'da doğan Barok Sanat'ın etkileri kısa sürede tüm Avrupa'ya yayılmıştır. Dönemin önemli sanatçıları arasında Bernini, Borromini, Poussin, Rubens, Rembrandt, Velasquez, Tiepolo gibi isimler sayılabilir. Barok sanatın çıkış noktası son derece akılcı olan Rönesans sanatına bir dönüşüm getirmek, beklenmeyeni yaratmak, sanat eserine dinamizm katmaktır. Bu amaçla uçuşan, kıvrımlı biçimler, burgular, hafiflik hissi uyandıracak kompozisyonlar kullanılır. Resim ve heykellerde hayatın içinden

olaylar ve konu edilen olay yanı başınızda tezahür etmekteymiş hissini uyandıracak ifade biçimleri kullanılır. İzleyicinin gözleri önünde bir illüzyon yaratılır. Barok sanatçıların bu illüzyonu yaratabilmesinde üstün teknik bilgilerinin de etkisi bulunmaktadır. Mermeri kumaşın türünü, insan teninin yaşını belli edebilecek nitelikte bir ustalıkla işleyebilmişlerdir. İllüzyon yaratmak için kullanılan bir diğer yöntem de ışık-gölge oyunlarına başvurmadır. Barok sanatın bir başka özelliği tüm sanat dallarının bir arada kullanılmasıdır. Ortaya çıkan eserde mimari-heykel-sahne tasarımı ayrımı yapabilmek, eserin hangi kategoride değerlendirilmesi gerektiğini saptamak güçtür (Kitson, 1966).

15. ve 16. yüzyıllarda mimarinin ve sanatın her dalında aklın ön plana çıktığı Rönesans'ın ardından, 17. yüzyılda ilk örnekleri görülen Barok sanat karmaşıklığın vücut bulmuş halidir. Rönesans'ın akılcı, yalın, açık mimari anlayışına karşın Barok dönem mimarisi muğlaklık, karışıklık, heykelsi plastisite ve mekânsal derinliğe vurgu yapmaktadır. Tüm bu unsurlarla çokusul bir etki yaratılması hedeflenmektedir. Giriş formların kullanılması, ışık-gölge oyunları gibi yöntemler ile bilinçli bir karmaşa yaratılırken; yüzeylerde ağır şekilde süslemeler, dinamik şekiller, çıkıntılı mimari elemanların kullanılması ve cephelerin heykel figürleriyle hareketlendirilmesi ile "uygun" mimarlıktan sapan özgün bir dil oluşturulması söz konusudur. Barok mimaride sıklıkla sarmal sütunlar, kıvrık saçaklar, eğimli bezemeler kullanılır. Bu karmaşık formların sıklıkla kullanılması sonucunda dönemi adlandırırken şekilsiz incileri tanımlayan "barok" kelimesi alegorik olarak kullanılmıştır. Normdan bilinçli olarak sapma halini tarifleyen "barok" tanımı, 17. ve 18. yüzyıllarda küçümseyici bir ifadeyle kullanılmaktayken, 19. yüzyılın sonlarına doğru Wölfflin'in incelikle işlenmiş, süslü ve karmaşık formları betimlemek için barok terimini kullanması ile olumlu bir anlam kazanmıştır (Roth, 2000).

Barok sanatta teatral dilin ön plana çıkmasında 17. yüzyılda tiyatro sanatının doruğa ulaşması ve opera sanatının doğmasının da etkisi bulunmaktadır. İtalyan kutu sahne bu çağda özellikle operanın ihtiyaçlarını karşılamak için ortaya çıkmıştır. Perspektifin yoğun olarak kullanıldığı dekorlar, sahne tasarımları bu devrin özelliğidir. Rönesans sanatı daha akıllı uslu, daha ağırbaşlı, ayakları yere basan bir sanatken; barok heykel ele avuca sığmayan, hareketli bir dile sahiptir. Bir anı ele alır. Heykelde hareketin kendisi görünür hale getirilmiştir. Heykel, bakıldığı anda sahnelenmekte olan bir tiyatro oyunu etkisi yaratmaktadır. Barok heykelde bir hareketi ölümsüzleştirmeyi amaçlayan bir tür fotografik nesnellik göze çarpar (Conti, 1978, ss. 3-4). Dönemin önde gelen heykeltıraşlarından Bernini: "*hareketsiz duran model ancak hareket haline geçtiğinde kendine benzeyebilir.*" diyerek, bunu sağlayabilmek adına modellerinin poz verirken sabit durmalarını değil, hareket halinde olmalarını tercih etmiştir. Bu, heykellerindeki her an harekete geçeceklermiş hissini yaratmak için kullandığı bir yöntemdir (Yetkin, 1977, s. 46).

Barok, beklenmeyen ya da tiyatro deyimi ile "efekt" in elde edilmesi için uğraşmıştır. Barok sanatta izleyiciyi "şaşırtma" teatral bir strateji olarak plastik ve estetik değere taşınmıştır (Polat ve Antel, 2015, s. 110). Bu efektte ulaşmak için de tiyatrodaki olduğu gibi ışıklandırmadan yararlanarak yapılan tasarımın bir bölümü karanlıkta ya da gölgede bırakılırken, öteki bölümü yoğun ışık altında tutulmuştur (Conti, 1978, s. 17). Bu; gerek resim, gerek heykel, gerekse mimaride kullanılan "chiaroscuro" adı verilen bir tekniktir. Barok heykellerin tamamında dışarı doğru fıskıran bir enerji hissedilir. Asla statik olmayan bu heykeller, üç boyutlu bir hareket, devinim oluştururlar (Kitson, 1966, s. 46). Barok sanat; illüzyon,

duygusal ve psikolojik yaklaşım, ihtişam, hareket, farklı sanat dallarının iç içe geçmesi gibi nitelikleriyle özetlenebilir.

Barok Dönem mimarisi propaganda olarak sanat biçimlerinin kaynaştırımına dönüşmüş durumdadır (Roth, 2000). Sanatın ve mimarlığın hedefi, kullanıcıyı / izleyiciyi zamanın akışı içerisinde anlık bir duyguyla baş başa bırakmaktır. Bunu yaparken hareket, dinamizm, akışkanlık, sıra dışılık gibi kavramları kullanarak ruhsal deneyimi kışkırtacak kaotik bir ortam yaratır. Kişiyi çepeçevre saran bu ortam, bireyi teatral bir kurgunun içine çeker. Mekânsal unsurlar, ışık, heykel, bezeme, freskler ile desteklenerek teatral etkinin pekiştirilmesi sağlanır. Barok dönemdeki heykellerin bir kısmı başlı başına birer yapıt olarak tasarlanırken, bir kısmı ise mimariye son görünüşünü vermek üzere süsleme amacıyla yapılmıştır (Conti, 1978, s. 56-57). Bir bütün olarak yoğun ve heykelsi süslemeler, Barok cephede klasik biçim ve oranlarından çok farklı şekillerde yorumlanmış süsleme öğeleri olarak görülebilmektedir. Bu süslemeler, kıvrımların vurgulandığı ve çarpıtılmış, irrasyonel etkilerin gözlemlendiği formlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Polat ve Antel, 2015, s. 115). Bu anlamda Barok mimari, daha önce hiçbir dönemde olmadığı kadar plastik sanatlarla iç içe geçmiş durumdadır. Farago (2006), bu bütünlüğü mimar, ressam, heykeltıraş ve şairin; formların çokluğu, dışsal, içsel ve tinsel bağlamdaki genişlemeler üzerinden etrafındaki, karşısındaki ve içindeki uzamı kaplaması olarak tanımlamaktadır. Tüm bu disiplinlerin bir araya gelmesi ile oluşan Barok kenti, mimarlığı ve sanatı karmaşık ve sentetik biçimde "zamanın kompozisyonu"nu kurgulamaktadırlar. Bir başka deyişle, zamansallık Barok sentezin özünü oluşturmaktadır (Doukhan, 2001, ss.263-265). Kompozisyonlarda kullanılan hareket, dinamizm, akışkanlık, karmaşa, kıvrımlı hatlar gibi unsurların tamamı bu zamansallık etkisini pekiştirmeyi hedeflemektedir.

Barok sanatçılar açıklıktan bilinçle kaçınarak öznel yorumu açık kapı bırakırlar. Formu olduğu gibi ortaya koymak yerine bir parçayı ortaya çıkararak bütünü anlaşılabileceğini savunan Barok sanatçılar mutlak bir anlam aktarımının yerine, izleyicinin kendi yorumunu katabileceği muğlak bir anlatım biçimini tercih ederler. Bu sayede kişiyi sürekli bir akışın bir anlık görünümünü içine çekip, düşün dünyasını harekete geçirmeyi hedeflemektedirler (İpşiroğlu ve İpşiroğlu, 2010).

B. HEYKELTIRAŞ: GIAN LORENZO BERNİNİ

Bernini 1598'de Napoli'de dünyaya gelmiş ve kısa bir süre sonra ailesiyle Roma'ya yerleşmiştir. Babası da bir heykeltıraş olan Bernini küçük yaştan itibaren onun atölyesinde çalışmaya başlamış ve çok genç yaşta ilk eserlerini ortaya koymuştur. Bir heykeltıraş, ressam, mimar, şehir plancısı ve sahne tasarımcısı olan Bernini, tüm bu alanlarda çok sayıda eser vermiş olan son derece üretken bir sanatçıdır (Warwick, 2004, ss. 354-355).

Roth (2000, s. 482), Barok Dönemin önemli mimar ve heykeltıraşlarından olan Bernini'yi "sanatların coşku uyandırma işlevine sahip olduğu anlayışının "prototipi"ni yaratan kişi" olarak tanımlamaktadır. Roma'da kilisenin himayesi altında (yaşamı boyunca toplam sekiz papa ile çalışmıştır) çalışma imkânı bulan Bernini bu sayede Barok dönemde Roma'da ortaya çıkan eserlerin çok büyük bir bölümüne imzasını atmıştır. Eserlerinin biri dışında (Paris'teki XIV. Louis'nin at üstündeki heykeli) tamamı Roma'dadır.

Bernini'nin sanatsal yaklaşımını ortaya koyabilmek adına farklı ölçeklerde hayata geçirdiği yapıtlarından örnekler incelenecektir. Bu incelemede yapıtın bulunduğu yer, oluşturulduğu tarih, kullanılan teknikler ve biçimsel özelliklerine değinilecektir. Örneklerin seçiminde sırasıyla büyük ölçekten küçük ölçeğe doğru giden tasarımlar ele alınmış; kentsel, mimari ve tekil nesne (heykel) ölçeğinde sanatçının tasarım yaklaşımının ortaya konulması amaçlanmıştır.

Bernini'nin mimari ile heykel sanatını buluşturduğu kentsel ölçekteki en büyük yapı projesi, Roma / Vatikan'daki St. Pietro Meydanı'dır (Şekil-2). Tasarım 1656-1667 yılları arasında hayata geçirilmiştir. St. Pietro Katedrali'yle bütünleşik hale gelmiştir. Katedralin planı ve kubbesi Michalengelo, plana yapılan ilave ve cephesi Maderna tarafından tasarlanmıştır. Bernini, meydanın tasarımına başladığında St. Pietro Katedrali önündeki alanın mevcut yapılarla çevrelenmiş olması ve bu yapıların konumu yalın, geometrik bir tasarım yapılmasını imkânsızlaştırmıştı (Roth, 2000, s. 490). Bernini, mevcut çevresel verileri, Barok sanatın düzgün geometrileri bir yana bırakıp sıra dışı formları ön plana çıkararak anlayışıyla yorumlamıştır. Katedral önündeki meydanı 284 sütundan oluşan 23 m. yüksekliğinde, 17 m. genişliğinde üstü tonozlu üç yollu elips biçiminde bir revakla sınırlandırmıştır. Arşitrav üzerinde bulunan 162 ermiş heykelinin en az 22 tanesinin bizzat Bernini tarafından yapıldığı bilinmektedir (Yetkin, 1977, ss. 23,24). Bernini, Vatikan Sarayı'nın var olan yapılarına uyan kolon adları kilisenin müşfik kolları olarak nitelendirmiştir (Roth, 2000, s. 490).



Şekil-2 Bernini, "St. Pietro Meydanı", 1656-1667, Vatikan
Kaynak: Url-2

Barok mimaride kamusal açık alanı oluşturan meydanlar ve yapılar kentsel yaşama dekor olacak biçimde tasarlanmışlardır. Bu bağlamda meydanları oluşturan unsurlar bir tür "kentsel sahne düzenlemesi" olarak görülmüş ve teatral bir etki oluşturacak biçimde tasarlanmıştır. Meydanlar, kentin yaşanan, kentlilerin bireysel alışveriş içine girebildikleri kamusal merkezleri olmaksızın büyük kentsel aksların süslü buluşma noktaları olmuşlardır (Ergin, 1998, s. 45). Söz konusu teatral dekor etkisini pekiştirebilmek adına meydan tasarımlarında heykellere, su ögesi ile heykel kompozisyonlarının iç içe geçtiği çeşme tasarımlarına yer verilmiştir. Roma'nın en tanınan meydan çeşmelerinden biri olan Dört İrmak Çeşmesi (Şekil-3) Bernini tarafından 1648-1651 yılları arasında yapılmıştır. Sanatçının kamusal mekân tasarımı ölçeğinde hayata geçirdiği bu çalışma, Piazza Navona'da bulunan bir dikilitaşın etrafına yer almaktadır. Çeşme tasarımının merkezinde yer alan heykeller, dört büyük nehrin [Tuna, Nil, Ganj,

Rio de la Plata] sembolik figürleriyle süslüdür. Bernini, tasarımında kompozisyonu oluşturan figürlerin dikilitaş ve su öğeleriyle bütünleşmesine, kentteki bir meydanın merkezinde yer alan bu yapının her yönden farklı bakış açıları sunmasına ve bakan kişide etrafında dönüp dolaşarak tamamını algılama isteği uyandırmasına özen göstermiştir.



Şekil-3 Bernini, "Dört Irmak Çeşmesi", 1648-1651, Piazza Navona, Roma
Kaynak: Url-3

Kamusal açık alandan kapalı mekâna gelindiğinde, Bernini'nin mimari ve heykel sanatının ara kesitinde tasarladığı bir yapı örneği St. Pietro Kilisesi içinde yer alan Baldaken'dir (Şekil-4). 1624-1633 yılları arasında hayata geçirilmiştir. İçinde bulunduğu ortamda anlık bir görüntüyü donduran, içinde bulunan, izleyen, mekânı deneyimleyen kişiyi zamanın akışı içerisindeki bir ana taşıyan bu yapı, bir nevi sahne tasarımı niteliğinde biçimlenmiştir. Üst kısımdaki püsküllü saçaklar rüzgârda havalanıyormuş izlenimi verecek şekilde gelişigüzel yerleştirilmiştir. 29 m. yüksekliğindedir. Geleneksel, geçici altar formunu kalıcı bir hale getirmiş ancak bunu yaparken barok mimarinin hareketliliğini, devingenliğini, teatral formunu da ortaya koymuştur.



Şekil-4 Bernini, “*Baldaken*”, 1624-1633, St. Pietro Kilisesi içinde, Roma
Kaynak: Harris, 2008, s. 99

Bernini'nin mekân tasarımından tekil obje (heykel) tasarımına geçişin ara kesitinde tasarladığı Roma'daki Santa Maria della Vittoria Kilisesi bünyesindeki Cornaro Şapeli sanatçının teatral tasarım anlayışının bir uzantısıdır. Odağına Azize Terasa figürünün yontulduğu heykeli konumlandıran bu tasarım yan duvarlardaki localar, mermer kaide ve fresklerle desteklenmiştir. Şapelin üst kısmında Bernini tarafından tasarlanan dalgalı bulutların ve meleklerin yer aldığı; Azize Terasa'nın üstüne göğün açıldığı illüzyonunu yaratan bir fresk bulunmaktadır. Yan localarda şapelin banisi olan Cornaro ailesinin fertleri resmedilmiştir. Merkezde ise mermer bir yapı içerisinde “Azize Teresa'nın Vecdi” Heykeli bulunmaktadır (Şekil-5). Heykel ve içinde bulunduğu şapel 1645-1652 yılları arasında inşa edilmiştir. Heykel, Azize Teresa'nın kendi günlüğünde anlattığı bir anısdan yola çıkarak yapılmıştır. Meleğin altın oku ile kendinden geçen Teresa, Tanrı aşkı ile yanmaktadır. Bir açıdan bu heykel, “Apollo ve Daphne” heykeli ile mukayese edilebilir. Her ikisinde de Tanrı'nın bir bakireye dokunuşu anlatılmaktadır. Birinde görünmeyen Tanrı melek aracılığıyla, diğerinde ise cismani bir Tanrı bizzat kendi dokunur. Her iki heykel de bir coşku anını anlatmaktadır.



Şekil-5 Bernini, "Azize Teresa'nın Vecdi", 1645-1652, Cornaro Şapeli, Santa Maria della Vittoria, Roma
Kaynak: Harris, 2008, s.110

Tekil obje (heykel) ölçeğine gelindiğinde bu makale kapsamında yer verilecek yapıtlar, makalenin konusunu oluşturan "Apollo ve Daphne" heykelinin de dahil olduğu, Kardinal Scipione Borghese'nin Roma'daki villası için sipariş ettiği dört adet gerçek boyutlu heykeldir. "Apollo ve Daphne" heykelinin çözümlenmesine geçilmeden önce, mitolojik ve öyküsel kurgunun bütünlüğünü aktarabilmek adına aynı yapı içinde konumlanmak üzere tasarlanmış diğer üç heykele kısaca değinilecektir. Bu kapsamda tamamı Roma'daki Villa Borghese'de bulunan heykellerin, yapım yılları, malzemesi ve hikâyesi ele alınacaktır.

Söz konusu dört heykel arasında kronolojik olarak ilk yapılan eser "Aeneas, Anchises ve Ascanius" heykelidir (Şekil-6). Heykel, 1618-1619 yılları arasında yapılmıştır. Beyaz mermerden yapılan heykelin yüksekliği 220 cm. dir. Aeneas'ın ailesinin üç farklı nesilden ferdiyi konu almaktadır. Heykelin ikonolojik teması Truva Savaşı'na ve Roma'nın kuruluş hikâyesine dayanmaktadır. Yunanlılar'ın Truva'yı ele geçirmesinden sonra kent yanarken Tanrıça Afrodit, Truvalı savaşçılardan biri olan oğlu Aeneas'a görünür ve Truva'yı hemen terk ederek halkına yeni bir ülke aramasını söyler. Aeneas, yaşlı babası Anchises'i sırtına alıp, sağ kalan az sayıda Truvalı'yla beraber oradan ayrılır. Annesinin sözünü ettiği yeni ülkeyi bulmak için yıllarca denizlerde dolaşan Aeneas ve beraberindekiler sonunda İtalya'ya ulaşırlar. Mitolojik hikâyede yer alan, göç sırasında yanlarında olan Aeneas'ın eşi Creusa'nın heykel grubu içinde yer almaması; kompozisyonun ailenin üç farklı neslini olduğu kadar insan yaşamının üç farklı evresini temsil etmek amacıyla oluşturulduğu izlenimini vermektedir.



Şekil-6 Bernini, “Aeneas, Anchises ve Ascanius”, 1918-1919, Villa Borghese, Roma, (Kaynak: Url-4)

Villa Borghese’de yer alan, Bernini imzasını taşıyan bir diğer heykel 1621-1622 tarihlerinde yapılmış olan “Pluto ve Proserpina”dır (Şekil-7). Carrara mermerinden yapılan heykel 225 cm. yüksekliğindedir. Tanrı Pluto’nun (Hades) Proserpina’yı kaçırıp tecavüz etmesini konu alır. Figürlerin biçimlenişinde Proserpina’nın yüzündeki endişe, kurtulmak için verdiği mücadele, Pluto’ya karşı gösterdiği direnç, bununla birlikte Pluto’nun kaçmaya çalışan kadının bedenine hakim olabilmek için uyguladığı kuvvet, bu kuvvetin kaslarında yarattığı gerilim okunabilmektedir. Dönemin üslubuna uygun biçimde heykel, hareketin en tepe noktasının temsili olarak tasarlanmıştır. Villa Borghese içerisinde heykelin konumlanacağı mekânın seçiminde ilk olarak bu grubun da “Apollo ve Daphne” ile aynı odada sergilenmesi, böylece şehvet düşkünlüğüne karşı verilmek istenen ahlak dersinin kuvvetlendirilmesi düşünülmüştür. Ancak daha sonra farklı bölümlerde sergilenmesine karar verilmiştir.

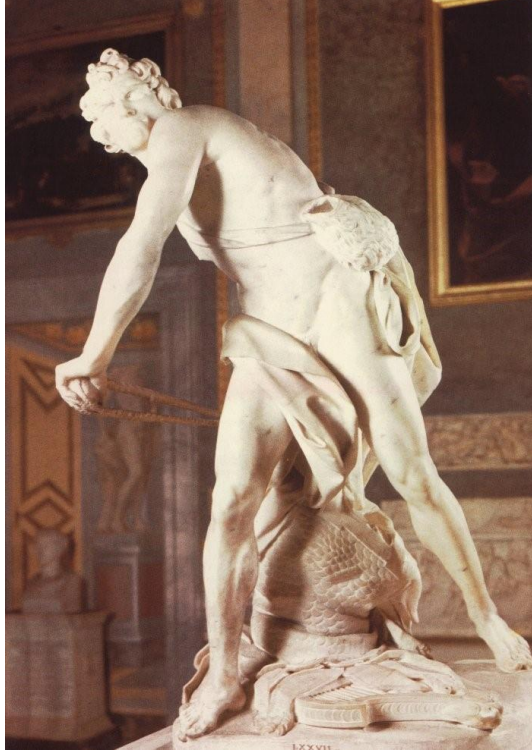


Şekil-7 Bernini, "Pluto ve Proserpina", 1621-1622, Villa Borghese, Roma
Kaynak: Url-5

Dörtlünün kronolojik olarak üçüncü sırada yapılan parçası, yapımına 1623 yılında başlanıp 1624'te tamamlanan Davut heykelidir (Şekil-8). Beyaz mermerden yapılan heykel 170 cm. yüksekliğindedir. Davut ile köle Golyat'ın hikâyesini konu almaktadır. Kompozisyon içinde Golyat görülmemektedir. Figürün bedeni gergin biçimde, düşmanını gördüğü ve ona hamle yaptığı anda canlandırılmıştır. Bernini, hareketin akışını, dinamizmini yansıtabilmek adına Davut'un bedenini yoğun bir kumaş parçası içerisinde göstermiştir. Bu sayede kumaşın kıvrımları ile andaki devinim daha belirgin hale getirilmiştir.

Davut heykeli oldukça sert ve abartılı bir yüz ifadesi ile yapılmıştır. Bernini'nin, Davut'un yüzünü yaparken kendini model olarak kullandığı bilinmektedir. (Hibbard, 1965, s. 54). Yüz ifadesindeki kararlılık ve abartı, hedeflenen zaferin habercisine dönüşmüştür.

Eseri benzer temalı yapıtlardan ayıran en özgün özellik, Tevrat'ta bahsi geçen detayların heykele aktarımıdır. Davut'un boynunda asılı olan çoban kesesi ve sağ elinde tuttuğu sapan bu ayrıntıların örnekleridir (Toluyağ, 2020, s. 274).



Şekil-8 Bernini, "David" (Davut), 1623-1624, Villa Borghese, Roma
Kaynak: Url-6

C. APOLLO VE DAPHNE HEYKELİ

Kardinal Scpione Borghese'nin Roma'daki villası için sipariş ettiği heykeller arasında en son tamamlanan "Apollo ve Daphne" heykeli hareketin ve dönüşümün vücut bulmuş hali olarak ifade edilebilir. Bernini'nin mermeri kullanmadaki ustalığını ortaya koyduğu bu yapıt, Yetkin (1977, s. 44) tarafından "olanı değil, oluşu canlandıran" bir kompozisyon olarak nitelendirilmektedir. Heykel, MÖ.43-MS.17 yılları arasında yaşamış olan Romalı şair Ovidius'un Metamorfozlar kitabındaki dizelerde dile getirdiği Daphne'nin insan formundan çıkıp defne ağacına dönüşümünü görselleştirmektedir:

"Sevgiden kanat takmış seven, hız almış.

Yakalar kaçan kızı sonunda, değerdi soluğu

Uçuşan saçlarına kızım. Tükenmiş kızın gücü,

Ezilmiş bu yorucu koşuştan, sarardı bakınca

Peneid sularına. Korktu. Göster kendini. Yetiş.

Ey baba. Kurtar beni, ey yeryüzü. Varsa senin gibi

Tanrılık gücü ırmaklarının da ... Dönüştür beni.

Kaldır güzelliğimi. Kurtar beni. Bir gevşeme

Başlamış elinde kolunda yavaştan, yakarınca.

İncecik kabuklar örtmüş yumuşacık göğsünü.

Saçları yaprağa dönüşmüş, kolları dallara.

Birer kök olmuş çevik ayakları toprakta." (Ovidius, 1994, ss. 36-37)

1. Biçimsel Özellikleri ve Yapım Süreci

Heykel (Şekil-9), Kardinal Scipione Borghese tarafından Roma'da bulunan villası için sipariş edilmiştir. Heykelin yapımı Ağustos 1622'den Kasım 1625'e kadar devam etmiştir. Carrara mermerinden yapılan heykelin yüksekliği 243 cm. dir.



Şekil- 9 Heykelin farklı açılardan görünüşleri
Kaynak: Url-7

Tablo 1: Yapıt Künyesi

ADI	Apollo ve Daphne
TARİH	1622-1625
SANATÇI	Gian Lorenzo Bernini (1598-1680)
EBAT	h: 243 cm.
MALZEME	Carrara Mermeri
BULUNDUĞU YER	Galleria Borghese, Roma, İtalya
DÖNEM - USLUP	17. yy. – Barok
YAPTIRAN KİŞİ	Kardinal Scipione Borghese

Bernini, heykel grubunu oluşturan figürlerin postürlerini kavisli hatlarla oluşturmuş, bu sayede hareketin hızını izleyiciye geçirmeye çalışmıştır (Şekil-10). Figürler tek bir kütle üzerinde durmaktadır. Daphne'nin ağacın köklerine dönüşen ayakları kütle ile bütünleşmiş durumdadır. Ayakları ağaç

köklerine dönüşürken, bacakları ve gövdesi bir ağaç kabuğuyla kaplanmaktadır. Apollo'nun ise tek ayağı kütle ile birleşmişken, diğer ayağı havadadır. Bu pozisyon koşma eyleminin anlık etkisini vurgulamaktadır. Daphne figürünün başı, gövdesi ve bacakları gergin biçimde bir yay çizerek, karakterin uçarcasına kaçarak Apollo'dan uzaklaşmaya çalıştığı anı görselleştirir. Apollo figürü ise Daphne'yi yakalamak amacıyla ona doğru koşarken bedeniyle Daphne'ye doğru yaklaşmakta, bu arada ağaca dönüşmeye başlamış olan su perisini görmenin şaşkınlığıyla başını geriye atmaktadır. Böylece Apollo'nun başı, gövdesi ve bacakları Daphne'nin bedeniyle uyumlu bir yay çizmektedir. Heykeli oluşturan iki figürde de kullanılan eğrisel vücut duruşu, 17. yüzyıl sanatında sıklıkla rastlanılan bir biçim dilidir. "Serpentinata" adı verilen yilankavi hatların kullanılması, Barok sanatta önemli yer tutan hareket durumunun izleyiciye en etkili biçimde aktarılabilmesi için tercih edilen bir yöntemdir (Conti, 1978, s. 60). Apollo'nun gövdesinin bazı bölümleri bir kumaş parçası ile sarılmışken, Daphne'nin yarı kadın, yarı ağaç bedeni farklı dokularla ifade edilmiştir. Daphne'nin alt bedeni ağaca dönüşerek zeminle bütünleşmiş biçimde daha durağanken; üst bedeni devam etmekte olan dönüşümün hareketliliğini yansıtmaktadır. Saçları uçuşmakta, elleri ve kolları gökyüzüne doğru uzanmaktadır. Saçları ve el parmakları yer yer defne yapraklarına dönüşmüştür. Yüzünde korku ve şaşkınlık dolu bir ifade bulunmaktadır. Apollo'nun gövdesi ise hareketi çok daha etkin biçimde göstermektedir. Bir koluyla Daphne'ye sarılmaktayken, diğer kolu geriye doğru açılarak vücudunun dengesini sağlamaktadır.



Şekil-10 Apollo ve Daphne heykeli geometrik analiz

Roma'daki Galeria Borghese içinde yer alan, heykelin sergilendiği mekânın girişinde heykelin ilk olarak algılandığı açı, üzerine oturduğu dikdörtgen kaidenin uzun kenarının sağ tarafıdır. Heykel, önceleri girişte sağ duvara (arka kısmı duvara bitişik olarak) yerleştirilmiştir. Daha sonra yapılan restorasyonlar sırasında odanın merkezine taşınmıştır. Bu sayede her açıdan çok daha rahat izlenebilmesi sağlanmıştır (Şekil-11).



Şekil-11 "Apollo ve Daphne" odası, Villa Borghese, Roma
Kaynak: Gonzales-Palacios, 1995, s. 530

Ancak heykelin oda içinde yerleştirildiği her iki pozisyonda da izleyicinin ilk karşılaştığı kare aynı kalmıştır. Bu noktadan bakıldığında, Apollo'nun Daphne'yi saran eli ve mutluluktan şaşkınlığa geçen yüz ifadesi görülmektedir. Buradan başlayarak heykelin etrafında dönüldüğünde koşmakta olan iki figürün hareketi, hareketin hızı, Apollo'yu sarmalayan drapelerdeki rüzgâr, hareketin hızından dolayı bedeniyle üstündeki kumaş arasında oluşan boşluktan geçen hava ve artık neredeyse tamamen bir ağaca dönüşmüş olan Daphne görülmektedir. Heykelin arka yüzü de en az önü kadar incelikle çalışılmıştır (Şekil-12).

Passeri gibi dönemin bazı eleştirmenleri, heykelin arka tarafındaki saç ve yaprak detaylarının Bernini'nin asistanı olan Giuliano Finelli tarafından tamamlanmış olabileceğini belirtmekteledir. Buna kanıt olarak da, bu sırada Bernini'nin St. Pietro'daki Baldaken'in inşası ile ilgilenmesini göstermekteledir (Harris, 2008, s. 91). Heykel, Roma'da bulunan Villa Borghese'nin zemin katında yer alan, günümüzde heykelin adıyla anılmakta olan dört numaralı odaya ilk yerleştirildiği zaman Bernini'nin arzusuyla arka kısmı duvara dayalı olarak konumlandırılmıştır. Bu durum, söz konusu iddianın doğru olabileceğini düşündürmektedir. Bernini'nin teknik gücünü etkin bir biçimde sergilediği yapıtlardan biri olan "Apollo ve Daphne", Bernini'nin Kardinal Borghese için yaptığı son gerçek boyutlu heykel olmuştur. Söz konusu heykelin tamamlanması sembolik bir biçimde Bernini ile Kardinal

arasındaki ilişkinin dönüşümünü de simgelemektedir. Bu tarihten sonra Kardinal Borghese yavaş yavaş politik gücünü yitirirken, Maffeo Barberini papalığa yükselmiştir. Bernini bundan sonra çoğunlukla Barberini'nin himayesinde çalışmıştır.



Şekil-12 Heykelden detay görüşleri
Kaynak: Url-7

Heykelin sergilendiği odanın tavanında Giovanni Battista Marchetti tarafından yapılan bir fresko ve bu freskonun merkezinde de Pietro Angeletti tarafından 1785 yılında yapılan Apollo ve Daphne konulu bir yağlı boya tablo bulunmaktadır (Şekil-13) (González-Palacios, 1995, s. 533).



Şekil 13 "Apollo ve Daphne" odası tavanı, Villa Borghese, Roma
Kaynak: Gonzales-Palacios, 1995, s. 533

Heykelin yerleştirildiği mermer kaide Agostino Radi adlı bir taş ustasına yaptırılmıştır. Heykelin kaidesi üzerine yerleştirilen yazıt, izleyene aktarmak istediği mesajı da ortaya koymaktadır. Kaideye yerleştirilen yazıttaki iki dize şöyledir (Şekil-14) (Warwick, 2004, s. 357):

"The lover, who would fleeting beauty clasp

Finds bitter fruit, dry leaves are all he'll grasp"

"Her kim ki geçici güzelliğın zevkleri peşinde koşar,

Ancak acı meyveler ve kuru yapraklar kucaklar." (Çeviri: Yazar)



Şekil-1 "Apollo ve Daphne" heykelinin kaidesi üzerindeki yazıt
Kaynak: Warwick, 2004, s. 359)

Barok sanat, gizemli, kesin bir biçimde açığa çıkarılmayan, seyircinin kendi öznel yorumunu yapabilmesine olanak tanıyan bir anlatım dilini kullanmaktadır. Barok dönemde sıklıkla kullanılan vanitasların

¹ bir örneği olan "Apollo ve Daphne" heykelinin kaidesinde böylesi bir açıklama yazısının yer alması; heykelin yerleştirileceği konutun sahibi olan yüksek kademeli bir din görevlisinin bu temayı tercih etme nedenini ortaya koymaya yöneliktir. Heykelin çalışması devam ederken, Kardinal Borghese, Kardinal de Sourdis ve Kardinal Maffeo Barberini (daha sonra papa olmuştur) ile birlikte Bernini'yi atölyesinde ziyaret ederler. Kardinal de Sourdis, böyle çıplak bir kadın heykelinin görenleri rahatsız edebileceğini ve kendisinin asla evinde böyle bir şey bulundurmayacağını söyler. Barberini ise eseri savunur ve bunun aslında ahlaki bir mesaj içermekte olduğunu, peşinde koşulan hazzın aslında asla yakalanamayacağını, yakalansa bile sadece ağızda acı bir tat bırakacağını ifade eder. Bunun üzerine Barberini'nin yazdığı bir kuble heykelin altındaki kaideye yerleştirilir (Warwick, 2004, s. 358).

2. Mitolojik Hikâye

Bir su perisi olan Daphne, nehir tanrısı Peneus'un kızıdır. Babası onun evlenmesini ve kendisine torun vermesini istese de özgürlüğüne son derece düşkün olan Daphne, Artemis gibi kimseyle evlenmemeyi ve bekâretini korumayı arzulamaktadır. Işık tanrısı Apollo, son derece yakışıklı ve

¹ Vanitas: Yaşamın gelip geçici, zevklerin boş, ölümün ise kaçınılmaz olduğunu göstermeyi hedefleyen, sembolik anlamlar barındıran sanat eserleridir.

alımlıdır. Birçok Tanrıça ve ölümlü dişi ona hayrandır ancak Apollo hiç kimseye gönlünü kaptırmaz. Eros'un gücünü hafifsemekte ve onun taşıdığı oklarla alay etmektedir. Bu nedenle ondan intikam almak isteyen Eros bir gün Apollo'yu altın bir okla vurur ve onun Daphne'ye âşık olmasını sağlar. Eros, Daphne'yi ise kurşun bir okla vurur ve zaten bekâret yemini etmiş olan Daphne, Apollo'dan tamamıyla uzaklaşır. Apollo büyük bir aşk ve tutkuyla Daphne'nin peşinden koşmaya, Daphne ise ondan kaçmaya başlar. Apollo tam onu yakalamak üzereyken Daphne son bir ümitle babasına kendisini bu durumdan kurtarması için yakarır. Babası Peneus ise bu yakarıya cevaben onu bir defne ağacına dönüştürür. Apollo tam da Daphne'yi yakalamış ve onun bedenine dokunmuşken genç kızın teninin bir ağaç kabuğuna dönüştüğünü; sevdiğine kavuşmanın verdiği coşkuyla öptüğü saçlarının acı birer yaprağa dönüştüğünü fark eder. Ancak hala hızla atan kalbinin sesini hissedebilmektedir. Bundan sonra defne yaprakları Apollo'nun simgesi olur; kahramanların, şairlerin başlarını defne yapraklarından yapılmış taçlar süsler.

Daphne aynı zamanda "şafak"ı da simgeler. O günden sonra her sabah parlak güneş onu yakalamak için koşar fakat Şafak yakalanmak istemez, kaçır. Güneş onu, ışıklarıyla kucaklamak isterken, o birdenbire güneşin önünde kaybolur (Can, 1997).

Sonuç

İtalyan Barok sanatına farklı ölçeklerde verdiği eserlerle damgasını vuran Bernini, yaşamı boyunca çok sayıda yapıta imza atmıştır. Eserlerinin tamamında, ölçek ve bağlamlarından bağımsız olarak, ön plana çıkan olgu; izleyiciyi / kullanıcıyı devam etmekte olan bir akışın içine çekmektir. Kentsel, mimari ve heykel tasarımlarında donmuş bir durumu değil, devam etmekte olan bir eylemi görselleştirmeyi hedeflemiştir. Bunu başarabilmek adına Barok sanatın öne çıkan unsurlarını; ışık-gölge oyunlarını, kavisli hatları, karmaşık formları ustalıkla kullanmıştır. Kamusal mekân için yaptığı tasarımlar, akmakta olan kent yaşamına en az onun kadar canlı bir dekor oluşturmaktadır. Yaşantı ne kadar hızlıysa, ona ortam oluşturan bu mekânlar da bir o kadar devinim halindedir. Teatral anlatım biçimi, büyük ölçekten küçük ölçeğe tüm eserlerine yansımıştır.

Bernini'nin heykellerinde öne çıkan en önemli özellik, anatomiye yansıtmadaki teknik yetkinliğin yanı sıra, karakterlerin ruh hallerini, duygu durumlarını aktarmadaki ifade gücüdür. Tüm heykellerindeki yüz ifadeleri, postürleri, karakterlerin sahip oldukları duyguları izleyiciye aktarabilmektedir. Bunun yanı sıra bu makale kapsamında ele alınan heykellerin tamamı devam etmekte olan bir hareketi betimlemektedir. Bu etkiyi pekiştirebilmek adına, sanatçı heykelin farklı açılardan bakıldığında eylemin farklı safhalarını ortaya koymasına özen göstermiştir. Bu durum, izleyicide heykeli farklı fiziksel perspektiflerden inceleyerek zamansallığı deneyimleme güdüsü uyandırmaktadır.

Barok sanatın sinematografik olarak nitelendirilebilecek hareket odaklı, coşkuyu, dinamizmi önceleyen ifade biçimi, ışık-gölge oyunları ile ulaştığı derinlik duygusu Bernini'nin "Apollo ve Daphne" heykelinde son derece başarılı biçimde vücut bulmuştur. Barok sanatın simgesi niteliğindeki "hareket" in oluşunun temsili, bu heykelde detaylı biçimde izlenebilmektedir. Bernini, yapıtında bu hareket anını figürlerin bedenleriyle oluşturduğu kavisli hatlarla olabildiğince okunur kılmaktadır. Sanatçı, bu heykelinde de, diğer bir çok eserinde olduğu gibi bir tiyatro sahnesini kurgularcasına, Apollo karakterinin Daphne'ye yaklaşmasını, Daphne'nin çaresizce kaçış anını, yakarışını, bu yakarıya cevaben

bir ağaca dönüşümünü yontu sanatıyla görselleştirmeyi başarmıştır. İzleyici, bir sahne yapıtı izlercesine, taştan yontulmuş figürlerin suretinde dönüşümün hızını, rüzgârını, soluğunu hissetmekte; bir anlamda karakterlerin seslerini duyabilmektedir. Bu niteliği ile Bernini'nin "Apollo ve Daphne" heykeli, bir akışı, bir devinimi taş ile ölümsüzleştirmiştir.

Eserin en önemli başarısı; rüzgârı, ortamı, karakterlerin duygu durumlarındaki değişimi etkili biçimde yansıtabilmesidir. Bernini, 25 yaşındayken yaptığı "Apollo ve Daphne" heykelinde zamanın akışı içinden bir anı çekip çıkarmıştır. Durağan bir figürü değil, seyircinin gözleri önünde metamorfoz geçirmekte olan bir figürü heykelleştirmiştir. İzleyici, heykelin etrafında döndüğünde fiziksel dönüşümü bir film akışkanlığında algılayabilmektedir. Figürler o anı yaşamakta, hatta koşmaktadırlar. Daphne, izleyicinin mekân içindeki devinimiyle aşama aşama bir defne ağacına dönüşmektedir. Ayakları köklere, bacakları ve gövdesi ağacı saran kabuğa, kolları ve saçları ise dallar ve yapraklara evrilmektedir. Ayaklarının altındaki taşlar, kayalar toprakla kaynaşması etkisini kuvvetlendirmektedir.

Bernini'nin özgün ve nitelikli üslubuyla ortaya çıkardığı eserlerin, İtalya'nın 300 yılı aşkın bir süre boyunca Avrupa'nın sanatsal ve entelektüel merkezi olmasını sağladığı ileri sürülmektedir (Hibbard, 1965; Harris, 2008). Bernini'nin bu denli üstün nitelikte eserler verebilmesinin sırrı yaptığı işe duyduğu tutkudur. Oğlu Domenico Bernini'nin babasının hayatını anlattığı kitabında belirttiğine göre, ilerleyen yaşlarında uzun saatler atölyede çalışan Bernini, asistanları ve yakınları tarafından dinlenmesi için uyarılınca onlara şu cevabı vermiştir: "*Beni rahat bırakın, görmüyor musunuz ki aşığıım*". Bu sözler Bernini'nin, Pygmalion hikâyesini anımsatan bir tutkuyla yaptığı işe ve eserlerine bağlı olduğunu gözler önüne sermektedir (Bolland, 2000, s. 324).



KAYNAKÇA

- Bolland, A. (2000). Desiderio and Diletto: Vision, Touch and the Poetics of Bernini's Apollo and Daphne. *The Art Bulletin*, 82(2), 309-330.
- Can, Ş. (1997). Klasik Yunan Mitolojisi. *İnkılap Yayınevi*, 55-57.
- Conti, F. (1978). Barok Sanatı Tanıyalım. *İnkılap ve Aka Kitabevleri*
- Doukhan, I. (2001). Baroque City: The Conception of Time and History. *Academiae Artium Vilmensis*. 21, 263-275.
- Ergin, N. (1998). Heykel ve Çevre İlişkisi [Yayımlanmamış sanatta yeterlilik tezi]. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü
- Farago, F. (2006). Sanat. *Doğu Batı Yayınları*, 99-115.
- González-Palacios, A. (1995). The Stanza di Apollo e Dafne in the Villa Borghese. *The Burlington Magazine*. 137(1109), 529-549.
- Harris, A. S. (2008). *Seventeenth-Century Art ve Architecture*. Pearson Education Inc., 86-113.
- Hibbard, H. (1965). *Bernini*. Penguin Books.
- İpşiroğlu, N. Ve İpşiroğlu, M. (2010). *Oluşum Süreci İçinde Sanat Tarihi*. Hayalbaz Kitap

- Kitson, M. (1966). *The Age of Baroque*. Paul Hamlyn Ltd., 8-70.
- Ovidius. (1994). *Dönüşümler*. Eyüpoğlu, İ. Z. (çev.). Payel Yayınları, 36-37.
- Polat, T. ve Antel, A. F. (2015). Postmodern Cephe Estetiğinde Barok Bir Yöntem Olarak Teatral Anlatım İlkeleri. *Tasarım + Kuram*. 19, 109-122.
- Roth, L. M. (2000). *Mimarlığın Öyküsü*. Kabalcı Yayınevi, 476-523.
- Toluyuş, D. (2020). Geçmişten Günümüze Heykel Sanatında Mitolojik İmgeler. *İdil*. 66, s. 267-282. doi: 10.7816/idil-09-66-09
- Warwick, G. (2004). Speaking Statues: Bernini's Apollo and Daphne at the Villa Borghese. *Art History*. 27(3), 353-381.
- Yetkin, S. K. (1977). *Barok Sanat*. Cem Yayınevi, 9-52.
- Url-1: meisterdrucke.at/kunstdrucke/Gian-Lorenzo-Bernini/289919/ Apollo-und-Daphne,-1622-25 (Erişim Tarihi: 23.03.2020)
- Url-2: wallhere.com/en/wallpaper/ (Erişim Tarihi: 12.03.2020)
- Url-3: thais.it/citta_italiane/roma/fontane/piazze/piazza_navona/pag_01.htm (Erişim Tarihi: 12.03.2020)
- Url-4: https://en.wikipedia.org/wiki/Aeneas,_Anchises,_and_Ascanius (Erişim Tarihi: 15.03.2020)
- Url-5: wikimedia.org/wiki/File:Gianlorenzobernini,_rattodiproserpina,_1621-22,02.jpg (Erişim Tarihi: 20.03.2020)
- Url-6: wikimedia.org/wiki/File:Gianlorenzo_bernini,_david,_1623-24,_02.jpg (Erişim Tarihi: 23.03.2020)
- Url-7: sanatkaravani.com/ruhu-heykele-donusturmek-lorenzo-bernini/ (Erişim Tarihi: 23.03.2020)



KİTAP TANITIMI

GENÇ BİLİMADAMINA ÖĞÜTLER

P. B. Medawar, Çeviren: Nermin Arık

Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2018

 Ayşe GÖKMEN^a



28 Şubat 1915 Brezilya doğumlu olan Sir Peter Brian Medawar 1918'de ailesinin İngiltere'ye taşınması ile hayatının geri kalanını İngiltere'de geçirmiştir. Oxford'da eğitim gören Medawar, University of Birmingham ve University College London da çalışmıştır. Çalışmaları organ nakli uygulamalarında önemli rol oynadığı için 1960'ta Nobel Fizyoloji veya Tıp Ödülü'ne layık görülen Medawar, 1962 de Ulusal Tıbbi Araştırma Enstitüsü direktörü olmuştur. Aynı zamanda Uluslararası Transplantasyon Derneği'nin ilk Başkanıdır. Çeşitli bilimsel yayınlara da imza atan Medawar'ın 1959 tarihli Reith Konferansları "The Future of Man" adıyla yayımlanmıştır. Diğer bazı eserleri; The Art of The Solube (1967), The Hape of Progress (1974) The Life Sciense (1977)'dir. 1986'da yayınlanan son kitabı ise bilimsel isteklerinin ve çalışma hayatının bir açıklaması olan "Memoir of A Thinking" adlı çalışmadır. Bilimle dolu bir hayat yaşayan Medawar 2 Ekim 1987 de, 72 yaşında, Londra da hayatını kaybetmiştir.

Genç Bilim Adamına Öğütler adlı kitap ilk olarak 1994 yılında dilimize çevrilerek Türkçe olarak basıldı. Yazar bu eserinde bilimle uğraşan bir insanda olması gereken nitelikler, bilimsel yaşamı çevreleyen koşullar, araştırma yapılabilecek konular, bilim adamının hâkim olması gereken araştırma yöntemleri ve bilim dünyasına ayak basan insanın karşılaşabileceği mevcut sorunları ele almaktadır.

12 bölümden oluşan kitabın ilk bölümü olan **giriş** bölümünde yazar, dünya da kendisini bilimci olarak nitelendiren binlerce insan olduğunu ve onlara yol göstermek amacıyla bu kitabı yazdığını ifade etmektedir. Bu kitapta bilim sözcüğünü 'araştırma' anlamında kullanmaktadır. Çünkü bu kitap sadece bilim adamlarına değil araştırma faaliyeti yürüten herkese hitap etmeyi amaçlamaktadır.

Yazara göre tek bir bilimci tipi yoktur. Ancak bilimci olmak isteyen herkes bilimci olmaya uygun değildir. "**Bilimsel araştırmacılığa uygun olup olmadığını nasıl anlayabilirim?**" adlı ikinci bölümde yazarın bu konuya ilişkin görüşleri yer almaktadır. Yazara göre bunu önceden belirlemenin kesin bir

^a Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu İlahiyat Fakültesi, ayseemurat@gmail.com

yolu yoktur. Kişi, bilimci olmak isteyip istemediğini anlayana kadar işe devam etmelidir. Eğer Freud'un Okyanus duygusu dediği keşfetmenin coşkusunu bir kere yaşarsa, zaten bilimci olmaktan kolayca vazgeçemeyecektir.

Bilimsel araştırmacılığa uygun olup olmamakla alakalı diğer iki konu: merak ve zekadır. Akılcılık, bilimsel çalışmanın temel kaynağının merak güdüsü olduğunu savunur ancak yazara göre bu hiçbir zaman yeterli bir neden değildir. Bilimsel çalışmayı esasen pekiştiren şey, rahatsız edici bir olay açıklanabildiğinde bir şeyin anlaşılması olmasının verdiği tatmindir. Ayrıca bilim insanı olmak için çok zeki olmak gerekmez. Düşünsel hayata ilgi duymak, sağduyu sahibi olmak, çalışkanlık, odaklanabilmek, özen, yılmamak ve sebat önemlidir. Bu nedenle araştırmacı adayı yeterince bilgi ve beceri sahibi olmadığını düşünerek meslekten vazgeçmemeli, öğrenmeyi denemelidir. Araştırma faaliyetine ilgi duymadığını ve sıkıldığını hisseden kişi ise herhangi bir suçluluk hissine kapılmadan bu işi bırakmalıdır.

Araştırmaya devam etmeyi tercih eden bireyin sıradaki problemi araştırma konusu seçimidir. Bu konu **“Hangi konuda araştırma yapmalıyım?”** adlı üçüncü bölümde ele alınmaktadır. Yazara göre birey öncelikle yanında çalışılacak kişiyi seçmelidir. Bunun için en kolay yol, eğer bulunduğu yerden çalışmaktan memnunsa en yakınındaki kişiyi seçmektir. Çalışılacak kişi seçildikten sonra, üzerinde çalışılacak konu seçmelidir. Seçilecek konu ya da problemin ilginç olmasının yanı sıra, konuyla alakalı olarak yapılacak araştırma, bilim ve insanlık için önemli olmalıdır. Ancak araştırmacı kariyeri boyunca aynı konuya takılıp kalmamalı, farklı konularda da üretken olmalıdır.

Konu seçiminden sonra kişinin karşılaştığı soru dördüncü bölümde ele alınan **“Bilimci veya daha iyi bir bilimci olmak için kendimi nasıl hazırlayabilirim?”** sorusudur. Bu soruya yazar, öncelikle **“aşırıya kaçmadan okumak”** cevabını vermiştir. Çünkü kitaplara aşırı bağımlılık hayal gücünün sınırlar. Araştırmada ilerlemenin en iyi yolu ise onunla uğraşmaktır. Çünkü bazı sonuçlar elde etmek kişinin kendine olan güvenini yerine getirdiği için psikolojik olarak çok önemlidir. İleride dönüp baktığında bu kadar bilgi eksikliği ile araştırma yapmaya kalkıştığı gören araştırmacı bunu ne cüretle yaptığını düşünebilir. Ancak yapılması gereken budur.

Daha iyi bir bilimci olma yolunda bireyin karşılaşılabileceği durumlardan biri ayrımcılıktır. Bu konu, **“Bilimde cinsiyet ve ırk ayrımı”** adlı beşinci bölümde incelenmiştir. Yazara göre bilim dünyasında kadınlara fırsat verilmesinin asıl nedeni, toplumun yalnızca %50'sinin zekâ ve becerilerinin kullanılmasının yeterli gelmediği gerçeğidir. Becerilerini bilim yapmak yönünde kullanmayı tercih eden kişi, kadın-erkek fark etmeksizin bilimi öncelik haline getirir. Bu nedenle bir bilimci ile evlenmeyi göze alan kişi, eşinin iş yaşamında evdeki yaşamından hep daha ön planda gelen çok güçlü bir tutkunun esiri olduğu gerçeğini kabullenmelidir. Bazen çiftlerin birlikte bu kararı vererek araştırma yaptığı görülür. Bu karı-koca ekipleri başarısız olacakları gibi çeşitli önyargılarla karşı karşıyadır. Çalışma bakımından kadınların erkeklerden yapısal olarak farklı olduğu düşüncesi ise ırkçılığın farklı bir ifade şeklidir.

Yazar konuya, altıncı bölüm de **“Bilimsel yaşamın farklı yönleri ve davranışları”** konusu ile devam etmektedir. Ona göre insanlar bilimle uğraşan bireyler hakkında şu iki kanıdan birine yönelirler: bilimcinin herhangi bir konudaki fikri ya çok değerlidir ya da tamamen değersizdir. Bunu aşmak için en

iyi formül kişinin, her konuda değil belli bir konuda uzman olduğunu belirtmesidir. Ayrıca toplum tarafından, bilimle uğraşan insanların kültürel faaliyetlerde daha geride kaldığı düşünülür. Kültür konusunda kendisini küçümsemiş ya da yetersiz hisseden bir bilimci ya bu dünyadan tamamen uzaklaşarak teselli bulur ya da çok bilmiş davranır. Bu kötü bir intikamdır.

Bir bilimcinin özellikle de gerekmediği halde, bilimin bütün sorulara yanıt verdiğini veya verebileceğini de iddia etmemesi gerektiğini ifade eden yazar, bilimin insanların değerli bulduğu şeylerin değerini azaltmaya çalıştığı yolundaki görüş karşısında bilimi savunmaktadır. Ona göre her şeyden bilimi sorumlu tutanlar olsa da neyin faydalı neyin zararlı olduğunu ortaya koyan yine bilimdir. Hatta, insanların büyük bir kısmının bilime pek ilgi duymaması bazen bilimle uğraşan insanları üzer. Kendini çalışmalarına iyice kaptırarak kendinden geçen bir araştırmacı aynı doyum ve mutluluğu yaşamayan insanlar için üzüldür.

Bilimsel yaşamın bir diğer yönü iş birliği ilişkileridir. Yazar'a göre iş birliği ruh cömertliği gerektirir. Bir şeyleri tek başına ortaya koymayı hayal eden ve iş arkadaşlarını kıskanıp onları takdir etmeyen bir kişi ortak çalışma yapmaya uygun değildir. Tek başına çalışması herkes için daha iyi olabilir. Birçok bilimci tek başına çalışıp daha başarılı olmaktadır. Yazar ayrıca burada teknisyenlerin bazı teorik ve pratik işleri iş birliği içinde oldukları akademisyenlerden genellikle daha iyi yaptığını, bu nedenle onları angarya işleri yapan sıradan işçiler olarak görmemek gerektiğini ifade etmektedir.

Bilimsel yaşamın diğer bir yönü anlaşmalardan doğan yükümlülüklerdir. Bilimcinin işverenine karşı anlaşmadan kaynaklanan bazı sorumlulukları olsa da bu durum kişinin vicdanının sesini dinlemesine engel değildir. Unutulmamalıdır ki bütün önlemler alınsa da bilimci olguların saptanmasında hata yapabilir. Hata gecikmeden kabul edildiğinde mazur görülebilir ancak hatayı kabullenmek zor olabilir. Çünkü bazı bilimciler teorilerine aşırı hayran olurlar ve deneylerin düşündüklerinin aksini kanıtlamasını kabul etmekte zorlanırlar. Bu konu da yazarın bilimciye öğüdü: "Bir hipotezin doğru olduğu kanısının çok güçlü olması onun doğruluğunun göstergesi değildir." şeklindedir.

Bilimsel yaşamla ilgili diğer bir nokta yaşam tarzıdır. Yaratıcı olmak için bilimcinin kitaplara laboratuvarlara ve diğer bilimciler ile beraber olmaya, sakin ve sorunsuz bir yaşam biçimine gereksinimi vardır. Zira yazara göre "Bilimci kendi kulağını kestiğinde kimse bunu yaratıcılığın mutsuz ıstırapı olarak yorumlamaz."

Bilimsel yaşamda öncelik konusu da önemlidir; çünkü fikrin sahibine kalan tek şey, onu ilk düşünen kişi olması şerefidir. Bilim alanında sahiplenme, gizlilik ve bencillik hoş görülmemeyen özelliklerdir ancak hak edilen bir şey için gurur duymak yanlış değildir. Başkalarına bir şey anlatmayacak kadar kurnaz ve şüpheli olan bir bilimcinin kendisi ise bir şey öğrenemez. Bilimciler bildiği her şeyi herkese anlatmalıdır.

Bilimsel yaşam içerisindeki en önemli konulardan biri bilimcinin itibarını azaltan bilimcilik sanatıdır. Örneğin çalışma hakkında yalancı izlenim yaratmak, teknik ayrıntıları saklamak, hiçbir kanıtı yeterli bulmayan aşırı eleştirel bir tavır takınmak, pür ve uygulamalı bilimler arasında bir üstünlük ayrımı yapmak bilimcilik sanatıdır. Bir bilimci durmadan eleştirmekten sakınmalı ancak sesini çıkarması

gereken durumlar karşısında da sessiz kalmamalıdır. Ayrıca bilim adamları bir deneyin sonucuna yönelik taraf tutmamalıdır. Çift kör deneyler bu sebepten yapılır. Böylece objektif bir değerlendirme yapılabilir.

Bilimsel yaşam hakkında önemli noktalara değindikten sonra yazar, “**Daha genç ve daha yaşlı bilimciler**” isimli yedinci bölümde bilimciler hakkında bilgilere yer vermektedir. Ona göre aşırı kibir ve yükselme hırsı parlak genç bilimci için gençliğin tuzaklarından biridir. Bu suçları işlemek büyük bir günah olmasa da aşırı hırslı olmamak gerekir. Zira bilime katkı yapma yaşı erken orta yaş dönemine denk gelmektedir. Ancak orta yaş ve daha yaşlı kesim, kendi düşüncelerinin doğruluğuna duydukları aşırı güven nedeni ile genç bilimcilerin düşmanlık beslemesine neden olabilirler.

Kıdemli bilimciler zamanla bilimin ilerlemesine katkıda bulunabilmek için yöneticiliğe yönelebilirler. Yoğun çalışma isteyen üst düzey yönetim başka bir işe uğraşmaya olanak tanımayacağı için bu çoğu zaman araştırma faaliyetine son vermek demektir. Yazar kıdemlilerinin araştırmaya kafa yormak için ayrı bir vakit ayırmayı neden istediklerini anlayamadığını, buna gerek olmadığını zira başka bir şeyle meşgul olmadığı her an zihnin probleme kendiliğinden yöneleceğini ifade etmektedir.

Yazar genç ve yaşlı bilimcilere değindikten sonra sekizinci bölümde bilimsel araştırmanın “**Sunum**”unun nasıl yapılması gerektiğinden bahsetmektedir. Zira bilimsel araştırma, sonuçları açıklanmadan önce bitmiş sayılmaz. Genç bilimci bilimsel toplantıda tebliğ sunmadan önce kaygısını azaltmak ve hitabetini geliştirmek için arkadaşları arasında bir deneme yapmalıdır. Tebliğ yazılı metinden okunarak sunulmamalı, kısa notlar tutmadan konuşma yapılmamalı, ağırbaşlı ve ölçülü bir üslupla teknik konularda gereksiz ayrıntılara girmeden ve süreyi de gözeterek sunum tamamlanmalıdır. Konuşmacının söyleyeceklerini önceden hazırladığını gösteren işaretler dinleyicilere saygı gösterildiğinin anlaşılmasını sağlar. Çoğunlukla dinleyici de konuşmacıya saygı duyar ancak konuşmacıdan bağımsız nedenlerle uyuklayanlara rastlanabilir.

Makale yazmak da bir sunum şekli sayılabilir. Makale yazmak zaman aldığı için ve öğrenme süreci gerektirdiği için bilim insanlarına en başta korkutucu gelir. Ancak yazmayı öğrenmek için okumak, iyi örnekleri incelemek ve alıştırma yapmak gerekir. Ayrıca makale yazılırken, tekniği iyi olan makaleler örnek alınmalı, makalenin kime hitap ettiğine karar verilmeli, özete gereken özen gösterilmeli ve kaynak listesi yeterli uzunlukta olmalıdır. Unutulmamalıdır ki iyi makaleler genelde kısa ve öz yazılır, makale de gereksiz ayrıntılardan kaçınılır. Yazara göre; “İyi bir yazar hiçbir zaman okuyucuya kırık cam parçaları üzerinde çıplak ayakla yürüyormuş hissini vermez.” İçeriğine oranla uzun olan makaleler ve metinde geçmeyen isimlerin referans listesine konması veya konmaması makalenin reddedilme sebebidir.

Yazar sunum şekillerini anlattıktan sonra “**Deney ve keşif**” bölümünde araştırma faaliyetlerinin yapısı hakkında bilgi vermektedir. Yazara göre iyi bir deney zekice planlanıp ustaca uygulanmış bir deney değil, kesin sonuç veren bir deneydir. Ona göre deneysel olmayan araştırma faaliyetleri bilimsel değildir. Deneyler ise 4'e ayrılır: Bacon tarzı deney, Aristoteles tarzı deney, Galileo tarzı deney, Kant tarzı (düşünsel) deney. Deneyler gibi keşifler de çeşitli yollarla gerçekleştirilebilir. Keşifleri

gereğinden çok önemsememek gerekir ancak bir bilimci dünyaya katkı sağlamadan sadece bilgi toplayarak başarılı olamaz.

Başarılı bir şekilde katkı sağlayan bilimsel çalışmalar ise elbette ödül kazanacaktır. Bu konu “**Ödüller ve kazançlar**” adlı onuncu bölümde ele alınmıştır. Bilindiği gibi Royal Society ve Nobel Barış Ödülü oldukça ünlüdür. Ancak yazar, ödül beklentisinin araştırmacıları olumsuz etkileyebileceğini ifade etmektedir. Bu tarz ödülleri hak ettiğine inanan araştırmacı, bir ödül kazanmadığı takdirde hem mutsuzluk ve hayal kırıklığı yaşar hem de yöneticilerin gözünden düşerek işini kaybedebilir. Bilim insanları ödül kazanmayı umut ederek çalışılabilir ancak sınava hazırlanır gibi çalışarak ödül sahibi olmak doğru değildir.

Peki bilimsel süreç nasıl olmalıdır? Yazar bu sorunun cevabını “**Bilimsel süreç**” bölümünde şu şekilde açıklanmaktadır: Bilim insanları bilimsel çalışmalarını gözlem ve deney yoluyla gerçekleştirirler. Elinde bir araştırma problemi olan genç bilimci sadece bilgi toplayarak problemi çözemez. Bu nedenle deney yoluyla basitçe sınanabilecek hipotezler ortaya atılır ve deney yapılır. Deney sonucunda hipotez doğrulanabilir ya da yanlışlanabilir. Bu yöntem klasik tümevarımın bilgi toplama ve sınıflandırmasından daha farklıdır. Dolayısıyla Popper’ın önerdiği değilleme ya da yanlışlama kavramı, ispat yönteminden çok daha güçlü bir yöntemdir. Ancak bazen bu ispatlama veya yanlışlama yöntemleri ile her şeye cevap bulunamayabilir ve bazı problemler çözülemeyebilir. Popper ve Eccles’e göre beyin ve akıl arasındaki bağlantı çözülemeyen problemlere örnektir. Ayrıca bilimcinin hipotezini değerlendirirken kullandığı ölçüt, dönemin paradigması olmalıdır. Paradigma ile uyum içinde çalışan bilimci bilmeceleeri çözebilir.

Bilimsel hayatta sürekli devrimler vardır. Paradigma zamanla yerini başka bir paradigmaya bırakabilir. Laboratuvarda yapılan bilimde her şey sürekli değişim içindedir. Sosyal bilimlerde ise değişim daha yavaştır. Ancak her halükârda yeni bir paradigma ortaya çıkana kadar eski paradigma hüküm sürer.

Bilimde yöntem konusunda titizlik söz konusudur. Dolayısıyla kişi gözlem ve deney yoluyla test ettiği hipotezin sonucunu değerlendirirken yanlı davranmayacak kadar iradeli olmalıdır. Hatasında direnebilmesini engelleyebilecek eleştirilerde bulunabilmelidir.

Son olarak “**Bilimsel meliorizm, bilimsel mesianizm**” konusu kitabın 12. ve son bölümüdür. Yazar bu bölümde bilimcilerin düşünce yapısını ve yaşama amacını ele almıştır. Ona göre bilimle uğraşanlar iyimser ve ütöpik olsalar da var olma nedenlerini yok edecek kadar iyimser değillerdir. Ütöpiklerdir, çünkü daha iyi bir dünyanın var olabileceğine inanırlar. Bu düşüncenin zıttı olan Arcadian düşünce ise geleceğe değil geçmişe bakar ve eski günlerin tekrar yaşanabileceğine inanır. Bilimsel gelişmeler günümüzde bu düşüncüyü hem daha az olası hem de daha çekici kılmıştır.

Bilim insanları ister geleceği ister geçmişini düşlesin, onlar için yaşamak demek, sadece yaşamak değil bir şey uğruna bilim uğruna yaşamak demektir. Bu inanca bilimsel mesianizm denir. Bu inanca sahip olan bilim insanlarına göre daha iyi bir dünya bilimin yardımıyla mümkün kılınabilir. Bilimsel meliorisme göre ise genç bilimciler bilimin insanlığın yararına olacak değişimlere yol açacağını

düşünerek önemli katkılarda bulunabilirler. Ancak bu durum geçmişteki refah ve barışı geri getirmeye yetmeyecektir.

Sonuç olarak Genç Bilim Adamına Öğütler kitabının genç araştırmacılar için kılavuz niteliğinde bir baş ucu kitabı olduğu söylenebilir. Yürüdüğü yolda zorluklarla karşılaşan araştırmacı Medawar'ın bilgi, tecrübe ve akademik birikiminin meyvesi olan bu kitaptan oldukça faydalanabilir. Bilimle uğraşan insanların bilim dünyasında karşılaşabileceği durumları ve yapması gerekenleri ele alan bu kitap genç bilimcinin problemlerini çözmesinde, araştırmalarını yürütmesinde ışık tutacağı gibi; deneyimli bilimcilere de genç araştırmacıları yetiştirirken dikkat edilmesi gereken noktaları hatırlatacaktır.




BOOK REVIEW

LANDSCAPE PAINTINGS OF NEW ZEALAND: A JOURNEY FROM NORTH TO SOUTH

Christopher Johnstone

Godwit Publishing, 2006

 Ufuk Çetin^a



This book is about landscape paintings of New Zealand. It explains the history of it. The book contains one hundred thirty- five paintings from early colonial art to the work of the latest contemporary painters of New Zealand. There are well-known artists like Colin McCahon, Peter Siddell, Dick Frizzell, Doris Lusk, Rita Angus, John Gully, and lots of more new names from New Zealand like Archibald Nicholl, Max Walker, Cedric Savage and Politico Mac Diarmid. In each part of the book, a new painter is mentioned with his or her biography, artistic style and samples of their works. Each painter helped to shape painting art of New Zealand up to now.

It is an academic book for everybody, especially those interested in painting in New Zealand. It shows New Zealand art history through painters and painting samples with words and thoughts of all of the artists written about in the book by themselves. Moreover, it gives the psychology behind an artist's response to the land and an interweaving history by new information on the art and New Zealand culture. It also presents the social, cultural, historical aspects of New Zealand through art. Johnstone is searching hardships first artists experienced in actually reflecting the landscape, and how the Depression and war years meant many artists continued to use watercolours while quality canvases and paper proved hard to obtain in the book.

Furthermore, the book says before British colonization started in 1840, nomadic artists had travelled to New Zealand sea shorelines and recorded their impressions in sketches to take home. Artists surveyed their country, recording its features, locating land appropriate for agreement and inspiring emigration. Often those works had been despatched lower back to Britain as exposure approximately to New Zealand.

^aÖğr. Gör. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, ucetin@nku.edu.tr

The book also explains that travel, unique cultures and exclusive lands attracted different artists to New Zealand. As Britain has become greater business and urban, a few human beings followed nostalgia emotions for locations untouched with the financial modifications of the time. Faraway New Zealand, and mainly its mountains, attracted new people. These journeys or wandering artists recorded what they noticed and frequently published books about their observations and experiences. According to their observations, they also explain how they produced their paintings in the book. Besides, we learn that New Zealand fashion of portraying started to emerge in the 1930s and 40s. There has been a growing call for by critics like James Shelley (1884–1961) and A.R.D. Fairburn (1904–57) for painters to pay extra interest to neighbourhood subjects. What advanced become a New Zealand fashion of regionalism this is characterized through a preoccupation with region and neighbourhood identity in the country.

The book continues with a panorama tradition that means most artwork produced in nineteenth and early twentieth-century New Zealand had been landscaped. The primary purpose became now no longer always to create works of artwork; however, as an alternative to offer records approximately the locations depicted.

Lastly, the book summarizes travelling, and settler artists added to New Zealand European theories and practices and superimposed those at the New Zealand panorama. Well into the 20th century, artwork made in New Zealand became slightly awesome from that of Europe simplest the problem relies of human beings and area differed. Furthermore, paintings are composed of factors touching on primary categories in New Zealand like topographical, the romantic or sublime, picturesque, and the ideal. The book is a journey on New Zealand painting from past to contemporary painters with famous and infamous painters with historical information of the development of New Zealand painting as well.

