

ISSN:2146-5975

DÜZCE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DERGİSİ

Yıl: 2021

Cilt: 11

Sayı: 1



DÜZCE ÜNİVERSİTESİ**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ**

Journal of Düzce University Institute of Social Sciences

Sahibi/Owner**D.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına**
Enstitü Müdürü Prof. Dr. Zafer AKBAŞ**Editörler/Editors**

Prof. Dr. Nigar DEMİRCAN ÇAKAR

Prof. Dr. Marika ODZELI

Prof. Dr. Shahram YOUSEFIFAR

Prof. Dr. Zafer AKBAŞ

Doç. Dr. Mykhaylo YAKUBOVYCH

Doç. Dr. Yusuf ÖCEL (Baş Editör)

Mizanpaj Editörü/Layout Editor

Doç. Dr. Üyesi Yusuf ÖCEL

Alan Editörleri/Field Editors

Prof. Dr. Marika ODZELİ (Eğitim-Tiflis İvane Javakhişvili Devlet Üniversitesi)

Prof. Dr. Shahram YOUSEFIFAR (Tarih-Tahran Üniversitesi)

Doç. Dr. Ali ERTUĞRUL (Tarih-Düzce Üniversitesi)

Doç. Dr. Recai ÖZCAN (Edebiyat-Düzce Üniversitesi)

Doç. Dr. Eugene KENNEDY (Eğitim-Louisiana State University)

Dr. Öğr. Üyesi Hakan ÖZAK (Eğitim Bilimleri-Düzce Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Faruk Kerem ŞENTÜRK (İşletme-Düzce Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan KUYUMCU VARDAR (Eğitim Bilimleri-Düzce Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Olesia ZHDANOVYCH (Tarih-Taras Shevchenko National University of Kyiv)

Dr. Öğr. Üyesi Thawee NUMSAKULWONG (Eğitim-Rajamangala University of Technology)

Yayın Kurulu/Scientific Committee

Prof. Dr. Nigar Demircan ÇAKAR (İşletme-Düzce Üniversitesi)

Prof. Dr. Marika ODZELI (Eğitim- Ivane Javakhishvili Tbilisi State University)

Prof. Dr. Roin MALAKMADZE (Tarih-Batumi Shota Rustaveli State University)

Prof. Dr. Shahram YOUSEFIFAR (Tarih-Tahran Üniversitesi)

Doç. Dr. Daryoush RAHMANYAN (Tarih-Tahran Üniversitesi)

Doç. Dr. Recai ÖZCAN (Edebiyat-Düzce Üniversitesi)

Doç. Dr. Ali ERTUĞRUL (Tarih-Düzce Üniversitesi)

Doç. Dr. Eugene KENNEDY (Eğitim-Louisiana State University)

Doç. Dr. Mykhaylo YAKUBOVYCH (İlahiyat-The National University of Ostroh)

Doç. Dr. Yusuf ÖCEL (İşletme-Düzce Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Faruk Kerem ŞENTÜRK (İşletme-Düzce Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan KUYUMCU VARDAR (Eğitim Bilimleri-Düzce Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Hakan ÖZAK (Eğitim Bilimleri-Düzce Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Olesia ZHDANOVYCH (Tarih-Taras Shevchenko National University of Kyiv)

Dr. Öğr. Üyesi Thawee NUMSAKULWONG (Eğitim-Rajamangala University of Technology)

Bilim ve Danışma Kurulu/Science and Advisory Board

Prof. Dr. Abdullah Adıgüzel	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah Yılmaz	Anadolu Üniversitesi/Açıköğretim
Prof. Dr. Abdulvahap Baydaş	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet İncekara	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Karadağ	Yozgat Bozok Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Şen	İsyanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Atilla Yüksel	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Aziz Kutlar	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Burhanettin Zengin	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent Bakar	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Cahit Aydemir	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Cem Saatçioğlu	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Engin Aslanargun	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Enver Bozdemir	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Gülsüm Akalın	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Habib Yıldız	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Erkuş	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Kahyaoğlu	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hamit Saruhan	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza Ateş	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Kağan Keskin	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin Karakayalı	Manisa Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Bakırtaş	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. İlhan Genç	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. İzzet Kılınç	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Kahraman Çatı	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil Unur	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kaoru Yamaguchi	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Kazım Yoldaş	Bursa Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut Kartal	Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Akif Öncü	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Selami Yıldız	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Akkuş	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin Halis	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Genç	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Taşdan	Kafkas Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Aykaç	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Cahid Üngan	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Nadir Eroğlu	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nigar Demircan Çakar	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan Akınoğlu	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan Batman	Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Recep Kök	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi Altunışık	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Said Kınır	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Salih Durer	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Selami Özcan	Yalova Üniversitesi
Prof. Dr. Seyfettin Erdoğan	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman Çaldak	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman Göksoy	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Turan Öndeş	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur Selçuk Akalın	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Yakup Bulut	Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Tuna	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer Akbaş	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Abdurrahman İlğan	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Ertuğrul	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Atıf Akgün	Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Aylin Koç	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Bekir Zakir Çoban	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Burhan Kılıç	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Fahriye Hayırsever	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Üyesi Filiz Evran Acar	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Furat Akdemir	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Gökhan Arı	Bursa Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan Murat ARSLAN	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Harun Çağlayan	Kırıkkale Üniversitesi
Doç. Dr. İstemi Çömlekçi	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Levent Gelibolu	Kafkas Üniversitesi
Doç. Dr. Lütfi Atay	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Muammer Mesci	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Nanuli Katcharava	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz Kara	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz Türkay	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem Balaban	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Öznur Bozkurt	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Pınar Pınarcık	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Ramazan Arslan	Bartın Üniversitesi
Doç. Dr. Ramazan Yanık	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Recai Özcan	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Semra Aktaş Polat	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Doç. Dr. Süleyman Ağraş	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Üyesi Şule Ay	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Yunus Emre Taşgit	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Yusuf Öcel	Düzce Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Abdulhamit Eş	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Arif Güngör	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cafer Erhan Bozdağ	İstanbul Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Çetin Yılmaz	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Dilek Herkmen	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih Aydın	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fehmi Altın	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hakan Özak	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Akkaş	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Sona	Yıldız Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Aytekin	Gaziantep Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Akın	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Bayat	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Yüksel	Ordu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seyda Faikoğlu	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yavuz Cankara	Bilecik Üniversitesi

Yazışma Adresi

Düzce Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
81620 Konuralp Yerleşkesi
Düzce/TÜRKİYE
Tel: (0380) 542 14 37
Fax: (0380) 542 14 38
e-posta: sobe@duzce.edu.tr

Corresponding Address

Duzce University
Institute of Social Sciences
81620 Konuralp Campus
Duzce/TURKEY
Phone: (0380) 542 14 37
Fax: (0380) 542 14 38
e-mail: sobe@duzce.edu.tr

Dergi yılda iki sayı olarak elektronik ortamda yayımlanır. <http://dergipark.gov.tr/dusbed> adresinden dergiye ilişkin bilgilere ve makale özetlerine ulaşılabilir. Dergi Index Copernicus, Arastirmax, Academic research index, Scientidic indexing service, Asos, Sobiad dizinlerinde taranmaktadır. Yazarlar, basılı ya da elektronik formatta yer alan resimler, tablolar ya da diğer her türlü içerik dâhil daha önce yayınlanmış içeriği kullanırken telif hakkı sahibinden izin almalıdırlar. Bu konudaki yasal, mali ve cezai sorumluluk yazarlara aittir. Dergide yayınlanan makalelerde ifade edilen görüşler ve fikirler Editörler, Yayın Kurulu ve Yayıncı'nın değil, yazar(lar)ın bakış açılarını yansıtır. Editörler, Yayın Kurulu ve Yayıncı bu gibi durumlar için hiçbir sorumluluk ya da yükümlülük kabul etmemektedir. Yayınlanan içerik ile ilgili tüm sorumluluk yazarlara aittir.

This journal is published electronically twice a year. Article abstracts and information about the journal can be found at <http://dergipark.gov.tr/dusbed>. This Journal is indexed in Index Copernicus, Arastirmax, Academic Research Index, Scientific Indexing Service, Asos and Sobiad. Authors shall obtain any necessary permissions to use any type of images, tables or any other content that had been published anywhere prior to their use in their publishing material. The legal, financial and criminal responsibility on this matter belongs to the authors. The opinions and ideas expressed in the articles that is published in the journal reflect the views of the author (s), not the Editors, the Editorial Board and the Publisher. In this matter Editors, the Editorial Board and the Publisher does not accept any responsibility or liability. All responsibility for the published content is due to the author.

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makaleleri/Research Articles;

Üniversite Konumlandırmasında Farklılaşma Boyutu: Fırat Üniversitesi Örneği <i>Melike HALİFEOĞLU, Kahraman ÇATI</i>	1-21
Kişilik Özelliklerinin Süpermarketlerdeki Plansız Alışveriş Davranışlarına Etkisi: Bolu Örneği <i>Niyazi GÜMÜŞ, Ebru ONURLUBAŞ</i>	22-35
Gri İlişkisel Analiz ve Multi Moora Yöntemleri ile Borsa İstanbul'da İşlem Gören Savunma Sanayi Sektörünün Finansal Performansının Değerlendirilmesi <i>Hakan Murat ARSLAN, Serkan YÜCEL</i>	36-57
Bilim Haritalama Tekniklerine Göre Altı Sigma Kavramı <i>Muhammet CİNOĞLU, Mehmet Nurullah KURUTKAN</i>	58-75
Covid 19 Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyada Vakit Geçirme Sürecindeki Artışın, Sosyal Medya Bağımlılığı, Gösterişçi Tüketim ve Narsistik Kişilik Üzerine Etkisi <i>Simge AKSU, Şule KARADAĞ</i>	76-97
Örgütsel Güven ile Sanal Kaytarma Arasındaki İlişkide Yönetsel Destek Algısının Düzenleyici Etkisi <i>Gülşah GENÇER ÇELİK, Erkan TAŞKIRAN, Gizem KARA</i>	98-120
The Role of Emotional Satisfaction in Gift Giving Behavior: A Qualitative Research <i>Nilgün SARIKAYA, Nilgün KÖKSALAN</i>	121-132
Siber Saldırılarına Karşı Kobilerin Farkındalık Düzeylerinin İncelenmesi: Ankara İli Örneği <i>Abdulhamit EŞ, Nurşah SERDAR</i>	133-151
Spor Yapan Kadınların Bireysel ve Toplumsal Yaşam Biçimlerinde Meydana Gelen Değişimler: Düzce Örneği <i>Fatma KIZILELMAS</i>	152-170
Harezmsahları Yıkıma Götüren Olay: Otrar Faciası (1218) <i>Mustafa KÖKSAL</i>	171-188
1890-1899 Yılları Arasında Edirne ve Kazalarında Sığır Vebası: Vebâ-yı Bakarî <i>Raziye ŞANAL, Fulya FEYİZ</i>	189-200
Ruandalı Öğrencilerin Yazılı Anlatımlarının Yanlış Çözümlemesi Yöntemine Göre İncelenmesi <i>Halil İbrahim ÖZKAN</i>	201-211

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

ÜNİVERSİTE KONUMLANDIRMASINDA FARKLILAŞMA BOYUTU: FIRAT ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Melike HALİFEOĞLU¹, Kahraman ÇATI²

Öz

Bu çalışmanın amacı, Fırat Üniversitesi'nde fakülte yöneticisi olarak çalışan dekanların bakış açısıyla Fırat Üniversitesi'nin diğer üniversitelerden farklılaşıp farklılaşmadığını, farklılaşma varsa hangi konularda farklılaştığını belirlemektir. Ayrıca, dekanların görev yapmış oldukları fakülte ve akademik alanlarının, belirtmiş oldukları görüşlerde etkili olup olmadığı da incelenecektir. Çalışmanın araştırma deseni olgu bilimidir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden betimleyici analiz kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Görüşmeler Fırat Üniversitesi'nde görev yapan 15 dekan ve bir dekan yardımcısıyla 13.05.2019-24.05.2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda Fırat Üniversitesi'nin, "Köklü Üniversite; Kampüs Büyüklüğü-Fiziki Yeterlilik; Güçlü Akademik Kadro; Akademisyen İhracı; Coğrafi Konum; Ulaşım; Barınma; Mühendislik Eğitimi; Bölge Üniversitesi" olarak dokuz farklılaşma unsuruna sahip olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Farklılaşma, Üniversite Konumlaması, Üniversite Pazarlaması

DIFFERENTIATION ASPECT IN UNIVERSITY POSITIONING: THE CASE OF FIRAT UNIVERSITY

Abstract

The aim of this study is to determine whether Fırat University differs from other universities, and if so, in what aspects, via using the point of views of the deans working as faculty administrators at Fırat University. In addition, the faculties and the academic fields of the deans are taken into account and examined so as to reveal if their views are effected by those factors. The research design of the study is phenomenology. Descriptive analysis of the qualitative research methods is used. In-depth interview is used as data collection technique. The interviews were with 15 deans and one deputy dean, working actively at Fırat University; and they took place between the dates of 13.05.2019 and 24.05.2019. After the interviews, it is understood that Fırat University has nine differentiation factors as "Long-established University; Campus Size – Physical Competence; Strong Academic Staff; Academist Exportation; Geographical Location; Transportation; Accommodation; Engineering Education; Regional University".

Key Words: Differentiation, University Positioning, University Marketing

1. Giriş

Bir markanın konumlandırılması hedef tüketicinin zihinde tasarım, kimlik, kişilik, değer ve çağrışımlar yoluyla yer edindiği ayırt edici pozisyonların sağlanması olarak tanımlanmaktadır (İslamoğlu ve Fırat, 2011:144). Başka bir ifade ile konumlandırma, potansiyel müşterilerin zihinlerinde markaların kendilerini ne şekilde farklılaştırdıklarıyla ilişkili bir durumdur (Çakırer, 2013:37). Bir ürünün pazardaki konumu ise rakip ürünlere kıyasla müşterilerin zihninde sahip olduğu yeri ifade etmektedir. Bu nedenle konumlandırma stratejisi belirlenirken, öncelikle rakiplerin konumları tespit edilmeli, sonra rakiplerin pazarda olmadıkları fakat hedef kitle

¹ Öğr. Gör., Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, mhalifeoglu@firat.edu.tr, orcid: 0000-0001-8454-0490

² Prof. Dr., İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, kahraman.cati@inonu.edu.tr, orcid: 0000-0002-7440-5436

Bu Yayıma Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Halifeoğlu, M. ve Çatı, K. (2021). Üniversite konumlandırmasında farklılaşma boyutu: firat üniversitesi örneği. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 1-21.

Makale Geliş Tarihi:24/01/2021

Makale Kabul Tarihi:03/02/2021

Makale Yayın Tarihi:30/07/2021

tarafından arzu edilen bir fayda unsuru o ürünün pazardaki konumu olarak belirlenmelidir (Mucuk, 2014:117).

Hedef pazarda rakiplerin sunmadığı bir unsurun müşteri zihninde yerleştirilmesi konumlandırmada farklılaşmayı gerekli kılmaktadır. Trout ve Rivkin'e göre (2013:134), bir ürünü benzersiz kılan o ürünün bir özelliikle tanınmasıdır ve belirli bir özelliğin sahiplenilmesi ürün ya da hizmeti farklılaştırmada en etkili yoldur. Ural'a göre (2009:42) konumlandırma, rakiplerin sağlayamadığı herhangi bir özelliikle tüketicilerin zihninde yer edinme ve bu özellik yoluyla rakip markalara kıyasla tercih edilmektir.

Konumlandırma gereği farklılaşma yükseköğretim kurumlarında da kendine yer edinmeye başlamıştır. Waeraas ve Solbakk'a göre (2009:449), markalaşma son yıllarda yükseköğretim kurumlarında önemi artan bir yönetim anlayışı haline gelmiştir. Yükseköğretimde artan ulusal ve uluslararası rekabete bağlı olarak yükseköğretim kurumları kendilerini farklılaştırmak, öğrenci ve akademik personelin ilgisini çekmek için tanım arayışı içerisine girmişlerdir. Bu nedenle son yıllarda kurumsal imaj yönetimiyle ilgili yükseköğretim kurumlarının rekabet edebilirliği kritik bir unsur olmuştur (Duarte vd. 2010:21). Bunun yanı sıra eğitim hizmetlerinin küreselleşmesi ve özel sektörde artan rekabet yükseköğretim kurumlarını, programlarını daha agresif bir şekilde pazarlamaya ve öğrenci sadakatini gelecekteki başarının anahtarı olarak görmeye yöneltmiştir (Carvalho ve Mota, 2010:145). Pazarlamanın yükseköğretimde kullanılmasının iki temel sebebi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; öğrenciler, akademik ve idari personel gibi entelektüel kaynakları cezbetmektir. İkincisi ise, devlet sübvansiyonları, araştırma fonları, özel bağış ve yardımlar gibi finansal kaynakların kendisine çekilmesini sağlamaktır. Rakiplerine göre farklılaşmak yükseköğretim kurumlarının bu amaçlara ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Beneke vd., 2011:31). Lowry ve Owens'a göre (2001:28), farklı bir pozisyona sahip bir üniversite, potansiyel öğrencilere ne olduğu ve ne anlama geldiğini ifade edebilir. Ayrıca, üniversitenin konumu doğrultusunda sahiplendiği değerlerle, öğrencilere doğru tercih yaptığı yönünde bir güvence vermiş olur. Bu nedenle bütün pazarlama çabalarını bir pozisyona yönlendirme yoluyla, tercih edilmeye sebep olacak bir imaj oluşturmak mümkün olabilir.

Üniversitelerin farklılaşması konusunda birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de önemli çalışmalar yürütülmektedir. YÖK tarafından üniversitelerin farklılaşması konusunda iki çalışma yürütülmektedir. YÖK, Türkiye'deki üniversiteleri "Bölgesel Kalkınmada Öncelikli Üniversiteler" ve "Araştırma Üniversiteleri" olarak iki farklı alanda uzmanlaşmaya yönlendirmektedir. Bölgesel Kalkınmada Öncelikli Üniversiteler olarak yürütülen "Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşma Projesi" kapsamında tespit edilen 10 pilot üniversitenin belirlenen ihtisaslaşma alanlarında farklılaşması hedeflenmektedir. Bu üniversitelerin belirlenmesinde, üniversitelerin mevcut durumuna yönelik parametreler, bölgenin mevcut durumuna yönelik parametreler ve bölge-üniversite ilişkisine yönelik parametreler olmak üzere gerçekleştirdikleri faaliyetler ve bunların çıktıları göz önüne alınmıştır. Araştırma Üniversiteleri olarak nitelikli bilgi üretme, araştırma yetkinliği, doktoralı insan kaynağı yetiştirme, üretilen patent, projeler, alınan atıflar, uluslararası sonuç üreten işbirlikleri, ulusal ve uluslararası destekler, 100/2000 projesindeki performans gibi kriterlere göre 11 asıl, 5 aday üniversite belirlenmiştir (İnternet 1).

2. Literatür

Literatürde üniversite pazarlaması üzerine birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları üniversitelerin konumlandıkları alanları belirlemeye yöneliktir. Bazı çalışmalar üniversitelerin tanıtımı ile ilgilidir. Bazı çalışmalarda üniversitelerin, kendilerini tanıtırken hangi konuları ön plana çıkardığı ve öğrencilerin üniversite tercihinde neleri dikkate aldığı konuları üzerinde durdukları görülmektedir. Bazı çalışmalarda ise üniversitelerin girişimciliği ele alınmıştır.

Üniversitelerin konumlanmış olduğu alanları belirlemeye yönelik; Harrison (2009), yaptığı çalışmada Amerika'daki üniversitelerin hangi konumlandırma stratejilerini uyguladığını ve konumlandırmalarını ne üzerine yaptığını incelemiştir. Lowry ve Owens (2001), Kuzeybatı Missouri Devlet Üniversitesi'nin konumlandırmasını bilgisayar teknolojisi, küresel katılım ve yenilik konularını vurgulayan yüksek kalitede küçük bir üniversite olarak; St.Leo Koleji'nin konumlandırmasını hafta sonu koleji temasıyla gerçekleştirdiğini belirtmişlerdir. Çatı ve Bilgin (2015), Türkiye'deki üniversitelerin konumlandırma faaliyetlerinde ön plana çıkan boyutları inceledikleri çalışmada, öğrenci yaşamı, üniversitenin bulunduğu şehir ve verilen eğitimin niteliği olarak üç boyut belirlemişlerdir. Çatı vd. (2016a), üniversitelerin aday öğrencilerin zihninde rakiplerine nazaran farklılaşmaya yönelik izledikleri konumlandırma stratejilerini belirlemeye çalışmışlar ve çalışma sonucunda sekiz farklı konumlandırma stratejisi belirlemişlerdir. Bu stratejiler, uluslararasılaşma, eğitim anlayışı, akademik başarı, sosyal ve sportif faaliyetler, uygulamalı eğitim ve iş olanakları, fiziksel olanaklar, burs ve yurt olanakları, üniversitenin tarihi ve büyüklüğü olarak sıralanmıştır. Çatı vd. (2016b), Türkiye'deki üniversitelerin eğitimde kendilerini konumlandıkları alanları belirlemeye çalışmış, 90 üniversitenin 49'unun eğitim alanında bir konumlandırmaya sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Eğitime yönelik konumlandırma alanlarının sağlık, mühendislik, iktisadi ve idari bilimler üzerinde ağırlık kazandığı görülmüştür. Judson vd. (2006), üniversite konumlandırma çalışmasının kurum içi bir etkinliğe dayandırılmasının etkisini incelemiş ve atletizm programlarını ön plana çıkararak üniversitelerin potansiyel öğrenciler tarafından daha fazla tercih edilebileceğine yer vermişlerdir.

Üniversitelerin web sitelerinin tanıtım amaçlı kullanımı ile ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Opoku vd. (2008), İsveç'teki 17 üniversitenin web sitelerini inceledikleri çalışmada bazı üniversitelerin marka kişiliği olduğunu, bazı üniversitelerin ise belirgin bir marka kişiliğine sahip olmadıkları sonucuna varmışlardır. Morkoç ve Doğan (2014), 2012-2013 ÖSYM tercih kılavuzunda en yüksek taban puana sahip ilk üç devlet ve vakıf üniversitesinin turizm bölümlerinin web sitelerini tanıtımda nasıl kullandıkları incelemiştir. Yurdakul Başok ve Coşkun (2009), fakültelerin tanıtımında web sitelerinin önemi ve taşınması gereken özellikleri belirlemeye çalışmış, ÖSYM'de İletişim Fakülteleri, Halkala İlişkiler ve Tanıtım alanında en yüksek taban puana sahip ilk üç İletişim Fakültesi'nin tanıtım olarak web sitelerini nasıl kullandıklarını incelemiştir. Koç (2015), Türkiye'deki devlet ve vakıf üniversitelerinin web siteleri yoluyla karşılaştırmalı analizini yapmış, çalışma sonucunda devlet üniversitelerinin vakıf üniversitelere kıyasla web sitelerini kurumsal iletişim ve tanıtımda daha etkin kullandıklarını belirlemiştir. Rooji ve Lemp (2010), Amerika'da e-öğrenme lisansüstü sertifika programı pazarlayan 43 uluslararası kuruluşun kendilerini pazarlamada internet sitelerini nasıl kullandıklarını incelenmiştir. Değerlendirme sonucunda bu kuruluşların kim oldukları, ne sundukları ve hangi hedef kitleye ulaşmak istediklerini açık ve net bir şekilde ortaya koydukları ancak çoğunun farklılaştırıcı bir satış teklifi ya da avantajı sunmadığı sonucuna varılmıştır.

Literatürde üniversitelerin tanıtımda ön plana çıkarılan konularla ilgili bazı çalışmalar yapılmıştır. Carvalho ve Mota (2010)'a göre, üniversite pazarlamasında hedef kitlenin bir boyutunu iç paydaşlar olan öğrenciler, idari ve akademik personel oluşturmaktadır. Kurumu benimsemiş ve kurumuna sadık akademik ve idari personel, öğrencilerle ve dış paydaşlarla etkileşim içerisinde olduklarından üniversitenin tanıtımında etkili olacaktadırlar. Waeraas ve Solbakk (2009), Kuzey Norveç'te bulunan yerel bir üniversitenin kurumsal kimliğini tanımlamaya çalışmışlardır. Döküman inceleme ve yöneticilerle derinlemesine görüşme yapılan çalışmada, yöneticiler arasında üniversitenin sahip olduğu marka kimliği hakkında bir görüş birliği olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Carvalho ve Mota (2010), Brezilya'da 21 üniversitedeki 431 öğrenci üzerinde uygulanan anket çalışmasında, öğrenciler ile üniversiteler arasındaki etkileşim bağlamında, üniversite personeli ve yönetimine duyulan güvenin algılanan değer ve öğrenci sadakatine etkisini incelemiştir. Araştırmada, üniversitelerdeki idari ve akademik personelin öğrenciye yaklaşımlarının, öğrencilerin

üniversiteye olan güvenini ve sadakatini etkilediği sonucuna varılmıştır. Duarte vd. (2010), üniversite imajının üniversite öğrencilerinde hangi parametrelere göre oluştuğunu inceledikleri çalışmada, Beira Interior Üniversitesi'nde okuyan 1024 üniversite öğrencisine uyguladıkları anket sonucunda üniversitelerin sosyal yaşam ve iş fırsatlarının, iletişim ve üniversite kaynaklarına kıyasla üniversite imajı oluşumunda daha etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Demirtaş (2012), öğrencilerin üniversite tercihlerini etkileyen temel sebepleri ve tanıtım faaliyetlerinin tercihlere etkisini İstanbul Aydın Üniversitesi üzerinde incelemiştir. İnceleme sonucunda öğrenciler için öncelikli tercih sebebinin istihdam unsuru olduğunu ve tanıtım faaliyetleri içerisinde tercihleri en fazla etkileyen unsurun üniversitenin web sitesi olduğunu belirlemiştir. Tatlı (2013), 10 vakıf üniversitesinin reklamlarında yer alan konumlandırma mesajlarını incelemiş ve çalışma sonucunda üniversitelerin reklamlarında konumlandırma mesajı bulunmadığı ya da niteliğe dayalı konumlandırma yaklaşımını benimsedikleri sonucuna varmıştır. Yıldız (2014), üniversitelerin aday öğrencilere ne vaat ettiklerini belirlemek üzere basında yer alan ilanları incelemiştir. İnceleme sonucunda reklam başlıklarında gelecek kelimesinin istihdam ve kariyer vaadiyle en sık kullanılan kelime olduğu, etiketlerde ise mesaj içeriklerinin çoğunlukla burs olanaklarıyla ilgili olduğu görülmüştür. Marangoz ve Arslan (2015), üniversite pazarlamasında pazarlama karmasında yer alan tutundurma boyutunu kavramsal olarak ele almışlardır. Atabek Şendur ve Atabek (2015), Türk üniversitelerinin 2010-2011 yıllarındaki reklamlarını incelemiş, köklü üniversitelerin daha az reklam verdiği, yeni kurulmuş vakıf üniversitelerinin ise kampüs olanakları ve fiziki altyapıyı ön plana çıkardıklarını tespit etmişlerdir.

Üniversitelerin girişimciliği ile ilgili, Ünal ve Çatı (2016), Türkiye'deki üniversitelerin girişimci üniversite olma üzerine izledikleri süreçlere ilişkin bir çerçeve çizmeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda; girişimci üniversite olmaya engel olan faktörler, girişimci üniversite olmaya ivme kazandıran faktörler, girişimci üniversitenin özellikleri ve girişimci üniversitenin çıktısı olmak üzere 4 ana temadan oluşan teorik bir model çizmişlerdir. Er ve Yıldız (2018) ise, TÜBİTAK tarafından 2016 ve 2017'de yayınlanan Türkiye Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi'ni ORESTE ve Faktör Analizi ile incelemişlerdir.

Bu çalışma literatürde yapılan çalışmaların bazıları ile kuramsal anlamda benzerlik gösterse de Fırat Üniversitesi'nin diğer üniversitelerden farklılaştığı noktaların ortaya konulması anlamında diğer çalışmalardan farklılık arz etmektedir. Fırat Üniversitesi yönetiminde yer alan dekanların görüşleri doğrultusunda çalışmanın yapılması da bu çalışmayı literatürdeki diğer çalışmalardan farklı kılmaktadır.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, Fırat Üniversitesi'nde fakülte yöneticisi olarak çalışan dekanların bakışıyla Fırat Üniversitesi'nin diğer üniversitelerden farklılaşıp farklılaşmadığı, farklılaşma varsa bu farklılığın hangi konularda olduğuna yönelik algılarını tespit etmektir. Buna ek olarak;

- Fırat Üniversitesi'nin farklılaştığı unsurları iç paydaşlarıyla paylaşıp paylaşmadığı, paylaşıyorsa nasıl paylaştığı ve iç paydaşların farklılaşma unsurlarının farkında olup olmadığı,
- Fırat Üniversitesi'nin farklılaştığı unsurları kamuoyuyla paylaşıp paylaşmadığı ve paylaşıyorsa nasıl paylaştığı,
- Fırat Üniversitesi'nin tanıtımında hangi farklılaşma unsurlarını ön plana çıkardığı ve hangi farklılaşma unsurlarını ön plana çıkarması gerektiği,
- Fırat Üniversitesi'nin sahip olduğu farklılaşma unsurlarını kamuoyunun algılayıp algılamadığı,
- Fırat Üniversitesi'nin hangi eğitim alanı veya alanlarında iddialı olduğu,

- Fırat Üniversitesi'nin aday öğrencilere ne ya da neler vaat ettiği,
- Fırat Üniversitesi öğrencilerinin, Fırat Üniversitesi'ni diğer üniversitelere kıyasla nasıl değerlendirdiklerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.
- Ayrıca, dekanların görev yaptıkları fakülte ve akademik alanlarının algılarında etkili olup olmadığı da irdelenecektir.

Yapılan literatür incelemesine göre üniversitelerin sadece farklılaşmasına yönelik çalışmalar oldukça azdır. Türkiye'deki üniversitelerin farklılaşmasına yönelik yöneticilerin algılarını belirlemeye çalışan nitel bir çalışma bulunmamaktadır. Bununla birlikte yöneticilerin algılarında, bağlı oldukları eğitim alanlarının etkili olup olmadığını inceleyen bir çalışma da bulunmamaktadır. Çalışmanın bu anlamda literatüre katkı sağlayacağı ve farklılaşmak isteyen üniversitelere yol göstereceği, üniversite yönetimlerine fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Katılımcılara yöneltilen araştırma soruları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1

Araştırma Soruları

Soru 1	Fırat Üniversitesi'nin diğer üniversitelere göre sahip olduğu farklılıklar var mıdır, nelerdir?
Soru 2	Fırat Üniversitesi'nin sahip olduğu farklılıklar, öğrenci ve personeli ile yeteri kadar paylaşıyor mu, Nasıl? Öğrenci ve personel bu farklılıkları biliyor mu?
Soru 3	Fırat Üniversitesi'nin sahip olduğu bu farklılıklar kamuoyu ile paylaşıyor mu, Nasıl?
Soru 4	Fırat Üniversitesi'nin tanıtımında hangi unsurlar ön plana çıkarılıyor ve hangi unsurların ön plana çıkarılması gerektiğini düşünüyorsunuz?
Soru 5	Kamuoyunun Fırat Üniversitesi'nin sahip olduğu farklılıkları algıladığını düşünüyor musunuz?
Soru 6	Size göre Fırat Üniversitesi'nin iddialı olduğunu düşündüğünüz bir eğitim alanı var mıdır, varsa nelerdir?
Soru 7	Sizece Fırat Üniversitesi aday öğrencilere ne vaat ediyor?
Soru 8	Sizece Fırat Üniversitesi'nin mevcut öğrencileri, Fırat Üniversitesi'ni diğer üniversitelere kıyasla nasıl değerlendirir?

3.2.Verilerin Toplanması ve Veri Analizi

Çalışmanın araştırma deseni olgubilimdir. Olgubilim, kişilerin herhangi bir olguya yönelik algılarını, yaşadıklarını ve onlara yüklediği anlamları ortaya koyan bir araştırma desendir (Yıldırım ve Şimşek:2013:85). Verilerin analizinde betimleyici analiz kullanılmıştır. Betimleyici analiz, elde edilmiş verilerin belirlenmiş temalara göre ya da veri toplamak için kullanılan sorular doğrultusunda özetlenip yorumlandığı nitel bir analiz türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2016:239). Çalışmada veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır.

Çalışmada amaca uygun verilerin toplanabilmesi için üniversiteyi, üniversite yönetimini bilen ve üniversite yönetim kurulunda yer alan dekanlar hedef kitle olarak belirlenmiştir. Dekanlar, hem üniversite ile ilgili tüm kararlarda söz sahibidir hem de üniversitelerin en önemli organları olan fakültelerin yöneticileridir. Fırat Üniversitesi'nde 16 fakülte bulunmaktadır. Araştırmada, fakültelerin tümünden veri elde etmek için örnekleme gitmeksizin, tamsayım yöntemi ile 15 dekan ve bir dekan yardımcısının görüşlerine başvurulmuştur. Bir dekan yardımcısıyla görüşme yapılmasının sebebi, ilgili fakülte dekanından iş yoğunluğu nedeniyle randevu alınamamasıdır. Görüşmeler 13.05.2019-24.05.2019 tarihleri arasında ilgili dekanların makamlarında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde veri toplama aracı olarak açık uçlu yarı biçimlendirilmiş görüşme formları kullanılmıştır. Görüşmede verilerin kaybolmaması için ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Ses kayıtları dekanlardan izin alınarak yapılmıştır. Görüşmeler, 19 dakika ile 39 dakika arasında gerçekleşmiş, toplamda 8 saatlik görüşme kaydı elde edilmiştir. Görüşme kayıtları 25.05.2019-06.06.2019 arasında yazıya dökülmüş ve toplamda 121 sayfalık veri elde edilmiştir. Verilerin analizinde kişisel bilgilerin saklanması hususuna dikkat edilerek fakülte isimleri açıklanmamıştır. Dekanlar, 1.katılımcı (K1), 2.katılımcı (K2) şeklinde kodlanarak belirtilmiştir.

Fırat Üniversitesi'nde bulunan 16 fakültenin bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2

Fırat Üniversitesi'nde Bulunan Fakültelerin Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Bilim Alanları	Fakülteler
Fen Bilimleri	Mühendislik, Teknoloji, Fen, Mimarlık, Teknik Eğitim, Su Ürünleri
Sağlık Bilimleri	Tıp, Diş Hekimliği, Spor Bilimleri, Veteriner, Sağlık Bilimleri
Sosyal Bilimler	İktisadi ve İdari Bilimler, İlahiyat, İletişim, İnsani ve Sosyal Bilimler
Eğitim Bilimleri	Eğitim

Görüşme formunda 16 katılımcıya sorulan 8 soru yer almaktadır. Katılımcıların bu sorulara verdiği yanıtlar neticesinde Fırat Üniversitesi'nin farklılaşmasına ilişkin algıları değerlendirilmiştir. Katılımcılara sorulan sorular ve analiz sonuçları "Bulgular" kısmında sırasıyla belirtilmiştir.

3.3.Geçerlilik ve Güvenirlik

Başlangıçta literatürden de faydalanarak 26 görüşme sorusu hazırlanmış ve sorular pazarlama alanında uzman bir akademisyen tarafından incelenmiştir. İnceleme sonucunda araştırmanın amacına hizmet etmeyen sorular araştırma kapsamından çıkarılmıştır. 18 soru olarak yeniden düzenlenen görüşme soruları 4 pazarlama uzmanıyla da iki kez incelenerek tekrar düzenlenmiştir. İncelemeler sonucunda benzer ifadeli sorular elenerek soru sayısı 8 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın geçerliliğini sağlamak için hem literatürden hem de uzman görüşlerinden destek alınmasına dikkat edilmiştir.

Soruların anlaşılabilirliğini test etmek amacıyla Fırat Üniversitesi'nde görev yapan bir Meslek Yüksek Okulu Müdürü ve Fırat Üniversitesi'nde daha önce yöneticilik yapmış iki akademisyenle pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Pilot görüşmelerin yapılmasının sebebi soruların araştırmanın amacına uygun olup olmadığını ve katılımcılar tarafından açık bir şekilde anlaşılıp anlaşılmadığını tespit etmektir. Pilot görüşmeler 05.05.2019-06.05.2019 tarihleri arasında yapılmıştır. Pilot uygulama neticesinde soruların açık bir şekilde anlaşıldığı ve konuyu inceleyebilecek nitelikte olduğu anlaşılmıştır. Pilot uygulama sonrasında dekanlarla görüşmelere geçilmiştir. Görüşme öncesinde katılımcıların kendilerini rahat hissetmesi için sohbet edilmiş, sonrasında araştırmanın amacı hakkında bilgi verilmiştir. Görüşme süresince kişisel fikirlerden kaçınılmış ve katılımcıların müsaadesi ile fikirleri ses kaydına dönüştürülmüştür. Görüşme sonunda katılımcılara eklemek istedikleri bir husus olup olmadığı sorulmuştur.

4.Bulgular

Fırat Üniversitesi'nde görevli 15 dekan ve bir dekan yardımcısına sorulan 8 soru ve yanıtlarına ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

1.soruda Fırat Üniversitesi'ni rakip üniversitelere göre farklı kılan unsurların olup olmadığı üzerinde durulmuştur. Devamında var olduğu düşünülen farklılaşma unsurlarının neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Görüşmeler sonucunda Fırat Üniversitesi'nin 9 farklılaşma unsuruna sahip olduğu anlaşılmıştır. Dekanlara göre Fırat Üniversitesi, "Köklü Üniversite; Kampüs Büyüklüğü-Fiziki Yeterlilik; Güçlü Akademik Kadro; Akademisyen İhracı; Coğrafi Konum; Ulaşım; Barınma; Mühendislik Eğitimi; Bölge Üniversitesi" unsurlarıyla farklılaşmış bir üniversitedir. "Köklü Üniversite" unsuru 9 dekan; "Kampüs Büyüklüğü ve Fiziki Yeterlilik" unsuru 7 dekan; "Güçlü Akademik Kadro" unsuru 6 dekan; "Akademisyen İhracı" unsuru 5 dekan; "Coğrafi Konum", "Ulaşım", "Barınma", "Mühendislik Eğitimi" unsurları 3'er dekan; "Bölge Üniversitesi" unsuru 1 dekan tarafından belirtilmiştir. Yanıtlar neticesinde Fırat Üniversitesi en fazla 'Köklü Üniversite' unsuruyla farklılaşmıştır. Bu unsuru "Kampüs Büyüklüğü ve Fiziki

Yeterlilik, Güçlü Akademik Kadro, Akademisyen İhracı” unsurları izlemiştir. Fırat Üniversitesi’nin farklılaştığı unsurlar olarak en az ifade edilen ‘Bölge Üniversitesi’ unsuru olmuştur. Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurları ve yanıtların dekanların görev yaptığı bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3

Fırat Üniversite’nin Farklılaşma Unsurları ve Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Farklılaşma Unsurları	Sağlık Bilimleri	Fen Bilimleri	Sosyal Bilimler	Eğitim Bilimleri	Toplam
Köklü Üniversite	1	5	2	1	9
Kampüs Büyüklüğü ve Fiziki Yeterlilik	1	4	1	1	7
Güçlü Akademik Kadro	1	3	2		6
Akademisyen İhracı	3	1	1		5
Coğrafi Konum	1	2			3
Ulaşım	1	1	1		3
Barınma	1	1	1		3
Mühendislik Eğitimi		2	1		3
Bölge Üniversitesi	1				1

Tablo 3’e göre Fırat Üniversitesi’nin sahip olduğu farklılaşma unsurlarından “Köklü Üniversite”, “Kampüs Büyüklüğü-Fiziki Yeterlilik”, “Güçlü Akademik Kadro”, “Coğrafi Konum” ve “Mühendislik Eğitimi” en fazla fen bilimleri alanında görevli dekanlar tarafından belirtilmiştir. “Akademisyen İhracı” unsuru en fazla sağlık bilimlerinde görevli dekanlar tarafından belirtilmiştir. “Ulaşım” ile “Barınma” unsurları sağlık bilimleri, fen bilimleri ve sosyal bilimler alanında görevli dekanlar tarafından eşit sayıda ifade edilmiştir. Fırat Üniversitesi’nin sahip olduğu farklılaşma unsurları içinde en az ifade edilen ‘Bölge Üniversitesi’ unsuru ise sağlık bilimleri alanında görevli 1 dekan tarafından belirtilmiştir.

2.soru üç açıdan ele alınmıştır. Birincisi Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurlarını iç paydaşlarıyla yeterince paylaşmış paylaşılmadığı; ikincisi farklılaşma unsurlarının iç paydaşlara nasıl aktarıldığı; üçüncüsü paydaşların üniversitenin farklılaşma unsurlarına yönelik bir farkındalığa sahip olup olmadıklarıdır. Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurlarını iç paydaşlarıyla yeterince paylaşmış paylaşılmadığı noktasında dekanların 10’u “Evet” veya “Hayır” yanıtını verirken, 2 dekan “Kısmen” paylaşım yapıldığını belirtmiştir. Dekanların 4’ü ise net bir ifade sunmamıştır. Net ifade kullanan 10 dekanın 5’i olumlu ve 5’i olumsuz görüşle sayıca aynıdır. “Evet” ve “Hayır” yanıtlarının 3’nün fen bilimleri alanında görevli dekanlarda yoğunluk kazandığı görülmektedir. Görüş belirtmeyen dekanlar ise sosyal bilimler alanında görevli dekanlarda ağırlık kazanmıştır.

Fırat Üniversitesi’nin farklılıklarını iç paydaşlarına nasıl ulaştırdığı noktasında 7 dekan görüş bildirmemiştir. Görüş bildirmeyen dekanların sosyal bilimler alanında görevli dekanlarda ağırlık kazandığı görülmektedir. Farklılaşma unsurlarının iç paydaşları nasıl paylaşıldığı noktasında 4 dekan paylaşım olmadığı yönünde “Hayır” cevabını vermiştir. “Hayır” yanıtını veren dekanların sağlık bilimleri ve fen bilimleri alanındaki dekanlardan oluştuğu ve 2’şer olarak eşit sayıda olduğu görülmektedir. Farklılaşma unsurlarının iç paydaşlarla nasıl paylaşıldığına yönelik görüş bildiren 5 dekan bulunmaktadır. Bu dekanların görüşlerine göre iç paydaşlarla paylaşım; Fırat Üniversitesi’nin web sayfasında, sosyal medyada, radyo-tv organlarında ve oryantasyon programlarında gerçekleştirilmektedir. Ayrıca iç paydaşların çevrelerine anlatmaları yoluyla da farklılaşma unsurlarının paylaşıldığı ifade edilmiştir.

İç paydaşların Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurlarının farkında olup olmadığına yönelik olarak dekanların 4’ü bir görüş bildirmemiş, 1’i “Kısmen” ifadesini kullanmıştır. Diğer 11 dekanın 9’u “Evet”, 2’si “Hayır” yanıtını vermiştir. “Evet” yanıtı sağlık bilimleri, fen bilimleri ve

sosyal bilimler alanlarında görevli dekanlar tarafından eşit sayıda ifade edilmiştir. 2.soruya verilen yanıtların dekanların görev yaptıkları bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4

Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Fakülte Bilim Alanı	Üniversite farklılıklarını iç paydaşlarla yeterince paylaşıyor mu?	Üniversite Farklılıklarını Nasıl Paylaşıyor?	İç Paydaşlar farklılıklarının farkında mı?	
Sağlık	K1	Hayır	Hayır	Belirtilmedi
	K2	Hayır	Hayır	Hayır
	K3	Kısmen	Belirtilmedi	Evet
	K4	Evet	İnternet/öğrencilerin anlatması	Evet
	K5	Belirtilmedi	Belirtilmedi	Evet
Fen	K6	Hayır	Hayır	Hayır
	K7	Hayır	Sosyal medya/personelin anlatması	Evet
	K8	Evet	Belirtilmedi	Evet
	K9	Evet	Belirtilmedi	Belirtilmedi.
	K10	Hayır	Hayır	Belirtilmedi
	K11	Evet	Web sayfası	Evet
Sosyal	K12	Belirtilmedi	Belirtilmedi	Evet
	K13	Belirtilmedi	Belirtilmedi	Evet
	K14	Belirtilmedi	Belirtilmedi	Kısmen
	K15	Kısmen	Oryantasyon	Evet
Eğitim	K16	Evet	Radyo-tv/web sayfası	Belirtilmedi

3.soru iki aşamalı olarak sorulmuştur. Öncelikle Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurlarını kamuoyuyla paylaşıp paylaşmadığı, sonrasında bu paylaşımın nasıl yapıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Fırat Üniversitesi’nin sahip olduğu farklılıkları kamuoyuyla paylaşıp paylaşmadığı sorusunda 5 dekan “Hayır”, 8 dekan “Evet”, 3 dekan “Kısmen” yanıtını vermiştir. Soruya “Hayır” yanıtını veren dekanlar gerekçe olarak kamuoyunun üniversitenin yaptığı çalışmalara karşı ilgi duymamasını, yöneticilerin yeterli çalışma göstermemesini, özellikle yerel halkın üniversiteye karşı olumsuz bir algıya sahip olmasını, üniversite-kamuoyu ilişkisinin iki taraflı zayıf olmasını göstermiştir. “Kısmen yanıtını veren bir dekan profesyonel bir ekiple çalışılmadığına dikkat çekmiştir. Soruya “Evet” ve “Kısmen” yanıtını veren dekanlar, üniversitenin farklılıklarını kamuoyuna aktarma noktasında üniversitenin, web sayfasından faydalandığını, radyo-tv ve sosyal medyayı kullandığını, yurt içi ve dışı fuarlarda yer alındığını, Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası (ETSO) ve Elazığ Organize Sanayi Bölgesi (EOSB) gibi dış paydaşlarla temas halinde olduğunu, sanayi alanındaki problemlerin çözümüne ilişkin bilimsel çalışmalar yapıldığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte bir dekan üniversitenin şehrin içinde olması nedeniyle kamuoyunun farklılaşma unsurları hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Fırat Üniversitesi öğrencilerinin üniversitenin farklılıklarını ağızdan ağıza iletişimle aktardıklarına dikkat çekilmiştir. Bir dekan üniversitenin farklılaşma unsurlarını nasıl paylaştığı konusunda görüş belirtmemiştir.

3.soruya “Evet” yanıtını veren dekanların ağırlıklı olarak fen bilimleri alanındaki yöneticiler olduğu görülmektedir. Bu anlamda 8 olumlu görüşün 4’ü fen bilimleri alanında görevli dekanlardan oluşmaktadır. “Hayır” yanıtını veren 5 dekanın 3’ü sağlık bilimlerinde görevli dekanlardan oluşmaktadır. Bu anlamda Fırat Üniversitesi’nin farklılıklarını kamuoyuyla paylaşması konusunda yetersiz olduğu görüşünü taşıyan dekanların en fazla sağlık alanında görevli dekanlardan oluştuğu

anlaşılmaktadır. Soruyu “Kısmen” olarak yanıtlayan dekanlar sağlık, fen ve sosyal bilimlerde görevli dekanlar arasında eşit olarak dağılmıştır. 3.soruya verilen yanıtların dekanların görev yaptıkları bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5

Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Fakülte Bilim Alanı	FÜ sahip olduğu farklılıkları kamuoyuyla paylaşıyor mu?	Neden paylaşmıyor? (Hayır yanıtını verenler)	Nasıl Paylaşıyor? (Evet ve Kısmen yanıtını verenler)	
Sağlık	K1	Hayır	Kamuoyunun ilgisizliği	
	K2	Hayır	Yöneticilerin yetersizliği	
	K3	Evet		Belirtilmedi
	K4	Kısmen		Radyo/Tv Öğrencinin anlatmasıyla
	K5	Hayır	Kamuoyunun (yerel) önyargısı	
Fen	K6	Evet		Dış paydaşlarla bir araya gelme Sanayiye yönelik bilimsel çalışmalar
	K7	Hayır	Kamuoyunun ilgisizliği	
	K8	Evet		Fuarlar
	K9	Evet		Üniversitenin şehrin içinde olması
	K10	Evet		Radyo/tv-sosyal medya
	K11	Kısmen		Dış paydaşlar bir araya gelme Web sayfası
Sosyal	K12	Evet		Dış paydaşlarla ortak çalışmalar (ETSO ve organize sanayi)
	K13	Hayır	Kamuoyu-üniversite ilişkisinin zayıflığı	
	K14	Kısmen	Profesyonel bir ekibin olmaması	
	K15	Evet		Üniversite-sanayi işbirlikleriyle
Eğitim	K16	Evet		Dış paydaşlarla ortak çalışmalar

4.soruda Fırat Üniversitesi farklılaşma unsurlarını tanıtımında kullanması yönüyle ele alınmıştır. 4. soru iki aşamalı olarak sorulmuştur. Birincil olarak Fırat Üniversitesi’nin tanıtımında hangi farklılaşma unsurlarını ön plana çıkardığı, ikincil olarak hangi unsurları ön plana çıkarması gerektiği sorulmuştur. Fırat Üniversitesi’nin tanıtımında hangi unsurları ön plana çıkardığıyla ilgili olarak; dekanların 4’ü sağlık eğitimini (tıp fakültesi ve veteriner fakültesi), 4’ü akademik kadroyu, 3’ü mühendislik eğitimini, 3’ü kampüsü, 3’ü güvenli bir şehirde olmayı, 3’ü üniversite-sanayi iş birliğini, 2’si verilen sağlık hizmetini (üniversite hastanesi ve hayvan hastanesi), 2’si öğrenciye yönelik olumlu tutumu ve 2’si yabancı uyruklu öğrenci alımını vurgulamıştır. Dekanların 3’ü ise bir görüş belirtmemiştir. Bir dekan Fırat Üniversitesi’ni, farklılaşma unsurlarını tanıtımında ön plana çıkarmasıyla ilgili olarak yetersiz olarak değerlendirmiş, bir başka dekan ön plana çıkarılan bir unsur olmadığını ifade etmiştir. Fırat Üniversitesi’nin tanıtımında hangi unsurları ön plana çıkarması gerektiğiyle ilgili olarak; 4 dekan akademisyenlerin yaptığı bilimsel yayınların ve bilimsel yetkinliğin, 2 dekan üniversite-sanayi işbirliği özelinde yapılan çalışmaların, 2 dekan dış paydaşlarla yapılan çalışmaların üniversite tanıtımında ön plana çıkarılması gerektiğini belirtmiştir.

Tablo 6
Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Fakülte Bilim Alanı	Ön Plana Çıkarılanlar	Ön Plana Çıkarılması Gerekenler	
Sağlık	K1	Üniversite-sanayi işbirliği	Sanayi ve ürüne odaklı çalışmalar
	K2	Yetersiz	Fakülte bazında potansiyele odaklanma
	K3	Sağlık ve spor Hayvan Hastanesi	Belirtilmedi
	K4	Bölge üniversitesi Köklü üniversite Sağlık, veteriner, mühendislik	Sağlık Hizmetleri (Hayvan hastanesi ve Üniversite Hastanesi) Hayvan Kanseri Ünitesi açılmalı Yaban Hayvan Ünitesi kurulmalı
	K5	Belirtilmedi	Akademisyenlerinin başarıları Halk etkinlikleri Dış paydaşlarla daha yakın ilişkiler
Fen	K6	Belirtilmedi	Burs imkânları Öğrenci yurtlarının konforu Ulaşımındaki rahatlık
	K7	Kampüsün işlevselliği Öğrenci için güvenli şehir	Ulusal medyada görünürlük Kampüsün büyüklüğü ve yeşilliği
	K8	Yabancı öğrenci kabulü Güçlü eğitim kadrosu Lokasyon	Belirtilmedi
	K9	Eğitim kadrosu	Maden ve Ziraat Fakültesi açılmalı Sanayiye yönelik çalışmalar
	K10	Ön plana çıkan bir unsur yok	Belirtilmedi
	K11	Kampüs ortamı Öğrencilere olumlu yaklaşım Üniversite-sanayi işbirliği	Bilimsel yayınlar, projeler Dış paydaşlarla üretim odaklı çalışmalar
Sosyal	K12	Kampüs Tıp ve mühendislik eğitimi Nitelikli akademik kadro (tıp/mühendislik) Güvenli bir şehirde olma Savunma Bakanlığı'yla yapılan çalışmalar İlin coğrafik, turistik, tarihsel potansiyeli	Belirtilmedi
	K13	Yerel halkın öğrenciye olumlu tutumu Barınma kolaylığı Güvenli bir şehirde olma	Belirtilmedi
	K14	Belirtilmedi	Bilimsel çalışmalara basında daha fazla yer verilmesi Fırat Haber gazetesi daha bilinir olması
	K15	Mühendislik ve sosyal bilimler Obezite cerrahi birimi Üniversite hastanesi Yapılan bilimsel yayın ve araştırma sayısı Akademik kadro	Bilimsel yetkinliğin tanıtımı
Eğitim	K16	Yurt dışı öğrenci sayısı Dünya üniversiteleri içindeki sıralaması Yurt dışı bağlantılı bölümler Tıp fakültesi Sportif ve sanatsal etkinlikler	Gereken her şey ön plana çıkarılıyor

Dekanların 5'i bir görüş ifade etmemiştir. 1 dekan ise Fırat Üniversitesi'nin farklılaşma unsurlarını zaten ön plana çıkardığını belirtmiştir. 4.soruya bunların dışında verilen yanıtlar içerisinde ortak ifadeler bulunmamaktadır. 4.soruya soruya verilen yanıtların dekanların görev yaptıkları bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 6'da gösterilmiştir. 5.soruda Fırat Üniversitesi'nin

farklılaşma unsurları hakkında kamuoyunda bir farkındalık olup olmadığı ele alınmıştır. Fırat Üniversitesi'nin farklılaştığı unsurlara ilişkin kamuoyunun bir farkındalığa sahip olup olmadığına yönelik olarak, dekanların 8'i "Evet", 5'i "Hayır" yönünde görüş bildirmiştir. 3 dekan ise kamuoyunda "Kısmen" bir farkındalık olduğunu belirtmiştir. "Evet" yanıtını veren dekanların 5'i fen bilimleri alanında, 2'si sosyal bilimler alanında ve 1'si sağlık bilimleri alanında yer almaktadır. "Evet" olarak verilen yanıtların ağırlıklı olarak fen bilimleri alanında görevli dekanlardan oluştuğu görülmektedir. "Hayır" yanıtını veren dekanların 3'ü sağlık bilimleri alanında görev yapan dekanlardır. Bu noktada görüş bildiren dekanların sağlık bilimleri alanında ağırlık kazandığı görülmektedir. Fırat Üniversite'sinin farklılaşma unsurları hakkında kamuoyunun "Kısmen" bir farkındalığa sahip olduğunu belirten 3 dekan sağlık bilimleri, sosyal bilimler ve eğitim bilimleri alanında eşit sayıda dağılım göstermiştir. Kamuoyunun "Kısmen" farkındalık taşımasına ilişkin olarak görüş bildiren dekanlar gerekçe olarak, kamuoyunun ilgisizliğini, farkındalığın sadece ilgi alanı olan kişilerle veya yerel halkla sınırlı kalması olarak ifade etmişlerdir. 5.soruya verilen yanıtların dekanların görev yaptığı bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7

Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Fakülte Bilim Alanı		Evet	Hayır	Kısmen
Sağlık	K1		✓	
	K2		✓	
	K3			✓
	K4	✓		
	K5		✓	
Fen	K6	✓		
	K7	✓		
	K8	✓		
	K9	✓		
	K10		✓	
	K11	✓		
Sosyal	K12	✓		
	K13	✓		
	K14		✓	
	K15			✓
Eğitim	K16			✓
Toplam		8	5	3

6.soruda Fırat Üniversitesi'nin hangi eğitim alanlarında iddialı olduğu sorusu yöneltilmiştir. 6.soruya verilen yanıtlar değerlendirildiğinde; Fırat Üniversitesi'nin iddialı olduğu bilim alanları sırasıyla sağlık bilimleri, fen bilimleri, sosyal bilimler, eğitim bilimleri olmuştur. Fakülte bazında değerlendirildiğinde, Mühendislik Fakültesi 16 dekanın tamamı tarafından ifade edilerek birinci sırada yer almıştır. İkinci sırada 10 dekan tarafından belirtilen Veteriner Fakültesi; üçüncü sırada 9 dekan tarafından belirtilen Tıp Fakültesi; dördüncü sırada 7 dekan tarafından belirtilen İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi; beşinci sırada 3 dekan tarafından belirtilen Fen Fakültesi, altıncı sırada 2 dekan tarafından belirtilen Spor Bilimleri Fakültesi eğitimde iddialı fakülteler olarak sıralanmıştır. Yedinci ve son sırada yer alan fakülte bir dekan tarafından belirtilen Eğitim Fakültesi olmuştur. Mühendislik Fakültesi'nin kuruluşu itibariyle eski bir fakülte olması, İnşaat, Makine ve Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümleriyle öne çıkması, akredite olmuş bölümlerinin bulunması mühendisliğin ön plana çıkarılmasına gerekçe olarak gösterilmiştir. Veteriner Fakültesi'nin akreditasyonu olan bir fakülte olması ve kuruluş itibariyle eğitimde köklü bir fakülte olması

gereçekler arasında yer almıştır. Tıp Fakültesi'nin bölgeye hitap ediyor olması, akredite bir fakülte olması ve obezite cerrahisinde başarı kazanması ön plana çıkarılma gerekçelerindedir. İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi'nin Türk Dili ve Edebiyatı, Tarih, Coğrafya ve Sosyoloji bölümleriyle iddialı bir fakülte olduğu ifade edilmiştir. 6.soruya verilen yanıtların dekanların görev yaptıkları bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8'e bakıldığında Mühendislik Fakültesi'nin 16 dekanın tamamı tarafından eğitimde iddialı görüldüğü anlaşılmaktadır. Veteriner Fakültesi'ni iddialı bulan 10 dekanın fen bilimleri ve sağlık bilimleri alanında görev yapan dekanlar arasında yoğunlaştığı ve aynı sayıda dekan tarafından ifade edildiği görülmektedir. Tıp Fakültesi'ni eğitimde iddialı gören 9 dekanın 5'i sağlık bilimlerinde görev yapan dekanlardan oluşmaktadır. Bu bağlamda sağlık bilimleri alanında görevli dekanların tamamı Tıp Fakültesi'ni eğitimde iddialı görmektedir. İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi'ni iddialı bulan 7 dekanın fen bilimleri ve sosyal bilimler alanında görev yapan dekanlar arasında yoğunluk kazandığı ve aynı sayıda bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 8

Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Fakülte Bilim Alanı	Bilim Dalı	Fen		Sağlık			Sosyal	Eğitim
	Fak.	Müh.	Fen	Veteriner	Tıp Fak.	Spor Bilimleri	İnsani ve Sosyal Bilim.	Eğitim
Sağlık	K1	✓		✓	✓			
	K2	✓			✓			
	K3	✓		✓	✓	✓	✓	✓
	K4	✓		✓	✓			
	K5	✓		✓	✓			
Fen	K6	✓		✓			✓	
	K7	✓		✓				
	K8	✓		✓			✓	
	K9	✓			✓		✓	
	K10	✓						
	K11	✓		✓	✓			
Sosyal	K12	✓			✓		✓	
	K13	✓						
	K14	✓		✓	✓	✓	✓	
	K15	✓					✓	
Eğitim	K16	✓		✓				
Toplam		16	3	10	9	2	7	1

7.soruda Fırat Üniversitesi'nin üniversite öğrenimi için aday öğrencilere ne ya da neler vaat ettiği sorulmuştur. Dekanlara göre, Fırat Üniversitesi'nin aday öğrencilere vaat ettiği unsurlar sırasıyla "İyi Bir Eğitim", "Kampüs Olanakları", "Fiziki Altyapı", "Akademik Altyapı", "Şehir", "Yurt İmkânları", "Yurt Dışı Eğitim ve Akreditasyon" olmuştur. En fazla belirtilen vaat unsuru 13 dekan tarafından belirtilen "İyi Bir Eğitim" olmuştur. Bu noktada üniversitenin kuruluş olarak eski bir üniversite olması ve akademik kadrosundaki yeterlilik gerekçe olarak gösterilmiştir. İkinci sırada 10 dekan tarafından belirtilen "Kampüs Olanakları" olmuştur. Bu başlıkta kampüsün geniş ve yeşilliği, öğrencilerin vakit geçirecekleri sosyal alanların varlığı, kampüsün şehir içinde olması nedeniyle şehir ile iletişimin kolay ve ulaşımının rahat olması, kampüs ortamının huzurlu ve güvenli olması gerekçe olarak sunulmuştur. Üçüncü sırada 6 dekan tarafından belirtilen "Fiziki Altyapı" unsuru gelmektedir. Bu başlık altında laboratuvarlar, atölyeler ve derslikler yönüyle eğitimi destekleyici yeterlilik ifade edilmektedir. Dördüncü unsur "Akademik Altyapı" ile "Şehir"

olmuştur. Her iki unsur da dekanların 5'i tarafından vurgulanmıştır. "Akademik Altyapı" unsuru, Fırat Üniversitesi'nin köklü bir üniversite olması yönüyle yetişmiş bir eğitim kadrosuna sahip olmasına dayandırılmıştır. "Şehir" unsurunda, Elazığ'ın coğrafi açıdan doğu ile batı arasında bir geçiş noktasında olması, ulaşımının kolay olması, diğer şehirlere nazaran ucuz, güvenli ve huzurlu bir şehir olması gerekçe olarak belirtilmiştir. Ayrıca Elazığ'ın, bir kültür şehri olmasının sosyo-kültürel yaşam yönüyle öğrencilere tatmin sağlayacağı vurgulanmıştır. Beşinci sırada 4 dekan tarafından ifade edilen unsur "Yurt İmkânları" bulunmaktadır. Altıncı ve son sırada 2 dekan tarafından belirtilen "Yurt Dışı Eğitim ve Akreditasyon" yer almıştır. Bu başlık altında Fırat Üniversitesi'nin yurt dışı öğrenci değişimi sağlayan bölümleri olduğuna ve akreditasyonu bulunan bölüm ya da fakültelerinin varlığına dikkat çekilmiştir. 7.soruya verilen yanıtların dekanların görev yaptıkları bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 9'de gösterilmiştir.

Tablo 9'e göre, vaat edilen unsurlar içinde 13 dekan tarafından belirtilen "İyi Bir Eğitim" başlığı en fazla fen bilimleri alanında görev yapan dekanlar tarafından ifade edilmiştir. "Kampüs Olanakları" başlığında görüş bildiren 10 dekanın 6'sı fen bilimleri alanında görevli dekanlardan oluşmaktadır. "İyi bir Eğitim" ve "Kampüs Olanakları" fen bilimlerinde görevli dekanların tamamı tarafından belirtilmiştir. Bu noktada, fen bilimlerinde görevli dekanların bu iki unsuru Fırat Üniversite'nin aday öğrencilerine sunduğu vaat olarak gördüğü anlaşılmaktadır. "Fiziki Altyapı" unsurunu belirten 6 dekanın 3'ü fen bilimleri alanında görevli dekanlardan oluşmaktadır. Bu vaat unsurunu belirten dekanlar da ağırlıklı olarak fen bilimleri alanında görevli dekanlardan oluşmaktadır. "Akademik Altyapı" ile "Şehir" unsurunu belirten dekan sayısı 5'dir. "Akademik Altyapı" unsuru için görüş bildiren 5 dekanın 3'ü fen bilimleri alanında görevlidir. Bu yönde yanıt veren dekanlar da fen bilimleri alanında görevli dekanlarda ağırlık kazanmıştır. "Şehir" unsurunu belirten 5 dekanın 2'sinin sağlık bilimleri alanında görevli dekanlar içinde ağırlık kazandığı anlaşılmaktadır. "Yurt İmkânları" unsuru en fazla fen bilimleri alanında görevli dekanlar tarafından belirtilmiştir. Fırat Üniversitesi'nin aday öğrencilere vaat ettiği unsurlar içerisinde en az ifade edilen vaat unsuru "Yurt Dışı Eğitim ve Akreditasyon" olmuştur. Bu yönde görüş bildiren 2 dekan bulunmaktadır. 8.soruda, Fırat Üniversitesi öğrencilerinin bu üniversiteyi diğer üniversitelerle kıyasladıklarında nasıl değerlendirdiklerine yönelik dekanların fikirleri alınmıştır. Belirtilen unsurlar; kaliteli eğitim verilmesi, kampüs olanaklarından memnuniyet duyulması, öğrenciye yönelik olumlu yaklaşım hissedilmesi, fiziki altyapı yeterliliğine yönelik bir memnuniyet ve mezuniyet sonrası iş bulma avantajı sağlaması şeklindedir. Dekanlar tarafından en fazla belirtilen unsur "Kaliteli Eğitim" ve "Kampüs Olanakları" olmuştur. 7 dekan bu hususta görüş bildirmiştir. "Kampüs Olanakları" unsuru altında yeşil alanlar, tenis kortları, futbol sahası, çok amaçlı spor salonu, cami, kütüphane, Üniversite Evi (yemekhane), Kültür Park, çalışma ve etüt alanları olarak sosyal donatılar ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra kampüsün şehir içinde olmasının ulaşım yönüyle öğrenciler için önemli bir nokta olarak değerlendirildiği ifade edilmiştir. İkinci sırada yer alan "Öğrenciye Olumlu Yaklaşım" ve "Fiziki Altyapı" 4 dekan tarafından ifade edilmiştir. "Öğrenciye Olumlu Yaklaşım" unsurunda, öğrencilerin akademik ve idari personele kolaylıkla ulaştıkları, şikâyet ve fikirlerinin dikkate alındığı belirtilen noktalar arasında yer almıştır. Bu yönüyle öğrencilerin, kendilerini önemseyen bir üniversitede okudukları yönünde bir düşünceye sahip oldukları ve kendilerini baskı altında hissetmedikleri belirtilmiştir. Bu unsura ilişkin belirtilen diğer bir nokta ise şehir dışından gelen öğrencilere şehir insanının ve üniversitenin hoşgörülü bir yaklaşım sergilediğidir.

Üçüncü ve son sırada yer alan beşinci unsur "Kariyer Olanakları" olmuştur. Bu noktada 2 dekan görüş bildirmiştir. "Kariyer Olanakları" yönüyle mezun öğrencilerin ülkenin özellikle bürokratik ve akademik alanlarında iş bulması, Tıp Fakültesi mezunlarının DUS-TUS sınavlarında gösterdikleri başarıların öğrenciler açısından bir motivasyon kaynağı olduğuna dikkat çekilmiştir. Bunun yanı sıra K12, mevcut öğrencilerin Fırat Üniversitesi hakkında olumlu bir düşünceye sahip olmadığı yönünde bir görüş bildirmiştir. Öğrencilerin çoğunlukla puanları nedeniyle bu üniversitede

okuduklarını ve bu nedenle istedikleri üniversiteyi kazanmamış olduklarını, buna bağlı olarak bir memnuniyet taşımadıklarını düşündüğünü belirtmiştir. Ayrıca istihdam konusunda sıkıntılı bölümlerde okuyan öğrencilerin de Fırat Üniversitesi'nde okumak konusunda olumlu bir düşünce taşımadıklarını da belirtmiştir. Ancak Elazığlı öğrenciler ile maddi imkânları kısıtlı öğrencilerin bu üniversitede okumaktan memnun olabileceğini düşündüğünü de eklemiştir

Tablo 9

Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Fakülte Bilim Alanı		İyi Bir Eğitim	Kampüs Olanakları -Geniş -Yeşil -Sosyal Alanlar -Şehirle Bağlantı -Huzurlu -Güvenlik -Şehirle İletişim	Fiziki Altyapı -Lab.lar -Derslikler -Atölyeler	Akademik Altyapı	Şehir -İlokasyon, -Güvenlik -Huzur -Ulaşım Kolaylığı -Ekonomik -Rahatlık -Sosyo-Kültürel Yaşam	Yurt İmkânları	Yurt Dışı Eğitim ve Akreditasyon
Sağlık	K1	✓						
	K2	✓	✓	✓		✓		
	K3	✓				✓		
	K4		✓					
	K5	✓		✓	✓			
Fen	K6	✓	✓				✓	✓
	K7	✓	✓		✓		✓	
	K8	✓	✓	✓				
	K9	✓	✓			✓		
	K10	✓	✓	✓	✓			
	K11	✓	✓	✓	✓		✓	
Sosyal	K12	✓	✓					
	K13				✓		✓	
	K14		✓	✓				
	K15	✓				✓		
Eğitim	K16	✓				✓	✓	
Toplam		13	10	6	5	5	4	2

K10 ise mevcut öğrencilerin Fırat Üniversitesi'nde okuma konusunda kısmen memnun olduklarını düşündüğünü ifade etmiştir. Bu noktada okuduğu bölümü sevmeyen ya da puanı yettiği için bu üniversitede okuyan öğrencilerin üniversite hakkında bir memnuniyet taşımadığına yönelik bir düşüncede olduğunu belirtmiştir. K7, üniversitenin sosyal olanakları konusunda öğrencilerde bir memnuniyetsizlik olduğunu ancak geçmiş yıllara kıyasla önemli bir ilerleme kaydedildiğini ifade etmiş ve bu ilerlemenin öğrenciler için önemli olduğuna vurgu yapmıştır. 8.soruya verilen yanıtlarının dekanların görev yaptıkları bilim alanlarına göre dağılımı Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10'a göre, 'Kaliteli Eğitim' unsurunu belirten 7 dekanın 3'ü fen bilimleri alanında görevli dekanlarda ağırlık kazanmıştır. "Kampüs Olanakları" unsurunda görüş bildiren 7 dekanın sağlık bilimleri ve fen bilimleri alanlarında görevli dekanlar tarafından eşit sayıda ifade edildiği görülmektedir. "Öğrenciye Olumlu Yaklaşım" unsurunda görüş bildiren 4 dekan içinde sağlık bilimleri alanında görevli dekanlar ağırlık taşımaktadır. "Fiziki Altyapı" unsurunu belirten 4 dekanın görev yaptıkları bilim alanlarına göre dağılımları eşittir. Bu noktada görüş bildiren dekanların 2'si fen bilimleri ve 2'si sosyal bilimler alanında görevli dekanlardan oluşmaktadır. En az ifade edilen unsur "Kariyer Olanakları" olmuştur. Bu noktada görüş bildiren dekanlar sağlık bilimleri ve fen bilimleri alanında görevli 1'er dekandan oluşmaktadır.

Tablo 10
Katılımcı Yanıtlarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Fakülte Bilim Alanı		Kaliteli Eğitim	Kampüs Olanakları -Sosyal Donatılar -Şehir İçinde Kurulum -Ulaşım	Öğrenciye Olumlu Yaklaşım	Fiziki Altyapı	Kariyer Olanakları
Sağlık	K1		✓	✓		
	K2					✓
	K3	✓	✓	✓		
	K4		✓			
	K5	✓				
Fen	K6		✓			✓
	K7		✓			
	K8	✓				
	K9	✓				
	K10	✓			✓	
Sosyal	K11		✓	✓	✓	
	K12					
	K13	✓			✓	
	K14		✓		✓	
Eğitim	K15	✓				
	K16			✓		
Toplam		7	7	4	4	2

5. Sonuç ve Tartışma

Pazarlama bilimi sadece işletmelerin değil ülkelerin, kişilerin, sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerin de amaçlarına ulaşma yolunda dikkate aldığı bir bilim dalı haline gelmiştir. Beraberinde markalaşmak rekabette önem kazanmıştır. Bu durum güncel pazarlama yaklaşımı olarak üniversite pazarlamasını karşımıza çıkarmış ve üniversite pazarlaması birçok araştırmaya konu olmuştur.

Yapılan literatür taramasında üniversitelerde farklılaşmanın çok sınırlı çalışıldığı ve Türkiye’de üniversitelerin farklılaşması konusunun yönetici algıları doğrultusunda incelendiği bir çalışmanın bulunmadığı saptanmıştır. Bu çalışmanın akademik çalışmalara ve üniversite yönetimlerine yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Çalışmada, Fırat Üniversitesi’nde görev yapan dekanların bakış açısıyla, Fırat Üniversitesi’nin diğer üniversitelere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ve farklılaşma varsa hangi konularda farklılaştığına yönelik algıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Dekanların görev yaptıkları bilim alanlarının, algılarında etkili olup olmadığı da ayrıca incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden betimleyici analiz kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşmeden faydalanılmıştır. Araştırmanın evreni Fırat Üniversitesi’nde görevli 16 dekanlardır. Araştırmada veriler örnekleme gitmeksizin tamsayım yöntemiyle toplanmıştır. Verilerin toplanması, 13.05.2019-24.05.2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde veri toplama aracı olarak açık uçlu yarı biçimlendirilmiş görüşme formları kullanılmış ve dekanlara 8 soru yöneltilmiştir.

Fırat Üniversitesi fakülte dekanlarının algılarına göre, Fırat Üniversitesi’nin 9 unsurla diğer üniversitelere göre farklılaştığı saptanmıştır. Dekanlara göre Fırat Üniversitesi, “Köklü Üniversite, Kampüs Büyüklüğü-Fiziki Yeterlilik, Güçlü Akademik Kadro, Akademisyen İhracı, Coğrafi

Konum, Ulaşım, Barınma, Mühendislik Eğitimi, Bölge Üniversitesi” unsurlarıyla farklılaşmış bir üniversitedir. Köklü Üniversite” unsuru 9 dekan; “Kampüs Büyüklüğü ve Fiziki Yeterlilik” unsuru 7 dekan; “Güçlü Akademik Kadro” unsuru 6 dekan; “Akademisyen İhracı” unsuru 5 dekan; Coğrafi Konum, Ulaşım, Barınma, Mühendislik Eğitimi” unsurları 3’er dekan; “Bölge Üniversitesi” unsuru bir dekan tarafından belirtilmiştir. Yanıtlar neticesinde Fırat Üniversitesi en fazla ‘Köklü Üniversite’ unsuruyla farklılaşmıştır. Bu unsuru “Kampüs Büyüklüğü ve Fiziki Yeterlilik, Güçlü Akademik Kadro, Akademisyen İhracı” unsurları izlemiştir. Fırat Üniversitesi’nin farklılaştığı unsurlar olarak en az ifade edilen ‘Bölge Üniversitesi’ unsuru olmuştur. Bu farklılaşma unsurlarını ifade eden dekanların görevli oldukları bilim alanlarına göre değerlendirilmesi yapıldığında, Fırat Üniversitesi’nin sahip olduğu farklılaşma unsurlarından “Köklü Üniversite, Kampüs Büyüklüğü-Fiziki Yeterlilik, Güçlü Akademik Kadro, Coğrafi Konum ile Mühendislik Eğitimi” en fazla fen bilimleri alanında görevli dekanlar tarafından, “Akademisyen ihracı” unsuru en fazla sağlık bilimlerinde görevli dekanlar tarafından belirtilmiştir. “Ulaşım” ile “Barınma” unsurları sağlık bilimleri, fen bilimleri ve sosyal bilimler alanında görevli dekanlar tarafından eşit sayıda ifade edilmiştir. Fırat Üniversitesi’nin sahip olduğu farklılaşma unsurları içinde en az ifade edilen ‘Bölge Üniversitesi’ unsuru ise sağlık bilimleri alanında görevli bir dekan tarafından belirtilmiştir. Elde edilen farklılaşma unsurlarından “Güçlü Akademik Kadro” ve “Kampüs Büyüklüğü-Fiziki Yeterlilik” unsurları, Çatı ve Bilgin (2015)’in Türkiye’deki üniversitelerin konumlandırma faaliyetlerinde ön plana çıkan boyutları inceledikleri çalışmada belirtilen boyutlarla benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar “Akademik Kadro” boyutu altında akademik personel sayısı ve niteliği ve “Uygulamalı Eğitim” boyutu altında laboratuvar olanakları ve öğrenme ortamı alt boyutlarına ulaşmışlardır. Bu boyutlar Fırat Üniversitesi dekanları tarafından ifade edilen farklılaşma unsurlarıyla paralellik taşımaktadır. Ayrıca, Harsha ve Shah (2011)’ e göre eğitim kurumları için köklü bir geçmişe sahip olmak, toplumda marka bilinirliğini sağlayan önemli bir unsurdur. Kemp, Madden, Simpson (1998), coğrafi konumun üniversite tercihlerinde önemli olduğunu belirtmiştir. Bu iki araştırmacının ifadeleri de bu çalışma sonuçlarını destekler niteliktedir.

Fırat üniversitesinin farklılaşma unsurlarını iç paydaşlarıyla yeterince paylaşmış paylaşılmadığı sorusuna görüş bildiren 10 dekan içinde yarısı “Evet”, yarısı “Hayır” yanıtını vermiştir. 2 dekan “Kısmen” paylaşım yapıldığını belirtmiş, 4 dekan bu konuda belirli bir görüş belirtmemiştir. “Evet” ve “Hayır” yanıtı en çok fen bilimleri alanında görevli dekanlar tarafından belirtilmiştir. Görüş belirtmeyen dekanlar ise sosyal bilimler alanında görevli dekanlarda ağırlık kazanmıştır. Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurlarını iç paydaşlarına; web sayfası, sosyal medya, radyo-tv organlarının kullanımı ve oryantasyon programları yoluyla ulaştırdığı ve aynı zamanda iç paydaşların ağızdan ağıza iletişim yoluyla rol oynadığı anlaşılmıştır. İç paydaşların Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurlarının farkında olup olmadığı hususunda dekanların 9’u “Evet” yanıtını, 2’si “Hayır” yanıtını vermiştir. “Evet” yanıtı sağlık bilimleri, fen bilimleri, sosyal bilimler alanlarında görevli dekanlarda eşit sayıda ağırlık kazanmıştır.

Fırat Üniversitesi’nin sahip olduğu farklılıkları kamuoyuyla paylaşmış paylaşılmadığı sorusuna 5 dekan “Hayır” ve 8 dekan “Evet”, 3 dekan “Kısmen” yanıtını vermiştir. Bir kurumun sahip olduğu farklı özellikler, hedef kitleye aktarılamadığı takdirde arzulan netice elde edilemeyecektir. Doyl (2001)’e göre, bir markanın başarısı etkili bir ürün üretilmesi, farklılaştırıcı bir kimlik oluşturulması ve katma değer yaratılmasıyla ilişkilidir (aktaran Temple, 2006). Fırat Üniversitesi’nin farklılıklarını kamuoyuyla paylaşmış paylaşılmadığı ile ilgili soruya “Hayır” yanıtını veren dekanlar gerekçe olarak kamuoyunun üniversitenin yaptığı çalışmalara karşı ilgi duymamasını; yöneticilerin yeterli çalışma göstermemesini; yerel halkın üniversiteye karşı olumsuz yönde bir algıya sahip olmasını; üniversite-kamuoyu ilişkisinin karşılıklı zayıf olmasını ve profesyonel bir ekibin bulunmamasını göstermiştir. Soruya “Evet” ve “Kısmen” yanıtını veren dekanlar, üniversitenin farklılıklarını kamuoyuna aktarma noktasında, üniversitenin web

sayfasından faydalandığını, radyo-tv ve sosyal medyayı kullandığını, yurt içi ve dışı fuarlarda yer aldığını, ETSO ile EOSB gibi dış paydaşlarla temas halinde olduğunu, sanayi alanındaki problemlerin çözümüne ilişkin bilimsel çalışmalar yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu soruya “Evet” diyen dekanların ön plana çıkardıkları web sayfasından tanıtımın, literatürde birçok çalışmada ele alındığı görülmektedir (Opoku vd. 2008; Morkoç ve Doğan 2014; Yurdakul Başok ve Coşkun 2009; Koç 2015; Rooji ve Lemp 2010). Ayrıca, Fırat Üniversitesi öğrencilerinin üniversitenin farklılıklarını ağızdan ağıza iletişimle aktardıklarına dikkat çekilmiştir. Soruya “Evet” yanıtı veren dekanların ağırlıklı olarak fen bilimleri alanında, “Hayır” yanıtı veren dekanların ağırlıklı olarak sağlık bilimlerinde görevli dekanlardan oluştuğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda Fırat Üniversitesi’nin farklılıklarını kamuoyuyla paylaşması konusunda yetersiz olduğu görüşünü taşıyan dekanların en fazla sağlık alanında görevli dekanlardan oluştuğu anlaşılmaktadır. Soruyu “Kısmen” olarak yanıtlayan dekanlar sağlık, fen ve sosyal bilimlerde görevli dekanlar arasında eşit olarak dağılmıştır.

Fırat Üniversitesi’nin tanıtımında ön plana çıkardığı unsurlarının, sağlık eğitimi (tıp fakültesi ve veteriner fakültesi); akademik kadro; mühendislik eğitimi; kampüs; güvenli bir şehirde olma, üniversite-sanayi iş birliği; verilen sağlık hizmeti (üniversite hastanesi ve hayvan hastanesi); öğrenciye yönelik olumlu tutum ve yabancı uyruklu öğrenci olduğu anlaşılmıştır. Dekanlar tarafından üniversite tanıtımında ön plana çıkarılan unsurlar literatürü desteklenmektedir. Sosyal yaşam ortamının ve üniversitenin bulunduğu şehrin öğrencilerin tercihinde önemli bir unsur olduğu (Duarte vd., 2010 ve Penpece, 2014) tarafından ifade edilmektedir. Tanıtımda ön plana çıkarılması gereken unsurların ise; akademisyenlerin yaptığı bilimsel yayınlar; üniversite-sanayi işbirliği çalışmaları; dış paydaşlarla yapılan çalışmalar olduğu anlaşılmıştır.

Dekanlara göre Fırat Üniversitesi’nin farklılaşma unsurları hakkında kamuoyu bilgi sahibidir. Bu yönde 8 dekan “Evet”, 3 dekan “Kısmen” ve 5 dekan “Hayır” yanıtı vermiştir. “Evet” yanıtı fen bilimleri alanında, “Hayır” yanıtı sağlık bilimleri alanında ve “Kısmen” yanıtı sağlık bilimleri, sosyal bilimler ve eğitim bilimleri alanında eşit sayıda dağılım göstermiştir. Kamuoyunun “Kısmen” farkındalık taşımaya ilişkin olarak görüş bildiren dekanlar gerekçe olarak kamuoyunun ilgisizliğini, farkındalığın sadece ilgi alanı olan kişilerle veya yerel halkla sınırlı kalması şeklinde ifade etmiştir.

Görüşmeler sonucunda Fırat Üniversitesi’nin bilim alanı olarak en iddialı olduğu bilim alanının sağlık bilimleri alanı olduğu anlaşılmıştır. Bunu sırasıyla fen bilimleri, sosyal bilimler ve eğitim bilimleri izlemiştir. Fakülte bazında en iddialı fakülte Mühendislik Fakültesi olmuştur. Bunu sırasıyla Veteriner Fakültesi, Tıp Fakültesi, İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Fen Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Eğitim Fakültesi izlemiştir. Mühendislik Fakültesi, bütün dekanlar tarafından Fırat Üniversitesinin eğitimde iddialı olduğu alan olarak belirtilmiştir. Veteriner Fakültesi, Fırat Üniversitesinin iddialı olduğu ikinci alan olarak ifade edilmiştir. Veterinerlik Fakültesi 10 dekan tarafından belirtilmiştir. Bu 10 dekan, fen bilimleri ve sağlık bilimleri alanında görevli dekanlar içinde eşit sayıda ağırlık kazanmıştır. Tıp Fakültesi, Fırat Üniversitesinin iddialı olduğu üçüncü alan olarak belirtilmiştir. Tıp Fakültesi’ni eğitimde iddialı gören 9 dekanın 5’i sağlık bilimlerinde görev yapan dekanlardan oluşmaktadır. Sağlık bilimleri alanında görevli bütün dekanların Tıp Fakültesi’ni eğitimde iddialı gördüğü anlaşılmıştır. İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi’ni iddialı bulan 7 dekanın, birinin sağlık bilimleri alanında, diğerlerinin ise fen bilimleri ve sosyal bilimler alanında görev yapan dekanlar arasında eşit sayıda ağırlık kazandığı anlaşılmıştır. Çatı, Bilgin, Kethüda (2016) yaptığı çalışmada, Türkiye’deki üniversitelerin çoğunluğu öncelikle sağlıkta sonra mühendislik alanında konumlanmaktadır. Fırat Üniversitesi’nde Türkiye genelinden farklı olarak, eğitim alanında mühendislik alanının daha güçlü olduğu ve sonra sağlığın geldiği görülmektedir.

Dekanların nezdine Fırat Üniversitesi’nin aday öğrencilere vaat ettiği unsurlar sırasıyla; “İyi Bir Eğitim”, “Kampüs Olanakları”, “Fiziki Altyapı”, “Akademik Altyapı”, “Şehir”, “Yurt

İmkânları”, “Yurt Dışı Eğitim ve Akreditasyon” dur. En fazla belirtilen vaat unsuru 13 dekanın ifadesinde geçen “İyi Bir Eğitim” olmuştur. İkinci sırada 10 dekan tarafından belirtilen “Kampüs Olanakları” yer almıştır. Üçüncü sırada 6 dekan tarafından belirtilen “Fiziki Altyapı”, dördüncü sırada 5’er dekan tarafından belirtilen “Akademik Altyapı” ile “Şehir” unsurları, beşinci sırada 4 dekan tarafından belirtilen “Yurt İmkânları” yer almıştır. Altıncı ve son sırada 2 dekan tarafından belirtilen “Yurt Dışı Eğitim ve Akreditasyon” unsuru yer almıştır. Fırat Üniversitesi’nin aday öğrencilere vaat ettiği unsurlara ilişkin dekanların verdiği yanıtların bilim alanlarına göre dağılımına bakıldığında “İyi Bir Eğitim”, “Kampüs Olanakları”, “Fiziki Altyapı”, “Akademik Altyapı” ve “Yurt İmkânları” unsurları en fazla fen bilimleri alanındaki dekanlar tarafından belirtilmiştir. Fen bilimleri alanında görevli dekanların tamamı “İyi bir Eğitim” ile “Kampüs Olanakları” unsurlarını bir vaat unsuru olarak görmektedir. “Şehir” unsuru en fazla sağlık bilimleri alanında görevli dekanlar tarafından belirtilen vaat unsuru olmuştur. Dekanlar nezdinde Fırat Üniversitesi’nin aday öğrencilere vaat ettiği unsur içinde en az ifade edilen başlık “Yurt Dışı Eğitim ve Akreditasyon” olmuştur. Dekanların vermiş olduğu cevaplarla literatürde birçok çalışma paralellik göstermektedir. Kuzu vd. (2018)’de öğrencilerin üniversitede önemseydiği en önemli unsurun, eğitim kalitesi olduğunu ifade etmektedir. Judson vd. (2006), Chicago Üniversitesi’nin konumlandırmasını daha iyi yurt imkânları üzerine belirlediğini ifade etmiş; Duarte vd. (2010), öğrenciler için sosyal yaşam alanlarının önemini belirtmiş; Penpece (2014), üniversitenin bulunduğu şehrin belirleyici olduğunu ifade etmiş, Baker vd. (1996), uluslararası yükseköğretimde tercih nedenleri arasında üniversite eğitimindeki kaliteyi ve belirli eğitim sahalarında tanınırlığa parmak basmıştır.

Fırat Üniversitesi öğrencilerinin okudukları üniversiteyi nasıl değerlendirdiklerine ilişkin dekanların algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Dekanlar, “Kaliteli Eğitim”, “Kampüs Olanakları”, “Öğrenciye Olumlu Yaklaşım”, “Fiziki Altyapı” ve “Kariyer Olanakları” olarak 5 başlıkta görüş bildirmişlerdir. Dekanlara göre, mevcut öğrenciler Fırat Üniversitesini bu başlıklar içinde değerlendirmektedir. Soruya verilen yanıtların dekanların görevli oldukları eğitim alanlarına göre dağılımı incelendiğinde “Kaliteli Eğitim” unsurunda en fazla görüş fen bilimleri alanındaki dekanlar tarafından belirtilmiştir. “Kampüs Olanakları” sağlık bilimleri ve fen bilimleri alanında görevli dekanlar arasında eşit sayıda ifade edilmiştir. “Öğrenciye Olumlu Yaklaşım” en fazla sağlık bilimleri alanında görevli dekanlar tarafından vurgulanmıştır. Öğrenciye karşı üniversite çalışanlarınca sergilenen olumlu tutumun, öğrencinin üniversiteye karşı olumlu bakış açısı kazanmasını literatür de desteklemektedir (Chapleo, 2004). “Fiziki Altyapı” unsuru fen bilimleri ve sosyal bilimler alanında görevli dekanlar arasında eşit sayıda ifade edilmiştir. En az belirtilen unsur “Kariyer Olanakları” olmuştur. Bu unsura yönelik yanıtlar sağlık bilimleri ve fen bilimleri alanında görevli dekanlar arasında eşit dağılım göstermiştir.

Çalışmada Fırat Üniversitesi dekanlarına göre, Fırat Üniversitesinin diğer üniversitelerden farklılaşp farklılaşmadığı, farklılaşma varsa hangi konularda farklılaştığı belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, dekanların görev yapmış oldukları fakülte ve akademik alanlarının, belirtmiş oldukları görüşlerde etkili olup olmadığı da irdelenmiştir. Çalışmanın kısıtı incelemenin sadece Fırat Üniversitesi üzerinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Üniversite konumlandırması ve farklılaşması konusunda bundan sonra yapılacak çalışmaların üniversite öğrencileri, akademik personel, idari personel gibi iç paydaşlar veya iş insanları, sanayi kuruluşları, yerel yönetimler gibi dış paydaşların görüşleri doğrultusunda gerçekleştirilmesi daha zengin sonuçların ortaya çıkmasına hizmet edecektir.

Kaynakça

Atabek, Ş, G. ve Atabek, Ü. (2015). Türk Üniversitelerinin imajı: Üniversitelerin basın reklamları üzerine bir çalışma, *Eğitim ve Bilim*, 40(180), 155-168.

<http://dx.doi.org/10.15390/EB.2015.2916>

- Baker, M., Creedy, J. ve Johnson, D. (1996). Financing and Effects of Internationalisation in Higher Education: An Australian Country Study. (<https://www.voced.edu.au/content/ngv%3A33631> Erişim Tarihi: 17.03.2019).
- Beneke, J. H., Bussc, B., Bussc, M. ve Town, C. (2011). Marketing The Institution to Prospective Students-A Review of Brand (Reputation) Management in Higher Education. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 29-44.
- Carvalho, S. W. ve Mota, M. O. (2010). The Role of Trust in Creating Value and Student Loyalty in Relational Exchanges Between Higher Education Institutions and Their Students. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1), 145-165.
<https://doi.org/10.1080/08841241003788201>
- Chapleo, C. (2004). Interpretation and Implementation of Reputation/Brand Management by UK University Leaders. *International Journal of Educational Advancement*, 5(1), 7-23.
- Çakırcı, M. A. (2013). *Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Çatı, K ve Bilgin, Y. (2015). Türkiye'deki Üniversitelerin Konumlandırma Kriterleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Yüksek Öğretim Dergisi*, 5(2), 91-102. doi:10.2399/yod.15.011
- Çatı, K., Kethüda, Ö. ve Bilgin, Y. (2016a). Üniversitelerin Konumlandırma Stratejileri: İstanbul'daki Üniversiteler Üzerine Bir İnceleme. *Eğitim ve Bilim*, 41(185), 219-234.
<http://dx.doi.org/10.15390/EB.2016.2723>
- Çatı, K., Bilgin, Y. ve Kethüda, Ö. (2016b). Türkiye'deki Üniversitelerin Kendilerini Konumlandıkları Eğitim Alanları. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 6(2), 231-241.
doi: 10.5961/jhes.2016.159
- Demirtaş, M. (2012). Vakıf Üniversitelerinin Tanıtım Faaliyetlerinin Öğrenci Tercihleri Üzerindeki Etkileri: İstanbul Aydın Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(4), 212-231.
- Duarte, P. O., Alves, H. B. ve Raposo, M. B. (2010). Understanding University Image: A Structural Equation Model Approach. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 7(1), 21-36. doi: 10.1007/s12208-009-0042-9
- Er, F. ve Yıldız, E. (2018). Türkiye Girişimci Ve Yenilikçi Üniversite Endeksi 2016 ve 2017 Sonuçlarının Oreste ve Faktör Analizi İle İncelenmesi. *Alphanumeric Journal*, 6(2), 293-310. doi: 10.17093/alphanumeric.431034
- Harrison, L. J. (2009). Strategic Positioning in The Higher Education. *Academy of Educational Leadership Journal*, 13(1), 103-111.
- Harsha, P. P. ve Shah, S. (2011). Creating Brand Value of Higher Education Institution. *International Journals of Marketing and Technology*, 19(2), 152-158.
- İslamoğlu, A. H. ve Fırat, D. (2011). *Stratejik Marka Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Judson, K. M., Gorchels, L. and Aurand, T. W. (2006). Building A University Brand From Within: A Comparison of Coaches. Perspectives of Internal Branding. *Journal of Marketing For Higher Education*, 16(1), 97-114. https://doi.org/10.1300/J050v16n01_05
- Kemp, S., Madden, G. ve Simpson, M. (1998). Emerging Australian Education Markets: A Discrete Choice Model of Taiwanese and Indonesian Student Intended Study Destination. *Education Economics*, 6(2). 159-169. <https://doi.org/10.1080/09645299800000013>

- Koç, H. İ. (2015). Üniversitelerde Web Sitelerinin Kurumsal İletişim Amaçlı Kullanımı: Devlet ve Vakıf Üniversitelerinin Web Siteleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 57-83.
<https://doi.org/10.19145/guifd.86451>
- Kuzu, Y., Sıvacı, S. Y. ve Kuzu, O. (2018). Üniversite Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin İkili Karşılaştırması. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37, 128-156.
- Lowry, J. R. ve Owens, B. D. (2001). Developing A Positioning Strategy for A University. *Services Marketing Quarterly*, 22(4), 27-41. https://doi.org/10.1300/J396v22n04_03
- Marangoz, A. Y. ve Arslan, F. M. (2015). Üniversitelerin Pazarlanmasında Tutundurma Boyutu: Kavramsal Bir İrdeleme. *Toros Üniversitesi İktisadi, İdari Sosyal Bilimler Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 139-155.
- Morkoç Kekeç, D. ve Doğan, M. (2014). Üniversite “Web” Sitelerinin Tanıtım Amaçlı Kullanımı: Üniversitelerin Turizm Bölümleri Üzerine Bir Araştırma. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4(1), 56-66. doi: 10.5961/jhes.2014.089
- Mucuk, İ. (2014). *Pazarlama İlkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Opoku, R. A., Hultman, M. ve Saheli-Sangari, E. (2008). Positioning in Market Space: The Evaluation of Swedish Universities Online Brand Personalities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(1), 124-144. doi: 10.1080/08841240802100386
- Penpece, D. (2014). *Yükseköğretim Kurumlarında Pazarlama Türkiye’deki Mevcut Duru*. İstanbul: Karahan Kitabevi.
- Williams van Rooji, S. ve Lemp, L. K. (2010). Positioning E-Learning Graduate Certificate Programs: Niche Marketing in Higher Education. *Services Marketing Quarterly*, 31(3), 296-319. <https://doi.org/10.1080/15332969.2010.486691>
- Tatlı, E. (2013). Üniversite Reklamlarında Konumlandırma Mesajlarının Kullanımı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 12(23), 289-316.
- Temple, P. (2006). Branding Higher Education: Illusion or Reality?. *Perspectives: Policy & Practice in Higher Education*, 10(1), 15-19. <https://doi.org/10.1080/13603100500508215>
- Trout, J. ve Rivkin, S. (2013). *Farklılaş Ya Da Öl*. (Çev. B. Adıyaman). İstanbul: Mediacat.
- Ural, T. (2009). *Markalamada Yol Haritası*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ünal, A. ve Çatı, K. (2016). Türkiye’deki Üniversitelerin Girişimcilik Serüveni: Bir Gömülü Teori Araştırması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(1), 84-121.
- Waeraas, A. ve Solbakk, M. N. (2009). Defining The Essence of A University: Lessons From Higher Education Branding. *Higher Education*, 57(4), 449-462. doi:10.1007/s10734-008-9155-z
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A.ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, S. (2014). Üniversiteler Ne Vaat Ediyor? Türkiye’deki Üniversitelerin Basın İlanları Üzerine Bir İçerik Analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 155-170.

Yurdakul Başok, N. ve Çoşkun, G. (2009). Fakültelerde Web Sitelerinin Kurumsal Tanıtım Amaçlı Kullanımı: İletişim Fakülteleri Web Siteleri Üzerine Bir Araştırma. Journal of Yaşar University, 4(13), 1951-1976.

İnternet Kaynakları

İnternet-1: <https://www.yok.gov.tr/yayinlar/yayinlarimiz> Erişim Tarihi: 01.07.2019

Yükseköğretim Kurulu (2018). *Yükseköğretim Politikalarında "Yeni Yök.1Temmuz 2019 tarihinde* <https://www.yok.gov.tr/Documents/Yayinlar/Yayinlarimiz/Yuksekogretim_politikalarinda_yeni_yok.pdfwww.Yok.Gov.Tr/Documents/Yayinlar/Yayinlarimiz/Yuksekogretim_Politikalarinda_Yeni_Yok.Pdf > Erişim tarihi: 01.07.2019

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN SÜPERMARKETLERDEKİ PLANSIZ ALIŞVERİŞ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: BOLU ÖRNEĞİ

Niyazi GÜMÜŞ¹, Ebru ONURLUBAŞ²

Öz

Tüketicilerin satın alma nedenlerini öğrenmek günümüz işletmeleri için büyük bir zorunluluk haline gelmiştir. İşletmeler tüketicilerin satın alma nedenlerini öğrendikçe onları yönlendirebileceklerinin ve rakiplerine karşı avantaj sağlayabileceklerinin farkındadırlar. Bu nedenle gerek işletmeler tarafından gerekse araştırmacılar tarafından tüketici davranışları alanında çok sayıda araştırma yapılmaktadır. Bu araştırma konularından biri de tüketicilerin süpermarketlerde vb. mağazalarda yaptıkları plansız alışverişlerdir. Tüketiciler süpermarketlerin gerek fiziksel koşulları gerekse promosyon çalışmaları nedeniyle planladıkları alışverişin dışına çıkabilmektedirler. Bu araştırma ile tüketicilerin süpermarketlerde yaptıkları plansız alışveriş davranışlarında kişilik özelliklerinin etkisinin öğrenilmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında 2019 Kasım ve Aralık aylarında Bolu'da faaliyet gösteren büyük ölçekli süpermarket müşterilerinden kolayda örnekleme yöntemine göre belirlenmiş 300 katılımcıya yüz yüze anket yapılmıştır. Araştırma sonucunda kişilik özellikleri boyutlarından; dışa dönüklülüğün, duygusal dengenin tüketicilerin plansız alışveriş davranışları üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada sorumluluk, açıklık, uyumluluk boyutlarının plansız alışveriş üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır.

Anahtar kelimeler: Tüketici davranışları, plansız alışveriş, kişilik özellikleri, Süpermarket

THE EFFECT OF PERSONALITY TRAITS ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN SUPERMARKET: THE CASE OF BOLU

Abstract

It has become a great necessity for today's businesses to learn why consumers buy. Businesses are aware that as they learn the reasons for purchasing, they can direct them and gain an advantage over their competitors. For this reason, many researches are carried out in the field of consumer behavior by both businesses and researchers. One of these research topics is that consumers are in supermarkets. They are impulsive buying in stores. Consumers may go beyond their planned shopping due to both physical conditions and promotional activities of supermarkets. With this research, it is aimed to learn the effect of personality traits on the unscheduled shopping behavior of consumers in supermarkets. Within the scope of the research, a face-to-face questionnaire was conducted with 300 participants selected according to convenience sampling method among large-scale supermarket customers operating in Bolu in November and December 2019. As a result of the research, from the dimensions of personality traits; It has been determined that extraversion and emotional balance have a positive effect on the impulsive buying behavior of consumers. In the study, no significant effect of responsibility, openness, compliance dimensions on unplanned shopping was found.

Keywords: Consumer behavior impulsive buying, personality traits, Supermarket

1. Giriş

Globalleşme ile birlikte teknolojiye bağlı olarak mal ve hizmetlerin değişmesi, bireylerin gelirleri arasındaki farklılıklar ve gıda perakendeciliğindeki gelişmeler tüketicilerin satın alma davranışlarını da değiştirmiştir. Bu durum perakendecileri devamlılıklarını sağlayabilmesi için

¹Doç. Dr. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, niyazigumus@ibu.edu.tr, orcid: 0000-0001-8737-3114

²Doç. Dr. Trakya Üniversitesi Keşan UBYO, Uluslararası Ticaret Bölümü, ebruonurlubas@trakya.edu.tr, orcid: 0000-0002-2341-0788

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Gümüş, N. ve Onurlubaş, E. (2021). Kişilik özelliklerinin süpermarketlerdeki plansız alışveriş davranışlarına etkisi: Bolu örneği, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 22-35

Makale Geliş Tarihi:25/01/2021

Makale Kabul Tarihi:01/04/2021

Makale Yayın Tarihi:30/07/2021

gelişmeleri takip etmeye, ekonomik ürünleri piyasaya sürmeye, yeni pazarlama stratejilerini oluşturmaya yöneltmiştir (Onurlubaş ve Öztürk, 2018:326). Pazarlama faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülebilmesi ve sürekli değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına uygun başarılı bir pazarlama stratejisi oluşturulabilmesi için tüketici davranışlarının iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Öztürk ve Tekin, 2020:25). Bu nedenle tüketici davranışları marka ve firmaların üzerinde yoğun biçimde araştırma yaptığı konuların başında gelmektedir. Marka ve firmalar tüketicilerin alışveriş davranışlarını takip etmek suretiyle onların kararlarını yönlendirebileceklerini bilmektedirler. Süpermarket alışverişlerinde de tüketicilerin plansız alışveriş davranışlarının takip edilmesi büyük önem taşımaktadır. Tüketiciler çok farklı nedenlerle süpermarket alışverişlerinde plansız satın alımlar yapabilmektedir. Tüketicilerin gelirlerindeki artışlar, demografik özelliklerindeki değişimler, süpermarketlerin fiziksel unsurlarında meydana gelen yenilikler, mağaza içi uyarıların artması, ürünlerde ve ambalajlarında meydana gelen değişiklikler vb. değişimler tüketicilerin gerek süpermarketlerde gerekse mağazalarda yaptıkları plansız alışverişlerin tekrar tekrar incelenmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı süpermarketlerde tüketicilerin plansız alışveriş davranışlarının incelenmesi ve plansız alışveriş davranışlarında kişilik özelliklerinin etkisinin incelenmesi olarak belirlenmiştir.

2. Plansız Satın Alma Kavramı

Plansız satın alma bir ürünü satın almak için güçlü ve kendiliğinden ortaya çıkan ani bir dürtü olarak tanımlanmaktadır (Rook, 1987). Schiffman ve Kanuk (2007) ise plansız satın almayı duygusal ve acil bir karar olarak ifade etmektedirler. Beatty ve Ferrell (1998) ise bir ürün veya herhangi bir başka satın alma için önceden bir plan yapmadan kendiliğinden ortaya çıkan satın alma olarak tanımlamışlardır. Plansız satın alma o anın mevcudiyetinden satın alma ve ne kadar harcadıkları veya en iyi satın alma konusunda endişeli görünme eğiliminde olan tüketicilerin davranışlarını tanımlamaktadır (Gümüş ve Karaca, 2020). Odabaşı ve Barış (2012) ise, herhangi bir plana dayanmadan çoğunlukla bir dürtünün aniden ortaya çıkmasının sonucunda yapılan alımlar olarak bu kavramı tanımlamışlar ve plansız satın alma türlerini aşağıdaki gibi sınıflandırmışlardır:

Tamamen plansız alımlar: Yeni bir ürünü markayı görüp ona sahip olma isteği duymak, onu denemek istemekle harekete dönüştürülen alımlardır. Örneğin süpermarkette dolaşırken markanın yeni piyasaya sunulan ürününü görüp satın almak istemek gibi.

Hatırlatmalarla yapılan plansız alımlar: Önceden alışveriş listesinde olup da alınması unutulmuş bir ürünü hatırlayıp anında alım yapılan durumlardır. Süpermarkette dolaşırken bir önceki alışveriş listesinde olup unutulmuş bitki içerikli dış macununu almak gibi.

Öneriyle gelen plansız alımlar: Önceden hissedilmeyen bir ihtiyacı tatmin eden bir ürünle karşılaşılıp ürünün ve diğer unsurlarının çekiciliğine kapılarak yapılan alımlardır. Örneğin mağazada dolaşırken göze çarpan günün moda renginde olan kazağın indirimli fiyatından dolayı alınması.

Yapılan planlı alışverişin getirdiği plansız alımlar: Bir ürünü satın alma planı ile alışverişe gidip ve diğer markanın çekiciliğine, promosyon çalışmalarına kapılıp alım yapılan durumdur. Örneğin alışverişe keten gömlek almak üzere çıkıp ipek gömlek ile geri dönmek, üstelik gömleğe çok yakışan bir de ceket almak gibi.

Tüketicilerin plansız satın alma davranışlarını çok sayıda faktör etkilemektedir. Genel olarak; alışveriş ortamı, alışverişçinin kişisel özellikleri, ürünün kendisi ve çeşitli demografik ve sosyo-kültürel özellikler bu faktörler arasında öne çıkmaktadır (Muruganatham ve Bhakat, 2013). Ayrıca mağaza atmosferi ve tasarımını da eklemek yanlış olmayacaktır. Zira mağaza tasarımının plansız alışverişe neden olduğu bilinmektedir.

3. Kişilik Kavramı ve Beş Faktör Kişilik Modeli

Tüketiciler satın alma karar süreçlerinde çok sayıda iç ve dış faktörden etkilenmektedir. İnsanın kendisine özgü biyolojik ve psikolojik özelliklerinin bütünü olarak tanımlanabilecek olan kişilik faktörü de tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerden biridir. Kişilik bireyin kalıtsal özelliklerinden ve kişisel deneyimlerinden kaynaklanıp onu diğerlerinden ayırarak benzersiz kılmaktadır. Kişilik değişebileceği gibi tutarlı ve süreklilik de gösterebilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2012). Kişilik bireylerin çeşitli durumlara verdiği tutarlı tepkiler olarak ifade edilmektedir. Yapılan çalışmalarda kişiliğin ürün ve marka seçiminde yönlendirici olduğu tespit edilmiştir. Pazarlama açısından, kişilik özelliklerinin uygun ürün ve hizmetlerin sunulmasında, tüketici ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılanmasında, pazar bölümlenme ve hedef pazar seçiminde göz önünde bulundurulması gereken bir değişken olduğu görülmektedir. Kısacası tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetler, onların kişiliklerinden etkilenmektedir (Deniz ve Erciş, 2008). Bireylerin sahip olduğu kişisel özelliklerin satın alma davranışları üzerindeki etkisini araştıran çalışmalar incelendiğinde içedönüklük, özgüven, dışadönüklük, duygusallık gibi psikolojik kişilik özelliklerin tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde önemli ölçüde belirleyici olduğu ortaya konulmuştur (Faber ve O’Guinn, 1989). Kişilik özelliklerinin araştırılmasında en yaygın kullanılan yaklaşımlardan biri Beş Faktör Kişilik Modelidir. Modelin insan davranışlarını açıklamaya yardımcı olma kapasitesi, sosyoloji, yönetim ve pazarlama dâhil olmak üzere diğer bilim dallarından çok sayıda araştırmacının ilgisini çekmiştir.

Goldberg tarafından 1990 yılında geliştirilmiş “Beş Faktör Kişilik Modeli” “Dışa Dönüklük”, “Uyumluluk”, “Sorumluluk”, “Duygusal Denge” ve “Açıklık” olmak üzere beş boyut olarak yaygın biçimde kullanılmaktadır (Yaprak ve Dursun, 2018):

- **Dışadönüklük;** Başkaları ile iletişim ve etkileşim eğilimi olarak tanımlanan dışa dönüklük, bireyin heyecan ve yüksek enerji durumunu ifade etmektedir.
- **Duygusal denge;** Genel olarak üzüntü ve öfke gibi negatif duygulara eğilimi olan ve karşılaştığı her olay karşısında aşırı stres yaşayan bireylerin taşıdığı özelliklerdir.
- **Uyumluluk;** Diğerlerine oranla daha fazla işbirliği yapma eğiliminde olan, ilişkilerinde daha nazik, saygılı, sevecen, esnek bir yapıya sahip bireylerin taşıdığı özelliklerdir.
- **Sorumluluk;** Sorumluluk düzeyi ağır basan bireylerin azim, başarı, güvenilirlik, sorumluluk bilinci, planlı ve programlı olma gibi özelliklerini ifade etmektedir.
- **Açıklık;** Analitiklik, meraklılık, bağımsızlık, yaratıcılık, liberallik, geleneksel olmayan, güçlü hayal gücü, kuvvetlilik, geniş ilgi alanlarına sahip olma, sanata ilgi duyma ve açık fikirlilik gibi sıfatlar sayılabilmektedir.

4. Literatür İncelemesi

Tüketici davranışlarında son derece önemli bir alanı oluşturan plansız satın alma konusu gerek ulusal gerekse uluslararası alanda çok sayıda çalışmaya konu olmuştur. Bu bölümde konuyla ilgili öne çıkan araştırmalar ele alınmıştır. Konuyla ilgili Çin’de yapılan araştırmada satın alma noktasında yapılan bilgilendirme ve reklam çalışmalarının tüketicilerin plansız satın alma davranışlarını etkilediği vurgulanmıştır (Zhou ve Wong, 2003). Filipinlerde yapılan bir araştırmada ise plansız alışveriş davranışı bağlamında genç olan tüketicilerin yaşlı tüketicilere göre daha fazla plansız alışveriş yapma eğiliminde oldukları ve daha seyrek satın aldıkları ürünlerde plansız satın alma davranışı sergiledikleri tespit edilmiştir (Gutierrez, 2004). Plansız alışveriş yapan tüketicilerle ilgili ülkemizde yapılan bir araştırmada ise tüketicilerin gezmekten hoşlanan, her çıktığı alışverişte mutlaka bir şeyler satın alma zorunluluğu hisseden bireyler oldukları ortaya çıkmıştır (Erkmen ve Yüksel, 2008). Plansız alışveriş nedenleri sıralamasında ise ilk neden “Üründe indirim yapıldığını görmek “ olarak tespit edilmiştir. Aynı araştırmada kadınların erkeklerden daha fazla plansız

alışveriş yaptığı da tespit edilmiştir. Ayrıca plansız alışveriş davranışının tüketicilerin gelirleri ile doğru orantılı olduğu da tespit edilen bir diğer bulgu olmuştur (Ergin ve Akbay, 2011; Çakmak ve Tekinyıldız, 2013). Kredi kartı kullanımının plansız alışverişe etkisi ile ilgili Karabük Üniversitesi akademik personeli üzerinde yapılan bir araştırmada kredi kartı kullanımının plansız alışverişe neden olmadığı tespit edilmiştir (Çakmak ve Yurtsever, 2012). Okutan, Semiz Bora ve Altunışık (2013) yaptıkları çalışmada ise plansız satın alma tarzında tüketicinin yenilikçilik özelliklerinin daha etkin ve yönlendirici olduğunu ortaya koymuşlardır.

Diyarbakır'da 10 günlük sürede 300 kişi üzerinde yapılan bir araştırmada süpermarketlerdeki indirim anonslarının müşterilerin alışveriş listelerini etkileyip etkilemediği, yapılan anonsların sıklık ve türünün anlık olarak alışveriş ne denli etkilediğinin incelendiği araştırmada sonucunda yapılan anons sayısına ve anonsun hangi ürün grubunda olduğuna göre müşterilerin alışverişlerinin değiştiği görülmüştür. Müşteriler alışveriş esnasında duydukları anonslar neticesinde daha fazla ürün satın almışlardır (Yıldırım ve Aydın, 2012).

Plansız satın alma ile ilgili İzmir'de yapılan bir diğer araştırmada ise katılımcıların %73,9'u "süpermarket ve hipermarketlerde promosyonlardan etkilenerek anlık satın alma yapar mısınız" sorusuna evet yanıtını vermiştir. Katılımcıların plansız alışveriş davranışlarına en çok etki eden unsur diğer araştırmalarla benzer şekilde fiyat indirimi olarak ortaya çıkmıştır. Yine benzer şekilde kadınların erkeklerden daha fazla plansız alışveriş yaptığı da tespit edilmiştir (Yalman ve Aytekin, 2014; Tayfun, 2015). Plansız alışveriş ile ilgili yine İzmir'de yapılan bir diğer araştırmada ise hem kadınların erkeklere göre hem de çalışmayanların diğer meslek gruplarına göre daha fazla plansız satın alma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir (Aytekin ve Ay, 2015).

Thompson ve Prendergast (2015) yaptıkları çalışmada beş faktör kişilik özelliklerinin plansız satın alma üzerindeki etkisini incelemiştirlerdir. Araştırma 219 erkek, 623 kadın olmak üzere kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş üniversite öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre dışadönüklük, sorumluluk ve duygusal denge boyutlarının plansız satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Alışverişte geçirilen sürenin plansız alışverişe etkisi ile ilgili bir araştırmada ise tüketicilerin 15 dk'dan az süren kısa süreli alışverişlerde ve 1 saatten fazla süren alışverişlerde plansız alışveriş yapma eğilimlerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Chaturvedi, 2015). Konuyla ilgili Hindistan'da yapılan bir diğer araştırmada ise tüm demografik faktörler ile tüketicilerin plansız satın alma davranışları arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada ayrıca yüksek harcanabilir gelire sahip orta yaşta olan tüketicilerin daha fazla plansız satın alma davranışı gösterdiği tespit edilmiştir (Agarwal, 2015). Plansız alışveriş bağlamında kişilik tiplerini karşılaştırdığı çalışmasında Semiz Bora (2017) A tipi kişilik tipolojisine sahip tüketicilerin B tipi kişilik tipolojisine sahip tüketicilere göre daha fazla plansız alışveriş yaptıklarını tespit etmiştir. Konu ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada ise tüketicilerin yaş, medeni durum, net aylık gelir, alışveriş keyfi ve promosyon gibi faktörlerin plansız alışveriş davranışlarında etkili olduğu tespit edilmiştir (Sangalang vd. 2017). Ülkemizde 2017 yılında yapılan bir araştırmada tüketici özelliklerinden satın alma tarzı ölçeğinde yer alan hedonik satın alma ve faydacı satın alma değişkenlerinin plansız satın alma kararı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, hedonik satın almanın katılımcıların plansız satın alma kararlarını istatistiksel açıdan pozitif yönde etkilediği, faydacı satın almanın ise plansız satın alma kararını istatistiksel açıdan negatif yönde etkilediği de ortaya konulmuştur (Beytulova ve Yaşın, 2017). Hedonik tüketim ve plansız alışveriş arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik Muğla'da yapılan bir araştırmada da tüketicilerin plansız satın alma

davranışlarının arkasında hazcı tüketim eğiliminin yattığı tespit edilmiştir. Araştırmada tüketicilerin hazcı ve heyecan verici bir ürün ile karşılaştıklarında plansız satın alma eğiliminin arttığı tespit edilmiştir. Aynı araştırmada faydacı ve rasyonel tüketim anlayışını benimseyen tüketicilerin düşük düzeyde plansız satın alma davranışı sergiledikleri tespit edilmiştir (Türk, 2018).

Ülkemizde konuyla ilgili internet üzerinden yapılan bir araştırmada ise, satış promosyonu, kredi kartı kullanımı ve hem olumsuz hem de olumlu ruh halinin plansız satın alma davranışını olumlu yönde etkilediği, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi demografik değişkenlerin ise istatistiksel olarak anlamlı derecede farklı bulunduğu gelir düzeyi ve medeni durumun ise anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir (Akyüz, 2018). Konuyla ilgili yapılan araştırmalara devam edecek olursak, mağaza içi unsurların tüketicilerin plansız satın alma davranışlarına etkisi ile ilgili bir araştırmada mağaza içi alışveriş atmosferinin plansız satın alımları etkilediği tespit edilmiştir; fiyat indirimlerinin, kuponların ve reyon görevlisi/ satış danışmanlarının tüketici davranışlarını doğrudan etkilediği vurgulanmıştır. Araştırmada mağaza içi havalandırmanın, hafif müzik ve taze koku gibi diğer faktörlerin, alışveriş yapan kişinin mağazada veya alışveriş merkezinde geçirdiği süreyi arttırdığı bu sayede mağazada daha fazla zaman geçirmek suretiyle, listelenenlerden daha fazla alışveriş yapma durumunda olacağı vurgulanmıştır (Jhawar ve Kushwaha, 2018). Sonuç olarak, perakendecilerin, tüketicileri alışveriş yapmaları için teşvik etmeyi amaçlayan bir mağaza atmosferi yaratmaları gerekmektedir. Mağaza ortamının ayarlanması, tüketicileri alışveriş konusunda harekete geçirecektir. Mağaza tasarımı, mağaza düzeni, görsel unsurlar, aydınlatma, müzik ve koku tüketicileri etkileyen faktörlerdir. Öğeler, tüketicilerin kafasında mağaza imajı oluşturacak şekilde düzenlenir. Bu unsurlar ile düzenlenmiş mağaza atmosferi yoluyla yaratılan kolaylık ve rahatlık, satın alma eyleminde plansız alışveriş yapan tüketicileri çekebilecektir (Widyastuti, 2018).

Plansız satın alın alma ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin ele alında bir araştırmada katılımcıların kişilik envanteri dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve yeniliklere açık olma alt boyutları ile plansız satın alma davranışı arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde kişilik envanteri uyumluluk alt boyutu ile plansız satın alma arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilik envanteri sorumluluk alt boyutu ve yeniliklere açık olma alt boyutları ile plansız satın alma davranışı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte duygusal denge alt boyutu ile plansız satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (Yılmazoğlu ve Topal, 2019).

Divanoğlu ve Uslu (2019) tarafından Aksaray ilinde 530 katılımcı ile yapılan araştırmada kişilik özellikleri ile plansız satın alma davranışı arasında ilişki tespit edilmiştir. Araştırmada plansız davranma ile dışadönüklük arasındaki korelasyon analizi sonucuna göre pozitif bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Uyumluluk kişilik özelliği ile plansız satın alma arasında ise ilişki tespit edilememiştir. Benzer şekilde sorumluluk kişilik özelliği ile plansız davranma arasında da ilişki tespit edilememiştir. Bununla birlikte, duygusal denge ile plansız satın alma davranışı arasında pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Son olarak, açıklık ile plansız davranma arasında ise ilişki tespit edilememiştir (Divanoğlu ve Uslu, 2019). Gümüş (2020) tarafından Z kuşağı bireyler üzerinde yapılan araştırmada haftada bir ve iki haftada bir alışveriş yapanların ihtiyaç olması durumunda alışveriş yapanlara göre plansız alışveriş ortalamaları daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç sık alışveriş yapanların plansız alışveriş yapma eğilimlerinin daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın amacı

Araştırmanın amacı katılımcıların süpermarket alışverişlerinde çeşitli nedenlerle yaptıkları plansız alışveriş davranışlarında kişilik özelliklerinin etkisini incelemek olarak belirlenmiştir. Araştırmanın alt amaçları ise tüketiciler alışverişe kiminle çıktıkları, hangi sıklıkla alışveriş yaptıkları, hangi zaman diliminde alışverişe gittikleri, alışveriş öncesi liste yapıp yapmadıklarının öğrenilmesidir.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları, Örneklem

Araştırma süpermarket alışverişlerinde plansız alışveriş yapan tüketicileri kapsamaktadır. Veriler 2019 yılı Kasım-Aralık aylarında Bolu'da faaliyet gösteren büyük ölçekli süpermarket müşterilerinden kolayda örnekleme yöntemine göre belirlenmiş 300 katılımcıya uygulanan anketler aracılığıyla elde edilmiştir. Araştırmanın en önemli kısıtını katılımcıların kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş olması ve verilerin sınırlı bir bölgeden elde edilmiş olması oluşturmaktadır.

5.3. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma kapsamında kullanılan Kişilik özellikleri ölçeği; dışa dönüklük, uyumluluk, duygusal denge, sorumluluk, açıklılık olarak 5 boyutta ele alınmıştır. Bu kapsamda araştırma modelinden de anlaşılacağı üzere araştırmada kişilik özellikleri alt boyutlarının plansız alışveriş üzerindeki etkileri incelenmiştir.

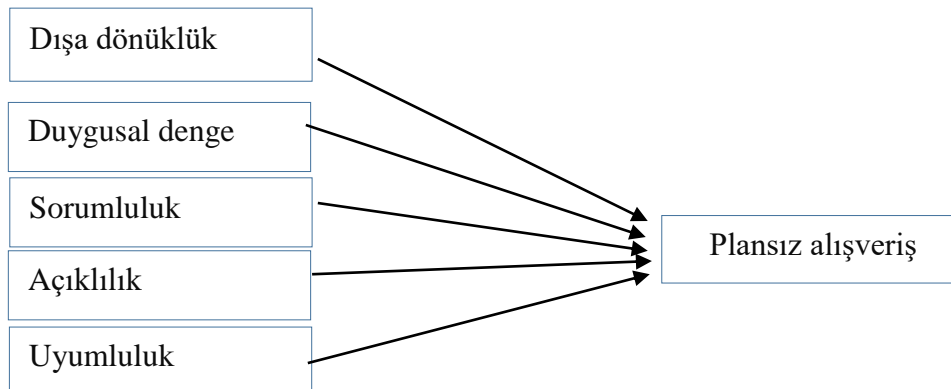
H₁: Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından dışa dönüklük plansız alışveriş üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir.

H₂: Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından duygusal denge plansız alışveriş üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir.

H₃: Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından sorumluluk plansız alışveriş üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir.

H₄: Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından açıklılık plansız alışveriş üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir.

H₅: Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından uyumluluk plansız alışveriş üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

5.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket formunda 3 grup soruya yer verilmiştir. 1. grup içinde katılımcıların demografik özelliklerini öğrenmeye yönelik sorular yer

almaktadır. 2. grup içinde katılımcıların plansız alışveriş davranışlarını öğrenmeye yönelik Weun, Jones ve Beatty (1998) tarafından geliştirilen plansız alışveriş ölçeği ifadeleri yer almaktadır. Son olarak 3. grup içinde ise katılımcıların kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik Goldberg (1990) tarafından geliştirilmiş Beş Faktör Kişilik Envanteri kullanılmıştır. Gerek plansız alışveriş ölçeği gerekse kişilik özelliklerini belirlemede kullanılan Beş Faktör Kişilik modeli farklı ülkelerde ve farklı kültür grupları üzerinde yayımlanan çok sayıda çalışmada kullanılan ölçeklerdir. Bu ölçekler ülkemizde yapılan çalışmalarla da desteklenmiştir.

Araştırma veri analizi için SPSS paket programı kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach Alfa katsayı ve yapısal geçerlilikleri açımlayıcı faktör analizi ile tespit edilmiştir. Cronbach Alfa değeri 0,80-0,90 arasında olması yüksek düzeyde güvenilirlik, 0,90-1,00 arası olması ise çok yüksek düzeyde güvenilirliği ifade etmektedir (Özdamar, 1999). Kişilik Özellikleri Ölçeğinin tümü için Cronbach's Alpha değeri 0,973 çok yüksek düzeyde güvenilir bulunmuştur. Plansız alışveriş ölçeği için yapılan güvenilirlik analizi sonucu Cronbach Alfa değeri 0,830 yüksek düzeyde güvenilir olarak bulunmuştur. Güvenirlik analizin yapıldıktan sonra, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile normallik testi uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin tamamının (kişilik özellikleri boyutları, plansız alışveriş boyutu) yapı geçerliliğini test etmek için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Normallik testinde veri gruplarının basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık ölçüsünün 3 ile -3 aralığında olması değişkenlerin normal dağıldığını belirtmektedir (Kalaycı, 2010:209). Yapılan araştırmada verinin normal veya normale yakın dağılım gösterdiği ortaya konmuştur. Sorumluluk; skewness: -0,666, Kurtosis: 1,012, dışa dönüklülük; Skewness: -1,548, Kurtosis: 3,00, uyumluluk; Skewness: -1,104, Kurtosis:1,945, duygusallık; Skewness: -1,538, Kurtosis: 2,709, açıklık; Skewness: -0,251, Kurtosis: 0,331, plansız alışveriş; Skewness: -1,430, Kurtosis: 2,547 olarak bulunmuştur. Yani araştırmadaki tüm boyutların normal dağılım gösterdiği kabul edilebilir. Böylelikle analizlerde parametrik testler kullanılmıştır. Verilerin analizinde, korelasyon ve çoklu regresyon analizi kullanılmıştır.

6. Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizleri sonucu ortaya çıkan bulgular bu bölümde yer almaktadır. Öncelikle katılımcıların demografik özellikleri, katılımcıların alışveriş alışkanlıkları, ölçeklere yönelik açımlayıcı faktör analizi sonuçları ile korelasyon ve regresyon analizi bulguları incelenmektedir.

Tablo 1

Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	F	%	Meslek	F	%
Erkek	144	48,0	Meslek	F	%
Kadın	156	52,0	Ev Hanımı	14	4,7
Toplam	300	100,0	Özel Sektör Çalışanı	73	24,3
Yaş	F	%	Öğrenci	55	18,3
18-25	58	19,3	Serbest Meslek(Avukat, doktor, mali müşavir)	74	24,7
26-34	62	20,7	Kamu Sektörü Çalışanı	66	22,0
35-43	77	25,7	Tacir/Esnaf/ Emekli	18	6,0
44-52	70	23,3	Toplam	300	100,0
53 ve üzeri	33	11,0	Eğitim Düzeyi	F	%
Toplam	300	100,0	İlköğretim/Ortaöğretim	12	4,0
Gelir	F	%	Lise	36	12,0
2000 TL ve altı	40	13,3	Ön lisans	117	39,0
2001 TL-3000 TL	63	21,0	Lisans	95	31,7
3001 TL-4000 TL	98	32,7	Lisansüstü	40	13,3
4001 TL-5000 TL	48	16,0	Toplam	300	100
5001 TL ve üzeri	51	17,0			
Toplam	300	100,0			

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, katılımcıların %48,0’inin erkek, %52,0’sinin kadın olduğu, araştırmada katılımcılar arasında %25,7 ile 35-43 yaşları arasında olanların, %32,7 ile 3001TL-4000 TL arasında olanların, meslek bağlamında %24,7 ile Serbest Meslek (Avukat, doktor, mali müşavir) sahiplerinin ve son olarak ise eğitim bağlamında %39 ile ön lisans mezunlarının çoğunlukta oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 2

Katılımcıların Alışveriş Alışkanlıkları

Tüketicilerin alışverişe gitme sıklıkları	F	%	Tüketicilerin alışverişe çıktığı kişiler	F	%
Her gün	5	1,7	Tek başıma	183	61,0
Haftada Bir	63	21,0	Anne babam	25	8,3
Birkaç Günde Bir	46	15,3	Arkadaşlarım	92	30,7
On Beş Günde Bir	95	31,7	Tüketicilerin alışveriş öncesi liste yapma durumu	F	%
Ayda Bir	91	30,3	Evet	59	19,7
Tüketicilerin alışverişe ne zaman çıktıkları	F	%	Hayır	124	41,3
Hafta içi	73	24,3	Bazen	105	35,0
Hafta sonu	227	75,7	Sıklıkla	12	4,0
Tüketicilerin alışverişe ne şekilde gittikleri	F	%			
Yürüyerek	65	21,7			
Özel araçla	113	37,7			
Toplu taşıma aracıyla	122	40,7			
Toplam	300	100,0			

Tablo 2’de katılımcıların alışveriş alışkanlıklarına yönelik bilgileri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun %31,7 ile 15 günde bir gittiği anlaşılmaktadır. Katılımcılar arasında her gün alışverişe gidenlerin oranı ise %1,7 olduğu, çoğunluğun %61 oranında alışverişe tek başına çıktıkları tablodan anlaşılmaktadır. Yine tablo incelendiğinde katılımcıların %41,3’ü alışveriş öncesi liste yapmazken, %35,0’i bazen liste yaptıkları, büyük çoğunluğun %75,7 ile hafta sonu alışveriş yaptığı anlaşılmaktadır. Son olarak ise katılımcıların %40,7 ile toplu taşıma araçları ile alışverişe gittikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 3’te araştırmada kullanılan “kişilik özellikleri” ölçeğine ait açımlayıcı faktör analizi sonuçları ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Araştırmada, 42 ifadeden oluşan kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik 42 ifadeye faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda faktör yükleri 0.30’un altında olan 16 ifade çıkarılmış ve 26 ifade kalmıştır. Geri kalan ifadeler tekrar faktör analizine tabi tutularak işlemler yapılmıştır. Kişilik Özellikleri Ölçeğinde Faktör 1 dışa dönüklülük, Faktör 2 duygusal denge, Faktör 3 sorumluluk, Faktör 4 açıklılık, Faktör 5 uyumluluk olarak isimlendirilmiştir. Bu beş faktör toplam varyansın %86,996’sını açıklamaktadır. Birinci faktör toplam varyansın %21,372’sini, ikinci faktör %21,079’unu, üçüncü faktör %18,395’ini, dördüncü faktör %13,504’nü, beşinci faktör ise %12,646’sını açıklamaktadır. Analiz sonucunda ortaya çıkan bu beş faktörün toplam açıklanan varyansı ise %86,996 olmuştur.

Tablo 3
Kişilik Özellikleri Ölçeğine Ait Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları ve Güvenirlilik Değerleri

Kişilik Özellikleri Ölçeği	İfadeler	Faktör yükü	Açıklanan Vary.	Cronbach Alfa
Dışa dönüklük	DISDNK1	,943	21,372	0,942
	DISDNK2	,857		
	DISDNK3	,908		
	DISDNK4	,841		
Duygusal denge	DUYGUSLK1	,781	21,079	0,958
	DUYGUSLK1	,916		
	DUYGUSLK2	,892		
	DUYGUSLK3	,930		
	DUYGUSLK5	,938		
Sorumluluk	SRMLLK1	,882	18,395	0,946
	SRMLLK2	,859		
	SRMLLK3	,956		
	SRMLLK4	,806		
	SRMLLK5	,877		
Açıklılık	AÇKLLK1	,922	13,504	0,903
	AÇKLLK2	,722		
	AÇKLLK3	,729		
	AÇKLLK4	,944		
	AÇKLLK5	,705		
	AÇKLLK6	,796		
	AÇKLLK7	,856		
Uyumluluk	YMSKLLK1	,926	12,646	0,703
	YMSKLLK2	,835		
	YMSKLLK3	,905		
	YMSKLLK4	,876		
	YMSKLLK5	,591		
Toplam açıklanan varyans		86,996		
KMO örneklem yeterliliği		0,787		
Bartlett's Küresellik Testi Chi-Square değeri		1775,343		
Sd (Serbestlik Derecesi)		325		
p değeri		0,000		

Tablo 4'te görüldüğü gibi araştırmada 5 ifadeden oluşan plansız alışveriş ölçeğine faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan bu analiz sonucunda faktör yükü 0,30'un altında olan 1 ifade ölçekten çıkarılmış ve 4 ifade kalmıştır. Daha sonra tekrar yapılan faktör analizi sonucunda ortaya çıkan "plansız alışveriş" ölçeğinin faktör yükleri 0,751 ile 0,886 arasında değiştiği ve Cronbach's Alpha değerinin 0,830 olduğu tespit edilmiştir. Toplam açıklanan varyans 69,339 olarak belirlenmiştir. KMO değeri ise 0,806 olarak bulunmuştur.

Tablo 4
Plansız Alışveriş Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları ve Güvenirlilikleri

Ölçekler	İfadeler	Faktör Yükü	Cronbach Alfa
Plansız Alışveriş Ölçeği	PLNSZ1	0,811	0,830
	PLNSZ2	0,876	
	PLNSZ3	0,751	
	PLNSZ4	0,886	
Toplam açıklanan varyans		69,339	
KMO örneklem yeterliliği		0,806	
Bartlett's Küresellik Testi Chi-Square değeri		535,210	
Sd (Serbestlik Derecesi)		6	
p değeri		0,000	

6.1. Korelasyon ve Regresyon Analizi

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen verilere oluşturulan hipotezler doğrultusunda uygulanan korelasyon ve regresyon analiz bulguları yer almaktadır.

Tablo 5
Ölçekler Arası İlişkiler

	KÖ Boyutları	PLNSZAL
Kişilik Özellikleri Boyutu (KÖ)	r= 1	r= ,822**
	p< ,01	p< ,01
Plansız Alışveriş Boyutu (PLNSZAL)	r= ,822**	r= 1
	p< ,01	p< ,01

**p< ,01; (çift yönlü)

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce, KÖ boyutları ile PLNSZAL arasındaki ilişki Pearson korelasyonu katsayısı ile hesaplanmıştır. Tüm alt boyutların birlikte değerlendirildiği Tablo 9'daki gibi KÖ boyutları ile PLNSZAL arasında r=0,822 değeriyle p<0,01'den küçük olduğundan anlamlı, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde, Kişilik Özellikleri alt boyutları ile Plansız alışveriş arasında farklı düzeylerde ilişkiler söz konusu olduğu görülmektedir. Burada Plansız alışveriş ile en yüksek ilişki Dışa dönüklülük alt boyutu arasında (0,925; p< 0,01) bulunurken, en düşük ilişki açıklılık boyutu (0,696; p< 0,05) arasında bulunmuştur.

Tablo 6
Betimleyici İstatistikler ve Korelasyon Değerleri

Değişken	Çar.	Bas.	1	2	3	4	5	6
1. Sorumluluk	-,666	1,012	1	,873**	,790**	,851**	,904**	,815**
2. Dışa dönüklülük	-1,548	3,00		1	,903**	,966**	,736**	,925**
3. Uyumluluk	-1,104	1,945			1	,913**	,640**	,858**
4. Duygusallık	-1,538	2,709				1	,721**	,919**
5. Açıklılık	-,251	,331					1	,696**
6. Plansız Alışveriş	-1,430	2,547						1

**p< ,01; (çift yönlü) (N=300)

Yazında, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin +2,0 ve -2,0 aralığında olması (George ve Mallery, 2003) veya -3 ila +3 aralığında olması değişkenlerin normal dağıldığını ifade etmektedir. Yapılan araştırmada verinin normal veya normale yakın dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (Kalaycı, 2010:209).

Tablo 7
Değişkenlere Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1. Sorumluluk	3,68	,835
2. Dışa dönüklülük	3,89	,808
3. Uyumluluk	3,66	,644
4. Duygusallık	3,86	,842
5. Açıklılık	3,61	,737
6. Plansız Alışveriş	3,82	,804

Kişilik özellikleri boyutlarından dışa dönüklülüğün aritmetik ortalaması 3,89, sorumluluğun standart sapması ise 0,835 bulunmuştur.

Yapılan çalışmada, modelin etkinliğini gösteren R^2 değeri 0,930'dur. Düzeltilmiş R^2 değerinin ise, 0,865 olduğu ve toplam varyansın %86,5'ini açıkladığı tespit edilmiştir.

Tablo 8

Plansız Alışveriş İle İlgili Çok Değişkenli Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	S. Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	P
	B	S.Hata			
Sabit (Constant)	,160	,119		1,348	,179
Dışa dönüklülük	,531	,092	,534*	5,790	,000
Duygusal denge	,329	,086	,345*	3,839	,000
Sorumluluk	-,030	,070	-,031*	-,433	,666
Açıklılık	,052	,057	,047*	,899	,370
Uyumluluk	,069	,068	,055*	1,023	,307
R^2	,930				
Düzeltilmiş R^2	,865				
F	377,943				,000*

Kişilik Özellikleri ölçeği için en önemli faktör dışa dönüklük, ikinci önemli faktör ise duygusal denge olarak tespit edilmiştir. Sorumluluk, açıklılık, uyumluluk boyutlarının plansız alışveriş üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Kişilik Özellikleri boyutlarından; dışa dönüklülüğün ($\beta=0,534$), duygusal dengenin ($\beta=0,345$) tüketicilerin plansız alışveriş davranışları üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ($P<0,001$). Katsayılar ait sig. $*p< ,001$ olduğundan dışa dönüklülük ve uyumluluk boyutu istatistiksel açıdan anlamlıdır. Ayrıca F istatistiğine ait anlamlılık değerinin $0,000 < 0,05$ olması model parametresinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlamına gelmektedir. Katsayıların pozitif olması kişilik özellikleri boyutlarına ait değişkenlerin plansız alışverişini artırıcı yönde etki yaptıklarını ifade etmektedir.

7. Sonuç ve Öneriler

Tüketici davranışlarının öngörülmesi ve yönlendirilmesinin marka ve firmalar için günümüz rekabet koşullarında büyük önem taşıması nedeniyle çok sayıda araştırmanın konusu tüketici davranışları ile ilgili olmaktadır. Bu araştırma kapsamında da tüketicilerin süpermarket alışverişlerinde yaptıkları plansız alışverişlerde kişilik özelliklerinin etkisi incelenmiştir. Araştırma sonunda kişilik özellikleri boyutlarından; dışa dönüklülüğün ($\beta=0,534$), duygusal dengenin ($\beta=0,345$) tüketicilerin plansız alışveriş davranışları üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada sorumluluk, açıklılık, uyumluluk boyutlarının plansız alışveriş üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Araştırma Divanoğlu ve Uslu (2019) tarafından Aksaray ilinde 530 katılımcı ile yapılan araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Divanoğlu ve Uslu (2019) araştırmalarında plansız davranma ile dışadönüklük ve duygusal denge kişilik özellikleri arasındaki korelasyon analizi sonucuna göre pozitif bir korelasyon olduğu tespit etmişlerdir. Uyumluluk, sorumluluk ve açıklık kişilik özellikleri ile plansız satın alma arasında ise ilişki tespit edilememiştir (Divanoğlu ve Uslu, 2019). Bununla birlikte Thompson ve Prendergast (2015) beş faktör kişilik özelliklerinin plansız satın alma üzerindeki etkisini inceledikleri 219 erkek, 623 kadın olmak üzere kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş üniversite öğrencileri üzerindeki araştırmalarında dışadönüklük, sorumluluk ve duygusal denge boyutlarının plansız satın alma davranışı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Konuyla ilgili olarak Yılmazoğlu ve Topal (2019)'ın araştırma sonuçları bu araştırmanın sonuçları ile kısmen benzerlik göstermektedir. Yılmazoğlu ve Topal (2019) araştırmalarında kişilik envanterinin uyumluluk, sorumluluk ve yeniliklere açık olma alt boyutları ile plansız satın alma arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte duygusal denge alt boyutu ile plansız satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir (Yılmazoğlu ve Topal, 2019).

Daha önce de ifade edildiği gibi dışa dönüklük; başkaları ile iletişim ve etkileşim eğilimi olarak bireyin heyecan ve yüksek enerji durumunu ifade etmektedir. Dışa dönük bireylerin başkaları ile iletişim ve etkileşimlerine aracı olabilecek ürünleri ihtiyaçları olmasa dahi süpermarket ortamında satın aldıkları yorumu yapılabilecektir. Sosyal, iddialı ve konuşkan (Mount, Ilies ve Johnson, 2006) olan bu kişilerin kişisel iddialarını ve sosyalliklerini sürdürebilmelerinin yolunun kendilerine bu konuda yardımcı olacak ürünleri satın almaktan çekinmeyeceklerini göstermektedir.

Süpermarket raflarına özellikle yeni gelen ürünlerin etiketlerine dışadönük bireyleri motive edecek ifadelerin yazılmasının, ürünlerin sınırlı sayıda ve kısa süreli raflarda bulundurulmasının ve satın alınan ürünlere sosyal medya aracılığı ile diğer kişileri etiketleme imkânının getirilmesinin bu tür kişilik özelliklerine sahip bireylerin plansız alışveriş davranışlarını tetikleyebileceği düşünülmektedir.

İkinci olarak plansız alışveriş üzerinde etkisi tespit edilen duygusal denge boyutu ise genel olarak üzüntü ve öfke gibi negatif duygulara eğilimi olan ve karşılaştığı her olay karşısında aşırı stres yaşayan bireylerin taşıdığı özellikler olarak ifade edilmektedir. Burada da kendilerini genel olarak üzgün, karamsar ya da öfkeli hisseden bireylerin süpermarket alışverişleri sırasında kendilerini şaşırtan, mutlu eden vb. ürünleri satın aldıkları düşünülmektedir. Ayrıca bu kişiler süpermarket alışverişini kendilerini rahatlatmak bir oyalanma ya da rahatlama vesilesi olarak da görüp planladıklarının dışında alışveriş yapmış olabileceklerdir. Bu nedenle bu tür tüketicilerin de plansız alışveriş davranışlarını motive edebilmek için kendini ödüllendirme, küçük bir kaçamak ya da buna benzer birtakım ifadelerin kullanılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca ortamın aydınlatmasının iyi olması, ürün çeşitliliğinin çok olmasının bu kişilerin plansız alışveriş davranışlarını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

Araştırma süpermarket alışverişini yapan tüketiciler ile sınırlandırılmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı ürün grupları ve kategorilerde alışveriş yapan tüketiciler üzerinde benzer araştırmalar yapılabilir. Buna ek olarak örneklem sayısı genişletilebilir veya farklı mağaza ve illerde benzer araştırmalar yapılabilir. Ayrıca süpermarket dışında ürünler satan mağazalarda da benzer araştırmaların yapılmasıyla kişilik özellikleri ve plansız satın alma davranışları arasındaki ilişki daha belirgin bir şekilde ortaya konabilir.

Kaynakça

- Agarwal, V. (2015). A Study of Demographic Factors Influence On Consumers' Impulse Purchase Behavior. *International Journal Of Research In Commerce & Management*. 6 (11), 59-62
- Akyüz, A. (2018). Determinant Factors Influencing Impulse Buying Behavior of Turkish Customers in Supermarket Setting. *International Journal of Research in Business and Social Science* 7(1), 1-10
- Aytekin, P. ve Ay, C. (2015). Hedonik Tüketim ve Anlık Satın Alma İlişkisi. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi* 8(1) 141-156.
- Beatty, S. E., ve Ferrell, M. E. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191. [http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X)
- Beytulova, E. ve Yaşın, B. (2017). Tüketicilerin Plansız Satın Alma Kararları Üzerinde Tüketici Özelliklerinin Ve Mağaza Atmosferinin Rolü. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (3), 75-90
- Chaturvedi, R. K. (2015). The Influence of Availability of Shopping Time on Impulse Purchase Tendency. *The IUP Journal of Marketing Management*, 14 (2), 47-62

- Çakmak, A. Ç. ve Tekinyıldız, G. (2013). Çeşitli Mesleklerden Kadın Tüketicilerin Plansız Satın Alma Davranış Düzeyinin Ölçülmesi: Karabük Şehir Merkezinde Bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 3 (1), 147-162.
- Çakmak, A. Ç., ve Yurtsever, S. (2012). Kredi Kartının Plansız Satın Alma Davranışına Etkisi: Karabük Üniversitesi Akademik Personeline Yönelik Bir Uygulama. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*. 1 (4), 45-72
- Deniz, A., ve Erciş, A. (2008). Kişilik Özellikleri İle Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 301-330.
- Divanoğlu. S. ve Uslu, T. (2019). Kişilik Özelliklerinin İçgüdüsel Satın Alma Davranışlarına Yansımaları. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (17) , 215-234
- Ergin, E. A. ve Akbay, Ö., H. (2011). Giyim Ve Gıda Ürünleri Kategorilerinde Tüketicilerin Plansız Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi* 13(2), 275-292
- Erkmen, T., ve Yüksel, A. C. (2008). Tüketicilerin Alışveriş Davranış Biçimleri İle Demografik Ve Sosyokültürel Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*. 8(2), 683-727
- Faber, R. J. ve O'Guinn, T. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration, *Journal of Consumer Research*. 16 (2), 147–157
- George, D., ve Mallery, P. (2003). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 11.0 Update, Pearson Education, Inc, United States of America.
- Goldberg, L. R. (1990). An Alternative Description Of Personality”, The Big Five Factor Structure, *Journal of Personality And Social Psychology*, 59 (6), 1216-1229
- Gutierrez, P. B. (2004). Determinants of Planned and Impulse Buying: The Case of the Philippines. *Asia Pacific Management Review* 9 (6), 1061-1078
- Gümüş, N. ve Karaca, Ş. (2020). Tüketicilerinin karar verme tarzlarının incelenmesi: Türk dünyası örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 946-957
- Gümüş, N. (2020). Z Kuşağı Tüketicilerin Satın Alma Karar Tarzlarının İncelenmesi, *Journal of Yasar University*, 15(58), 381-396
- Jhavar, N. ve Kushwaha, V. S. (2018) In-Store Shopping Environment and Impulsive Buying with Special Reference to Indore City. *The IUP Journal of Marketing Management*, 17(1), 25-37
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Mount, M., Ilies, R. ve Johnson, E. (2006). Relationship of personality traits and counterproductive work behaviors: The mediating effects of job satisfaction. *Personnel Psychology*, 59(3), 591–622
- Muruganatham, G. ve Bhakat, R. S. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 5(3), 149-160
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2012). *Tüketici Davranışları*. MediCat Yayınları, İstanbul
- Okutan, S., Bora, B. ve Altunışık, R. (2013). Keşifsel Satın Alma Eğilimleri ve Bu Eğilimlerin Plansız, Kompulsif ve Hedonik Satın Alma Tarzlarıyla Olan İlişkisinin İncelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(3), 117- 136

- Onurlubaş, E. ve Öztürk, D. (2018). Market Markalarında Tüketicilerin Gıda Güvenliği Algısı: Antalya İli Örneği, Rıza Karagöz, Timuçin Kodaman ve Marijan Premović (Ed.), Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimlerde Akademik Çalışmaları içinde (s.307-330), Ivpe Yayınları, Basım sayısı:1, ISBN:9789940-540-41-8
- Öztürk, D. ve Tekin, M. (2020). Tedarik Zinciri Yönetiminin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Gıda Sektöründe Bir Uygulama, *Research Journal of Business and Management*, 7(2), 56-66
- Rook, D. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199
- Sangalang, R. S., Anne, J. ve Plaza, M. (2017). Factors Influencing Consumers' Impulse Buying Behavior in the Fifth District of Cavite. *DLSU Research Congress 2017 De La Salle University*, Manila, Philippines
- Schiffman, L. G. ve Kanuk, L. (2007). *Consumer Behavior. Ninth Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Semiz Bora, B. (2017). A ve B Tipi Kişilik Özelliklerine Göre Tüketicilerin Plansız, Kompulsif ve Hedonik Satın Alma Davranışlarının Araştırılması. *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar* 1(1-2) 13-22
- Tayfun, N. Ö. (2015). Market Alışverişlerinde Plansız Satın Alma Davranışında Demografik Farklılığı Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34, 87-94
- Thompson, E.R. ve Prendergast, G.P. (2015). The influence of trait affect and the five factor personality model on impulse buying. *Personality and Individual Differences*, 76, 216-221
- Türk, Z. (2018). Hedonik ve Faydacı Tüketim Eğiliminin Plansız Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 9(16), 853-878
- Weun, S., Jones, M.A. ve Beatty, S.E. (1998). Development and Validation of The Impulse Buying Tendency Scale, *Psychological Reports*, 82(3), 1123-1133
- Widyastuti, P. (2018). Does visual merchandising, store atmosphere and private label product influence impulse buying? Evidence in Jakarta. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 12(3), 140-148
- Yalman, Ş. ve AYTEKİN, P. (2014). Promosyonların Anlık Satın Alma Davranışına Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 83-119
- YAPRAK, İ. ve DURSUN, Y. (2018). Tüketicilerin Kişilik Özelliklerinin Marka Sadakati ile İlişkisi: Kayseri'de Yaşayan Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 618-632
- Yıldırım, Y. ve Aydın, O. (2012). Investigation of the effects of discount announcements on consumers' purchase decisions: a case study in supermarket, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 1234-1244
- Yılmazoğlu, D. ve Topal, B. (2019). Tüketicilerin Kişilik Özellikleri İle Demografik Özellikleri ve Plansız Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkilerin Araştırılması: Bir Kozmetik Mağazası Örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 199-218
- Zhou, L. ve Wong, A. (2003). Consumer Impulse Buying and In-Store Stimuli in Chinese Supermarkets. *Journal of International Consumer Marketing*, 16(2), 37-53

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

GRİ İLİŞKİSEL ANALİZ VE MULTİ MOORA YÖNTEMLERİ İLE BORSA İSTANBUL'DA İŞLEM GÖREN SAVUNMA SANAYİ SEKTÖRÜNÜN FİNANSAL PERFORMANSININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Hakan Murat ARSLAN¹, Serkan YÜCEL²

Öz

Türkiye savunma sanayi, ulusal ve uluslararası alanlarda yaptığı önemli hamlelerle kendisinin üretimini etkileyen direk ve dolaylı alt kuruluşların arzını kabul ederek Türkiye ekonomisine önemli katkılar sunmaktadır. Savunma sektöründeki işletmenin faaliyetlerine devam etmesi için paydaşları tarafından mali durumunun sürekli kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle çalışmada Borsa İstanbul (BİST)'da finansal faaliyetleri gözlemlenen ASELSAN adlı işletmenin son 12 yıllık finansal verileri Kamu Aydınlatma Platformu (KAP)'dan alınarak Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri (ÇKKV) ile değerlendirilmiştir. Çalışmada, 2008-2019 yılları arasında ASELSAN'a ait finansal veriler Gri ilişkisel Analiz ve Multi MOORA yöntemleri ile ayrı ayrı değerlendirilmiş ve Spearman Sıra Korelasyon Analizi uygulandığında ilgili işletmenin finansal oranlar açısından en iyi olduğu yılların sırası ile 2018, 2017 ve 2009 olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Savunma Sanayi İşletmeleri, Mali Tablo Analizi, Finansal Oranlar, Gri İlişkisel Analiz Yöntemi, Multi MOORA Yöntemi, Çok Kriterli Karar Verme

ASSESSMENT OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF THE DEFENSE INDUSTRY SECTOR OPERATED IN BORSA ISTANBUL WITH GRAY RELATIONAL ANALYSIS AND MULTI MOORA METHODS

Abstract

Turkey defense industry, made in national and international field accepts the supply of direct and indirect subsidiaries affecting the defense production with important moves and Turkey are making a significant contribution to the economy. In order for the enterprise in the defense sector to continue its activities, its financial status must be constantly checked by its stakeholders. For this reason, in the study, the financial data of the company named ASELSAN, whose financial activities were observed in Borsa Istanbul (BIST), were taken from Public Disclosure Platform (KAP) and evaluated with Multi Criteria Decision Making Methods (MCDM). In the study, the financial data of ASELSAN between the years 2008-2019 were evaluated separately with Gray Relational Analysis and Multi MOORA methods, and when Spearman Rank Correlation Analysis was applied, it was observed that the best years in terms of financial ratios were 2018, 2017 and 2009, respectively.

Keywords: Defense Industry Enterprises, Financial Statement Analysis, Financial Ratios, Gray Relational Analysis Method, Multi MOORA Method, Multi Criteria Decision Making

1. Giriş

Osmanlı devletinin son zamanlarında temelleri atılan ancak Osmanlı'nın gerilemesi nedeniyle Cumhuriyet döneminde tekrar organize olma zemini hızlanan savunma sanayi sektörü, bazı dönemlerde sekteye uğrasa da günümüzde savunma ve güvenlik stratejilerini dikkate alarak hızla gelişen bir yapıdadır (Baran, 2018: 58). Bunlara ek olarak milli gelir bütçesinden savunma

¹ Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, YBS Bölümü, muratarslan@duzce.edu.tr, orcid: 0000-0002-3515-5358

² Dr. Öğr. Üyesi., Düzce Üniversitesi, Akçakoca Meslek Yüksekokulu, serkanyucel@duzce.edu.tr, orcid:0000-0002-8744-5779

Bu Yayıma Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Arslan, H. M. ve Yücel, S. (2021). Gri ilişkisel analiz ve multi MOORA yöntemleri ile borsa istanbul'da işlem gören savunma sanayi sektörünün finansal performansının değerlendirilmesi, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 36-57.

harcamaları için ayrılan bütçe her yıl bir önceki yıla göre artış göstermektedir. Türkiye’de savunma sektörü, ileri teknoloji yatırımları ile ülke savunmasında ihtiyaç olarak görülen donanımlar kamu kuruluşları ve özel kuruluşlar aracılığı ile temin etmektedir. İlgili temin sürecinde ithalat, ihracat, alınan siparişler ve toplam ciro rakamları gibi unsurlar etkili olurken bu süreç teşviklerle desteklenmektedir.

Türkiye’de savunma sanayinin önemi diğer medeni ülkelerde olduğu gibi 2. Dünya Savaşı’ndan sonra sürekli güncelliğini korumuş, iç ve dış tehditlere karşı gereken tedbirlerin alınması bağlamında sektöre ait firmaların kurulması planlanmıştır. Ancak bu tür firmaların kuruluşu için büyük miktarda sermaye gerekliliği gibi bir kısım nedenlerden dolayı az sayıda firma kurulabilmiştir. Savunma sanayiinde faaliyet gösteren firma sayısının az olmasından dolayı literatürdeki çalışmaların daha çok kamu bütçesindeki savunma harcamalarının çeşitli açılardan etkisini inceleyen çalışmalar olduğu göze çarpmaktadır. Firma düzeyinde savunma sanayini ele alan az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bunlar haricinde önceki yıllarda BIST Teknoloji Endeksinde işlem gören firmalar içinde yer alan tek savunma sanayi firması olan ASELSAN’ın diğer firmalar ile birlikte incelendiği bazı çalışmalar da bulunmaktadır.

Çalışmayı yapılmış benzer çalışmalardan ayırt eden en etkin özelliği, BIST Savunma Sanayi Sektöründe işlem gören firmaların performansının ayrı olarak değerlendirildiği ilk çalışma olmasıdır. Ayrıca karar analizi yöntemlerinin uygulamaları açısından bakıldığında; savunma sektöründe Gri İlişkisel Analiz ve MOORA yöntemlerinin birlikte kullanıldığı bir çalışmaya da rastlanmamıştır. Bu açılardan literatürde kayda değer boşluğu doldurması beklenmektedir. Çalışmanın sonuçlarının ilgili firmanın yetkilileri ile paylaşılması planlanmaktadır. Bu amaçla ülke savunmasında etkin rol üstlenen ve Kamu Aydınlatma Platformu (KAP) tarafından Savunma Sektörü içinde ayrı olarak listelenen bir sanayi kuruluşunun finansal performansını değerlendirebilmek için KAP tarafından yayınlanan belirli yıl aralığındaki mali tablolarından elde edilen finansal oranlar ÇKKV yöntemleri ile değerlendirilmiştir. İlgili analiz ve değerlendirmeler neticesinde elde edilen bulgular tablolar halinde ifade edilip yorumlanmıştır.

2. Literatür Taraması

Bu bölümde ilk olarak Türkiye’de Savunma Sanayi üzerine yapılmış çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra çalışmamızın verilerinin analizinde kullanılmış olan Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinin Türkiye’de ve özellikle farklı BIST kapsamındaki firmalarda finansal performans ölçmek amacıyla kullanıldığı çalışmalara değinilmiştir.

2.1. Savunma Sanayi ile İlgili Çalışmalar

Çalışmanın giriş bölümünde bahsedildiği şekilde Türkiye’de savunma sanayi ile ilgili yapılmış olan akademik çalışmalarda genel itibariyle savunma harcamalarının çeşitli yönlerden ekonomik etkilerinin belirlenmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu çerçevede son yıllarda birçok çalışma yapılmış olup bazıları Tablo 1’de ifade edilmiştir. Tablo 1’de görüldüğü üzere yapılan çalışmalar firma düzeyinde olmayıp daha çok “Ekonomi” bilimi ile ilgilidir. Doğrudan savunma sanayiinde faaliyet gösteren firmaların finansal performansının ölçüldüğü çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu konuda Ceyhan (1997) tarafından yapılan bir çalışmada savunma sanayii işletmelerinin mali oranlarının incelendiği görülmüştür. Benzer bir çalışma da Başaran (2009) tarafından yapılmıştır. Bunların dışında yalnızca savunma sanayi firmalarını konu alan çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte BIST’ da işlem gören tek savunma sanayi firması olan ASELSAN’ın BIST teknoloji endeksinde yer alan diğer firmalar ile birlikte Tablo 2’deki çalışmalarda finansal performans değerlendirilmesi yapıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 1
Savunma Sanayi Harcamaları ile İlgili Çalışmalar

Savunma Harcamalarının İlişkilendirildiği Konu	Akademik Çalışmalar
Ekonomik Büyüme- Ülke Kalkınması	Gövdeli (2019), Çevik ve Bektaş (2019), Yağtu ve Sezgin (2019), Özer (2020), Korkmaz ve Topçu (2019)
OECD Ülkelerinde Büyüme	Asiloğulları ve Ceylan (2019)
AR-GE--İktisadi Büyüme	Canbay (2020)
Cari Açık-Ekonomik Büyüme	Gül ve Torusdağ (2020)
Enflasyon	Asiloğulları (2020)
İhracat-İthalat Dengesi / Bütçe Açıkları	Bayram (2020), Ertekin (2020)

Tablo 2
BIST Teknoloji Firmaları Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yıl	Yazarlar	Yöntem	Analiz Edilen Oran Sayısı	Firma Sayısı	Analiz Edilen Yıllar
2010	Dumanoğlu ve Ergül	TOPSİS	8 Finansal Oran	11	2006-2009
2014	Tayyar	AHP, GİA	12 Finansal Oran	11	2005-2011
2017	Çıtak ve İltaş	Veri Zarflama	4 (2 Finansal O.)	7	2013-2015
2017	Demirhan ve Aracıoğlu	AHP, TOPSİS	14 Finansal Oran	13	2016
2018	Aytekin ve Özçalık	Panel Veri	7 (3 bağımlı, 4 bağımsız)	7	2011-2018

Bu çalışmalardan Dumanoğlu ve Ergül (2010), Tayyar (2014) ile Demirhan ve Aracıoğlu (2017) BIST Teknoloji endeksi firmalarının finansal performansını değerlendirirken, Çıtak ve İltaş (2017) AR-GE giderlerinin performansına etkisini, Aytekin ve Özçalık (2018) ise inovasyon faaliyetlerinin firmaların performansına etkisini incelemiştir.

2.2. Finansal Oranların İstatistiksel Yöntemler ile Analiz Edildiği Çalışmalar

Oran analizi hesap veya hesap grupları arasında sayısal ilişkiler oluşturularak, işletmenin; finansal yapısı, kârlılık, faaliyet etkinliği konularında yargıya ulaşmamızı sağlar (Balcı, 2012: 4689). Ancak bu oranlar tek başlarına çok bir anlam ifade etmemektedir. Finansal oranların belli ağırlıklara göre bir arada değerlendirilmesi daha doğru bir yaklaşımdır (Deng vd., 2000: 963; Eş ve Çobanoğlu, 2017: 248). Son yıllarda “Mali Tablo Analizi” kapsamında yapılan çalışmalara baktığımızda yalnızca oran analizi yöntemini esas alan çok az çalışmaya rastlamaktayız. Yapılan çalışmaların çoğunda mali tablolardan elde edilen finansal oranların veri seti olarak kullanılıp, birçok farklı istatistiksel yöntem ile analiz edildiği görülmektedir. Bu durum Deng vd. (2000)’in yaklaşımını desteklemektedir.

2.3. Entropi Yönteminin Kullanıldığı Finansal Oranlar ile İlgili Çalışmalar

Entropi yöntemi karar matrisinin oluşturulmasında kullanılan kriterlerin ağırlıklarının objektif olarak belirlenmesini sağlayan bir yöntemdir. Entropi fizik biliminin yanı sıra sosyal bilimlerde de önem kazanmıştır (Hwang ve Yoon, 1981: 52; Sakarya ve Aksu, 2020: 25). Entropi yöntemi, birçok karar verme probleminde kriterlere ilişkin önem düzeylerinin elde edilmesinde kullanılmıştır. Entropi yönteminin kullanıldığı birçok çalışmaya rastlanılmakla birlikte yöntemin genellikle TOPSİS, VIKOR, SAW, MAUT gibi yöntemlerle bütünleşik bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Literatür incelendiğinde Entropi yöntemi ile finansal oranların analizinde birçok yöntem ile birlikte kullanıldığı görülmektedir. Subjektif ağırlıklandırma karar vericinin değerlendirmelerini kapsarken, objektif ağırlıklandırma alternatiflerin sahip olduğu nicel özellikler dikkate alınır. Objektif ağırlıklandırma yöntemlerinden biri olan Entropi yöntemi, karar matrisi skorlarının bilindiği durumlarda kullanılabilir (Çatı vd., 2017: 204). Bu çalışmalardan bazıları Tablo 3’de ifade edilmiştir.

Tablo 3

Entropi Yönteminin Finansal Oranların Analizinde Kullanıldığı Çalışmalar

Sektör	Beraber Kullanılan Yöntemler	Akademik Çalışmalar
Otomotiv	MAUT ve SAW	Ömürbek vd. (2016)
Turizm	Gri İlişkisel Analiz	Karaatlı (2016)
Bilgi ve İletişim	Copras	Yavuz ve Öztel (2017)
Sportif Etkinlikler	TOPSIS	Çatı vd. (2017)
Bankacılık	Waspas	Akçakanat vd. (2017), Gezen (2019)
	Camels	Apan vd. (2019)
	ARAS, PSI	Akbulut (2020)
Sınai İşletmeleri	Eatwios	Özdağoğlu (2018)
Havacılık	MAUT, Copras, SAW	Ömürbek ve Akçakaya (2018)
Lojistik	EDAS	Ulutaş (2019)
Leasing	TOPSIS	Kıracı ve Asker (2019)
BIST 30 Endeksi	TOPSIS	Işık (2019)
Çimento	Eatwios	Çanakçıoğlu (2019)
Ticaret	Mairca	Ayçin ve Güçlü (2020)

2.4. Gri İlişkisel Analiz Yönteminin Kullanıldığı Finansal Oranlar ile İlgili Çalışmalar

Gri İlişkisel Analiz (GİA) temelde Gri Sistem Teorisi'ne (GST) dayanmaktadır. İlk olarak Deng Julong tarafından 1980 yılında küçük örneklem ve zayıf bilginin yer aldığı problemlere çözüm oluşturmak için önerilmiş "Gri Sistem Teorisi", bilinmeyen üzerine kurulmuş iki veya daha fazla bileşenin ilişkisinin yönüne odaklanmış bir sistemdir (Özbek, 2017: 142). Gri İlişkisel Analiz (GİA) ise, Gri Sistem Teorisi kullanılarak geliştirilmiş, bir sınıflama ve karar verme tahmin tekniğidir (Uçkun ve Girginer, 2011: 52; Kaya ve Öztel, 2018: 104). Gri İlişkisel Analiz (GİA) yöntemi literatürde birçok amaçla kullanılmakta olup Türkiye'de finansal oranların analizinde kullanıldığını gösteren çalışmalardan bazıları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4

GİA Yöntemi ile Finansal Oranların Analiz Edildiği Çalışmalar

Kapsamı ve Uygulandığı Sektör	Akademik Çalışmalar
BIST 100	Şengül ve Ece
Ticari Şirketler	Günay vd. (2018)
Otomotiv	Özdemir ve Deste (2009), Akbulut vd.(2016)
	Aydeniz (2009), Demir ve Tuncay (2012) Yükçü ve Kaplanoğlu (2015), Meydan vd. (2016)
	Rahim vd. (2010), Baş ve Çakmak (2012), Aslan vd. (2017)
	Güleç ve Akın (2018)
	Ünal vd. (2018)
	Söylemez (2020)
Mali Kurumlar	Peker ve Birdoğan (2011), Elitaş vd. (2012), Kula ve Baykut (2014), Uygurtürk ve Bal (2020),
	Tezergil (2018)
	Burhan ve Kaya (2017)
	Doğan (2013), Gündoğdu (2017), Alpay ve Sakınç (2017), Gündoğdu (2018)
Bilişim ve Teknoloji	Tayyar (2014), Tayyar vd (2014)
Turizm	Ecer ve Günay (2014), Kendirli ve Çankaya (2016), Karadeniz vd. (2016), Karkacier ve Elif (2017), Bağcı ve Bağcı (2017)
Ulaştırma / Lojistik	Başdeğirmenci ve Tunca (2017), Ayaydın vd. (2017), Başdeğirmenci ve Işıldak (2018), Aşır ve Demirkol (2018), Özbek (2018), Deran ve Erduru (2018), Ersoy (2020)
Gelişen İşletmeler Piyasası	Bektaş ve Tuna (2013), Tayyar ve Gökakın (2018)
Basım-Yayın	Akyüz vd. (2019)

2.5. MOORA Yönteminin Kullanıldığı Finansal Oranlar ile İlgili Çalışmalar

Brauers ve Zavadskas (2006) tarafından yapılan çalışma ile tanıtılan MOORA yöntemi, optimal kararların alınmasını gerekli kılan karmaşık ve çelişkili karar verme durumlarında kullanılmaktadır (Ege ve Yaman, 2018: 83). MOORA birçok farklı ÇKKV probleminin çözümünde başarılı bir şekilde uygulanmış olup Türkiye’de MOORA yöntemi ile finansal performans analizi yapılmış olan akademik çalışmaların bazıları Tablo 5’te belirtilmiştir.

Tablo 5

MOORA Yöntemi ile Finansal Oranların Analiz Edildiği Çalışmalar

Sektör	Akademik Çalışma
Bilişim	Yerderen Kaygın (2020)
Bankacılık, Finans	Karavardar ve Çilek (2020), Yılmaz (2019), Dinçer ve Yüksel (2018), Altunöz (2017), Şişman ve Doğan (2016)
Gayrimenkul Yatırım O.	Gümüş (2020)
İlaç Sektörü	Kocaoğlu ve Küçük (2019)
Çimento	Atukalp (2019), Ege ve Yaman (2018)
BIST (Birleşme ve devralmalar)	Konak ve Çitak (2018),
Tekstil, Konfeksiyon	Konak vd. (2018)
İmalat	Ömürbek ve Aksoy (2017)
Enerji Firmaları	Metin vd. (2017)
Kurumsal Yönetim Derneği Listesi (mali sektör hariç)	Sakarya ve Aksu (2016)

2.6. Farklı ÇKKV Yöntemlerinin Birlikte Kullanıldığı Çalışmalar

Literatür incelendiğinde farklı ÇKKV yöntemlerinin birlikte kullanılarak finansal oranların değerlendirildiği çalışmalar bulunduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan bazıları şunlardır:

Karaoğlu ve Şahin (2018) BIST Kimya, Petrol, Plastik Endeksi’nde (XKMYA) yer alan yer alan işletmelerin finansal performanslarını incelemek için Analitik Hiyerarşi Süreci, VIKOR, TOPSIS, Gri İlişkisel Analiz, MOORA yöntemlerini birlikte kullanmışlardır.

Yükçü ve Kaplanoğlu (2015) Borsa İstanbul Gözaltı Pazarındaki gıda maddeleri sanayi şirketlerinin 2008-2013 arasındaki finansal performanslarını değerlendirmek için MOORA, TOPSIS, VIKOR, GİA yöntemlerini birlikte kullanmışlardır.

İç vd. (2015) Türkiye’deki 24 sektördeki firmalar için finansal değerlendirme modeli geliştirdikleri çalışmalarında TOPSIS, VIKOR, GRA, MOORA yöntemlerini birlikte kullanmışlardır.

Yukarıda yer verilen çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada BIST Savunma Sektöründe yer alan bir şirketin 2008-2019 (12 yıl) yıllarının finansal performansı ÇKKV yöntemlerinden Entropi, Gri İlişkisel Analiz ve Multi MOORA yöntemleri değerlendirilmiştir. Bu anlamda bu çalışma yukarıdaki benzer çalışmalar ile kapsam ve yöntem olarak farklılaşmaktadır.

3. Metodoloji

3.1. Çalışmanın Amacı

İşletmelerin gelecek dönemlerde faaliyetlerine yön vermeleri açısından finansal performanslarını değerlendirmeleri çok önem arz eder. Aksi takdirde orta ve uzun vadede telafisi güç maliyetlerle karşılaşılır. Bu gibi olumsuz durumlarla karşılaşmak istemeyen bilinçli işletmeler düzenli olarak finansal performanslarını değerlendirmek zorundadırlar. Ancak bu değerlendirme süreci detaylı analizlerle yapılmalıdır. ÇKKV problemi olarak kabul edilen “Hangi zaman diliminde işletmenin finansal performansının en iyi olduğu” durumu yöneticiler için önemli bir sorundur.

Çalışmada birçok farklı sektörden işletmenin finansal performansının ÇKKV yöntemleri kullanılarak çözümlendiği belirtilmiştir. Ancak savunma sanayi sektöründe ÇKKV yöntemleri

kullanılarak ilgili işletmenin finansal performansının analiz edildiği çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürde ifade edilen bu boşluğu doldurmak için Türkiye örneğinde ASELSAN adlı savunma sanayi işletmesinin KAP’da yayımlanan verileri dikkate alınarak 2008-2019 yılları arasındaki finansal performansı Gri ilişkisel Analiz ve multi MOORA yöntemleri ile ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

3.2. Veri Setinin Hazırlanması

Sektörel bazda savunma sanayi harcamalarının finansal boyutunun ÇKKV yöntemleri ile değerlendirilebilmesi için tespit edilen veriler Borsa İstanbul’da (BIST) işlem gören savunma endeksindeki bir işletmenin Kamuoyunu Aydınlatma Platformu (KAP)’nda yer alan 2008-2019 yıllarına ait mali tablolarından temin edilmiştir. Söz konusu yıllara ait tablolardan hesaplanan oranlar ve literatürde bu oranlara ilişkin kabul edilen ideal durumlar aşağıda Tablo 6’daki gibidir. Ayrıca Tablo 6’da yer alan istenilen durum bilgileri; Gümüş vd. (2017), Yavuz ve Öztel (2017) ve Tunçez (2019)’ in çalışmalarından oluşturulmuştur.

Tablo 6
Finansal Oranlar ve Literatürde Kabul Edilmiş İdeal Oranlar

	Finansal Oranlar	Kısaltma	İstenilen Durum
Likidite Oranları	Cari Oran (Dönen V./KVYK)	CA	İdeal Orana Yakınlık (2)
	Asit Test Oranı (Dönen V.-Stoklar)/KVYK)	ATO	İdeal Orana Yakınlık (1)
	Nakit Oran (Hazır D.+ S. Menkul Kıymetler) /KVYK	NO	İdeal Orana Yakınlık (0,2)
Faaliyet Oranları	Alacak Devir Hızı (Net Satışlar/Ticari Alacaklar)	ADH	Yüksek Olması
	Alacakların Ort. Tahsil Süresi (360/Alacak devir Hızı)	AOTS	Düşük Olmalı (30-60 gün ideal)
	Stok Devir Hızı (Satışların Maliyeti/ Stok Miktarı)	SDH	Yüksek Olmalı
	Stok Devir Süresi (360/ Stok Devir Hızı)	SDS	Düşük Olmalı
	Aktif Devir Hızı (Net Satışlar/ Aktif Toplamı)	ADH	Yüksek Olması (Sanayi iş. 2 ideal)
Mali Yapı Oranları	Kaldıraç Oranı (Toplam Borç / Toplam Varlık)	KO	İdeal Orana Yakınlık (1/2)
	KVYK Oranı (KVYK / Pasif Toplamı)	KVO	Oranın 1 /3’ü aşmaması istenir
	UVYK Oranı (UVYK / Pasif Toplamı)	UVO	Oranın 1 /3’ü aşmaması istenir
	Özkaynak Oranı (Özkaynaklar/ Pasif Toplamı)	ÖÖ	1’den büyük olmalı
	Yabancı Kaynak/Özkaynak Oranı	YK/ÖK	1’den küçük olmalı
Karlılık Oranları	Brüt Satış Karı / Net Satışlar	BSK/NS	Yüksek olması
	Faaliyet Karı /Net Satışlar	FK/NS	Yüksek olması
	Dönem Karı / Net Satışlar	DK/NS	Yüksek olması
	Dönem Kârı / Aktif toplamı	NK/AT	Yüksek olması
	Dönem Kârı / Özkaynak Toplamı	DK/ÖK.	Yüksek olması

3.3. Çalışmanın Analiz Yöntemi

Çalışmada, savunma sanayi işletmelerinin finansal performanslarının değerlendirilmesi süreci iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk olarak finansal performansların değerlendirilmesi için gerekli kriterlerin ağırlıklarının tespit edilmesinde Entropi yöntemi kullanılmıştır. Sonra Gri ilişkisel Analiz ve Multi MOORA yöntemleri ile ayrı ayrı ilgili işletmenin 12 yıl için finansal performans göstergeleri değerlendirilmiştir. Bu hesaplamalarda Microsoft programının Excell ara yüzleri kullanılmıştır. İlgili işletmenin finansal performansının değerlendirilebilmesi için literatürde sıklıkla kullanılan finansal oranlar tercih edilmiştir.

3.4. Çalışmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Çalışmanın uygulama bölümünde seçilen kriterler ve alternatifler ilgili sektörün yapısı ve literatür çalışmaları dikkate alınarak belirlenmiştir. Araştırmanın konusunun özellikle savunma sanayi sektörü ve ÇKKV uygulamaları olarak seçilmesinin nedeni bu konu hakkında farkındalık

oluşturmaktır. Ayrıca ilgili karar problemi için en iyi zaman aralığının belirlenmesinde ÇKKV yöntemlerinin kullanılabilceğini göstermektedir.

Türkiye örneğinde savunma sanayi işletmeleri olarak sayabileceğimiz birçok kamu ve özel işletme bulunmaktadır. Ancak bu kurumsal firmaların finansal oranlarının kamuya açık olduğu platform sadece KAP olduğu için çalışmada özellikle bu platformda finansal verileri mevcut savunma sanayi işletmeleri tercih edilmiştir. Ayrıca araştırmanın yapıldığı dönemde 2020 yılı verileri KAP tarafından yayınlanmadığı için 2020 yılı araştırmaya dâhil edilmemiştir.

3.5. Kriterler ve Alternatifler

Mali Tablo Analizi ve finansal oranlar ile ilgili literatür incelenerek bir sanayi işletmesi için finansal oranlar için istenen durumların niteliği belirlenmiş, çalışmanın kriterleri ve kısaltmaları Tablo 7’de belirlemiştir.

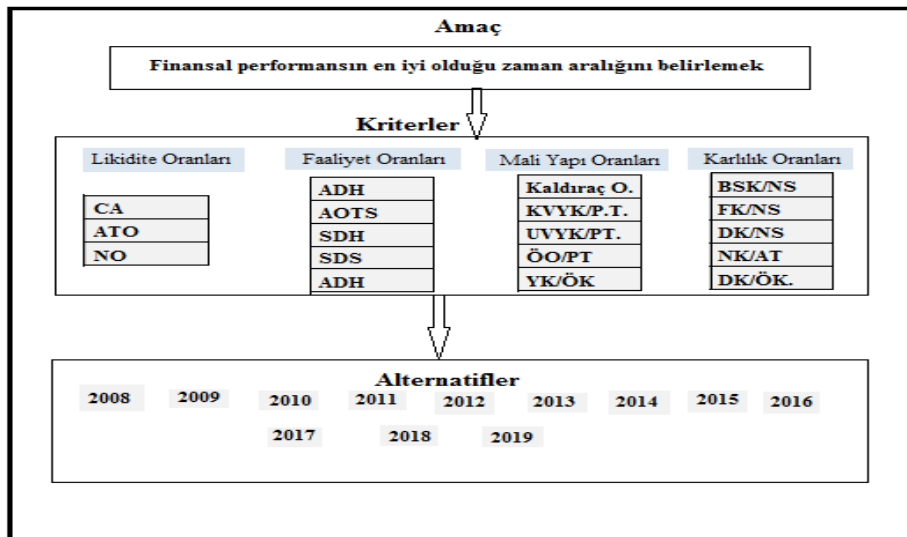
Tablo 7
Kullanılan Finansal Oranlar İçin Belirlenen Kriter Değerleri

Likidite Oranları		Faaliyet Oranları		Mali Yapı Oranları		Karlılık Oranları	
Oran	Değer	Oran	Değer	Oran	Değer	Oran	Değer
CA	Max.	ADH	Max.	KO	Min.	BSK/NS	Max.
ATO	Max.	AOTS	Min.	KVO	Min.	FK/NS	Max.
NO	Max.	SDH	Max.	UVO	Min.	DK/NS	Max.
		SDS	Min.	ÖO	Max.	NK/AT	Max.
		ADH	Max.	YKO	Min.	DK/ÖK.	Max.

BIST’te işlem gören savunma sanayi sektörü işletmesi olan ASELSAN’ın finansal performanslarının ölçülmesinde kullanılan 2008’den 2019 yılına kadarki 12 yıllık kesintisiz zaman aralıklarını ifade eden yıllar alternatifler olarak belirlenmiştir.

3.6. Araştırmanın Modeli

Çalışmada ilgili işletme için en iyi finansal performansın gözlemlendiği zaman aralığını belirlemek için karar probleminin yapısı ve ilgili literatür dikkate alınmıştır. En iyi finansal performansın belirlenmesi modelinin analizinde; Kriterlerin ağırlıkları Entropi yöntemi kullanılarak tespit edilmiştir. Bahsedilen karar probleminin çözüm modeli Şekil 1’de hiyerarşik yapıda gösterilmiştir.



Şekil 1. Belirli Zaman Aralığı için En iyi Finansal Performansı Belirleme Modeli

4. Bulgular ve Yorumları

4.1. Entropi Yöntemi ile Kriter Ağırlıklarının Belirlenmesi

Entropi esasen termodinamik entropi, topolojik entropi, sosyal entropi, din felsefesi açısından entropi, dalgacık entropisi, ekonomi entropisi gibi farklı alanlarda kullanılabilen bir fiziksel kavram olmasına rağmen çok kriterli karar verme yöntemlerinde kriterlerin ağırlıklarının belirlenmesinde uygun bir metot olarak seçilmesinin nedenlerinden biri karar vericilerin kişisel hüküm ve kıyaslamalarına yer vermeden kriterlerin ağırlıklarının belirlenmesine imkân vermesidir. Bu düşünce ile sırası ile gelen başlıklarda Entropi yöntemi ile kriterlerin ağırlıkları belirlenmiştir.

4.1.1. Temel Veri Matrisinin İfade Edilmesi

Kriterlerin ağırlıklarının belirlenmesi için kullanılan Entropi Yönteminin uygulamasında Microsoft Excell programından faydalanılmıştır. Entropi yönteminin analiz adımları dikkatle izlenerek kriterlerin nihai ağırlık değerleri belirlenmiştir. Ancak bu yöntemin uygulanması için temel veri matrisinin açıkça ifade edilmesi gerekmektedir. Tablo 8’de ilgili karar problemine ait temel veri matrisi gösterilmiştir. Tablo 8’ın ilgili sayfaya dikey olarak sığdırılması adına veriler özet olarak sunulmuştur.

Tablo 8

En İyi Finansal Performansın Belirlenmesi Karar Probleminin Temel Veri Matrisi

FİNANSAL ORANLAR		2008	2010	2012	2014	2016	2017	2018	2019	Kareler Toplamı	Toplamın Karekökü
Likidite Oranları	CA	2,73	3,32	2,50	1,96	2,26	2,17	2,48	1,80	72,76	8,53
	ATO	1,69	2,51	1,75	1,26	1,73	1,44	1,72	1,23	34,32	5,86
	NO	0,27	1,00	0,48	0,11	0,52	0,47	0,67	0,45	3,52	1,88
Faaliyet Oranları	ADH	7,05	3,87	3,11	2,65	1,85	3,35	2,93	3,35	188,92	13,74
	AOTS	51,09	93,13	115,61	136,00	194,87	107,58	122,77	107,48	163.082,72	403,84
	SDH	-0,98	-1,67	-2,12	-2,27	-2,40	-2,06	-1,90	-2,15	49,59	7,04
	SDS	-367,35	-215,48	-169,70	-158,90	-150,25	-174,76	-189,42	-167,06	498.929,34	706,35
	ADH	0,41	0,43	0,49	0,50	0,44	0,49	0,46	0,51	2,81	1,68
Mali Yapı Oranları	K.O.	0,511	0,662	0,413	0,480	0,571	0,538	0,477	0,471	3,19	1,79
	KVO	0,28	0,22	0,23	0,24	0,26	0,24	0,24	0,30	0,77	0,88
	UVO	0,44	0,47	0,39	0,31	0,31	0,29	0,24	0,17	1,48	1,22
	ÖÖ	0,28	0,31	0,38	0,45	0,43	0,46	0,52	0,53	2,09	1,45
	YK/ÖK	0,991	2,162	1,085	1,080	0,571	0,538	0,477	0,471	14,33	3,79
Karlılık Oranları	BSK/NS	0,32	0,32	0,24	0,24	0,24	0,25	0,25	0,26	0,84	0,92
	FK/NS	0,12	0,18	0,12	0,12	0,21	0,22	0,25	0,24	0,35	0,59
	DK/NS	0,01	0,20	0,18	0,14	0,21	0,26	0,26	0,26	0,40	0,63
	NK/AT	0,005	0,087	0,088	0,070	0,092	0,127	0,119	0,131	0,09	0,30
	DK/ÖK	0,02	0,29	0,23	0,16	0,22	0,27	0,23	0,25	0,53	0,72

4.1.2. Entropi Değerlerinin İfade Edilmesi ve Entropi Yöntemi ile Kriterlerin Nihai Ağırlık Değerleri

Entropi yönteminde kriter ağırlıklarının elde edilmesinde başlangıç matrisi yeterlidir ve kriterlerin değerlendirilmesine ihtiyaç olmaması nedeniyle oldukça kullanışlıdır (Özdağoğlu vd., 2017: 346). Entropinin güçlü yönü karar vericilerin değerlendirmelerine gerek duymadan alternatiflere ilişkin skorlar üzerinden daha objektif sonuçlar sağlamasıdır. Bu yöntemde değeri yüksek olan veri grubunda belirsizlik daha fazladır (Alp vd., 2015: 68). Temel veri matrisi ifade edildikten sonra Entropi yönteminin analiz aşamaları olan karar matrisinin normalize edilmesi, entropi değerlerinin hesaplanması, her bir kriter için farklılaşma derecelerinin hesaplanması ve

Kriterlerin nihai ağırlıklarının belirlenmesi adımları işletirildiğinde aşağıda Tablo 9'da belirtilen ağırlık değerleri tespit edilmiştir.

Tablo 9
Entropi Yöntemi ile belirlenen Kriterlere ait Ağırlık Değerleri

FİNANSAL ORANLAR		ej	1-ej	Kriter Ağırlıkları
Likidite Oranları	CA	0,9930	0,0070	0,018
	ATO	0,9924	0,0076	0,019
	NO	0,9427	0,0573	0,143
Faaliyet Oranları	ADH	0,9722	0,0278	0,069
	AOTS	0,9770	0,0230	0,057
	SDH	0,9892	0,0108	0,027
	SDS	0,9825	0,0175	0,044
	ADH	0,9971	0,0029	0,007
Mali Yapı Oranları	Kaldıraç O.	0,9964	0,0036	0,009
	KVO	0,9959	0,0041	0,010
	UVO	0,9870	0,0130	0,033
	ÖO	0,9914	0,0086	0,021
	YK/ÖK	0,9597	0,0403	0,101
Karlılık Oranları	BSK/NS	0,9977	0,0023	0,006
	FK/NS	0,9729	0,0271	0,068
	DK/NS	0,9486	0,0514	0,129
	NK/AT	0,9500	0,0500	0,125
	DK/ÖK.	0,9547	0,0453	0,113
Toplam		0,3995	1,000000	

Tablo 9'de kriterlerin ait ağırlık değerleri belirtilmiştir. En büyük ağırlık değerinin finansal oranlar arasından *Nakit Oran* olduğu görülmektedir. İkinci olarak ise *Dönem Kârı / Net Satışlar* olduğu gözlemlenmiştir.

4.2. Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile Finansal Performansın Belirlenmesi

4.2.1. Referans Değerlerin İfade Edilmesi

Çalışmanın uygulama aşamasında Entropi yöntemi ile kriterlerin ağırlıkları tespit edildikten sonra Gri İlişkisel Analiz yönteminin analiz aşamaları kullanılarak alternatiflere ait öncelik değerlerinin belirlenmesi istenmiştir. Bu doğrultuda Tablo 10'da karar matrisine bağlı olarak referans değerleri içeren matris ifade edilmiştir.

Tablo 10
Karar Matrisine Bağlı Referans Değerleri

Finansal Oranlar		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Likidite Oranları	CA	2,39	3,32	3,25	2,50	2,19	1,96	1,97	2,26	2,17	2,48	1,80
	ATO	1,71	2,51	1,96	1,75	1,50	1,26	1,41	1,73	1,44	1,72	1,23
	NO	0,82	1,00	0,43	0,48	0,11	0,11	0,43	0,52	0,47	0,67	0,45
Faaliyet Oranları	ADH	5,33	3,87	5,46	3,11	2,87	2,65	2,60	1,85	3,35	2,93	3,35
	AOTS	67,59	93,13	65,95	115,61	125,38	136,00	138,32	194,87	107,58	122,77	107,48
	SDH	-1,35	-1,67	-2,00	-2,12	-2,50	-2,27	-2,43	-2,40	-2,06	-1,90	-2,15
	SDS	-267,52	-215,48	-179,68	-169,70	-144,18	-158,90	-148,19	-150,25	-174,76	-189,42	-167,06
	ADH	0,42	0,43	0,63	0,49	0,54	0,50	0,45	0,44	0,49	0,46	0,51
Karlılık Oranları	BSK/NS	0,30	0,32	0,26	0,24	0,26	0,24	0,23	0,24	0,25	0,25	0,26
	FK/NS	0,15	0,18	0,16	0,12	0,08	0,12	0,07	0,21	0,22	0,25	0,24
	DK/NS	0,18	0,20	0,11	0,18	0,11	0,14	0,08	0,21	0,26	0,26	0,26
	NK/AT	0,074	0,087	0,067	0,088	0,060	0,070	0,034	0,092	0,127	0,119	0,131
	DK/ÖK.	0,28	0,29	0,16	0,23	0,15	0,16	0,08	0,22	0,27	0,23	0,25

4.2.2. Gri İlişkisel Katsayı Matrisinin İfade Edilmesi

Karar matrisinden yola çıkarak referans değerleri oluşturulmuş ve mutlak değerler belirlenmiştir. Sonraki adımda gri ilişkisel katsayı matrisi oluşturulmalıdır. İlgili formüller aracılığı ile katsayılar belirlenmiştir. İlgili katsayı değerleri Tablo 11’de belirtilmiştir.

Tablo 11
Alternatiflere Ait Gri İlişkisel Katsayı Matrisi

Finansal Oranlar		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Likidite Oranları	CA	0,361	0,360	0,354	0,351	0,349	0,349	0,352	0,351	0,353	0,348
	ATO	0,364	0,357	0,354	0,351	0,348	0,350	0,354	0,350	0,354	0,348
	NO	0,377	0,351	0,353	0,338	0,338	0,351	0,355	0,353	0,361	0,352
Faaliyet Oranları	ADH	0,354	0,363	0,350	0,348	0,347	0,347	0,343	0,351	0,349	0,351
	AOTS	0,350	0,345	0,354	0,356	0,358	0,358	0,370	0,352	0,355	0,352
	SDH	0,350	0,353	0,354	0,358	0,356	0,358	0,357	0,354	0,352	0,355
	SDS	0,355	0,351	0,350	0,348	0,349	0,348	0,348	0,351	0,352	0,350
	ADH	0,351	0,359	0,353	0,356	0,354	0,351	0,351	0,353	0,352	0,354
Mali Yapı Oranları	Kaldıraç O	0,359	0,356	0,349	0,353	0,352	0,349	0,355	0,354	0,352	0,351
	KVO	0,350	0,347	0,352	0,352	0,352	0,353	0,354	0,352	0,352	0,357
	UVO	0,361	0,356	0,356	0,354	0,351	0,350	0,351	0,350	0,347	0,343
	ÖO	0,348	0,354	0,352	0,353	0,355	0,355	0,354	0,356	0,359	0,359
	YK/ÖK	0,379	0,361	0,355	0,359	0,355	0,351	0,344	0,344	0,342	0,342
Karlılık Oranları	BSK/NS	0,357	0,353	0,351	0,352	0,351	0,350	0,352	0,352	0,352	0,353
	FK/NS	0,356	0,352	0,348	0,343	0,348	0,342	0,360	0,361	0,365	0,364
	DK/NS	0,358	0,346	0,355	0,346	0,350	0,342	0,359	0,365	0,365	0,365
	NK/AT	0,355	0,350	0,355	0,348	0,351	0,341	0,356	0,366	0,364	0,367
	DK/ÖK.	0,363	0,349	0,357	0,348	0,349	0,341	0,355	0,362	0,357	0,359

4.2.3. Gri İlişkisel Derecelerinin Hesaplanması

Alternatiflere ait gri ilişkisel katsayı değerlerinin belirlenmesinden sonraki adımda her bir alternatifin gri ilişkisel derecesinin tespit edilmesi gerekmektedir. Bu dereceler belirlenirken daha önce tespit edilen kriterlerin ağırlıkları kullanılmış ve böylelikle alternatiflerin önem dereceleri tespit edilmek istenmiştir. İlgili hesaplamalar sonucunda her bir alternatifin ilişkisel derecesi ve bunlara bağlı olarak ağırlıklı ortalamaları hesaplanmıştır. Bu değerler Tablo 12’de ifade edilmiştir.

Tablo 12
Alternatiflere Ait Gri İlişkisel Dereceler

Finansal Oranlar		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Likidite Oranları	CA	0,361	0,360	0,354	0,351	0,349	0,349	0,352	0,351	0,353	0,348
	ATO	0,364	0,357	0,354	0,351	0,348	0,350	0,354	0,350	0,354	0,348
	NO	0,377	0,351	0,353	0,338	0,338	0,351	0,355	0,353	0,361	0,352
Faaliyet Oranları	ADH	0,354	0,363	0,350	0,348	0,347	0,347	0,343	0,351	0,349	0,351
	AOTS	0,350	0,345	0,354	0,356	0,358	0,358	0,370	0,352	0,355	0,352
	SDH	0,350	0,353	0,354	0,358	0,356	0,358	0,357	0,354	0,352	0,355
	SDS	0,355	0,351	0,350	0,348	0,349	0,348	0,348	0,351	0,352	0,350
	ADH	0,351	0,359	0,353	0,356	0,354	0,351	0,351	0,353	0,352	0,354
Mali Yapı Oranları	Kaldıraç O	0,359	0,356	0,349	0,353	0,352	0,349	0,355	0,354	0,352	0,351
	KVO	0,350	0,347	0,352	0,352	0,352	0,353	0,354	0,352	0,352	0,357
	UVO	0,361	0,356	0,356	0,354	0,351	0,350	0,351	0,350	0,347	0,343
	ÖO	0,348	0,354	0,352	0,353	0,355	0,355	0,354	0,356	0,359	0,359
	YK/ÖK	0,379	0,361	0,355	0,359	0,355	0,351	0,344	0,344	0,342	0,342
Karlılık Oranları	BSK/NS	0,357	0,353	0,351	0,352	0,351	0,350	0,352	0,352	0,352	0,353
	FK/NS	0,356	0,352	0,348	0,343	0,348	0,342	0,360	0,361	0,365	0,364
	DK/NS	0,358	0,346	0,355	0,346	0,350	0,342	0,359	0,365	0,365	0,365
	NK/AT	0,355	0,350	0,355	0,348	0,351	0,341	0,356	0,366	0,364	0,367
	DK/ÖK.	0,363	0,349	0,357	0,348	0,349	0,341	0,355	0,362	0,357	0,359
Γöi		0,358	0,354	0,353	0,351	0,351	0,349	0,354	0,354	0,355	0,354

4.2.4. Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile Alternatiflere Ait Nihai Sıralama

Yukarıda Tablo 13’de belirtilen her bir alternatifte ait ağırlıklı ortalama değerleri dikkate alındığında alternatiflerin öncelikli önem dereceleri tespit edilmiştir. Bu değerler Tablo 12’de belirtilen nihai sıralama ile ifade edilmiştir.

Tablo 13

Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile Alternatiflere Ait Nihai Sıralama

Alternatifler	Gri ilişkisel Dereceler	Nihai Sıralama
2010	0.3617	1
2018	0.3568	2
2009	0.3565	3
2017	0.3563	4
2019	0.3558	5
2016	0.3544	6
2012	0.3536	7
2011	0.3521	8
2014	0.3490	9
2013	0.3483	10
2015	0.3471	11
2008	0.3461	12

4.3. MOORA Yöntemi ile Finansal Performansın Belirlenmesi

Multi Moora yaklaşımında alternatiflerin öncelik sıralamasının tespit edilebilmesi için sırası ile 1- Kriterlerin ağırlıkları belirlenmelidir 2- Oran metodu yaklaşımı uygulanmalıdır 3- Referans nokta yaklaşımı uygulanmalıdır. 4- Tam çarpım yaklaşımı uygulanmalıdır. 5- Tüm bu yaklaşımlara göre alternatiflerin öncelik sıralaması tespit edilmelidir.

4.3.1. Ağırlıklı Normalize Matrisinin Oluşturulması

Çalışmanın daha önceki aşamalarında Entropi yöntemi ile kriterlerin ağırlıkları belirlendiği için Multi Moora yönteminin ikinci aşaması Oran yaklaşımı hazırlıkları olan verilerin normalize edilmesi hatta ağırlıkları dikkate alan bir normalizasyon işleminin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda hesaplamalar gerçekleştirilmiştir. Tablo 14’de belirtilen değerlere ulaşılmıştır. Tablo 14’ün ilgili sayfaya dikey olarak sığırılması adına veriler özet olarak sunulmuştur.

Tablo 14

Ağırlıklı Normalize Matris

FİNANSAL ORANLAR		Weights	2008	2010	2012	2014	2016	2017	2018	2019
Likidite Oranları	CA	0,0175	0,0056	0,0068	0,0051	0,004	0,0046	0,0045	0,0051	0,0037
	ATO	0,019	0,0055	0,0081	0,0057	0,0041	0,0056	0,0047	0,0056	0,004
	NO	0,1433	0,021	0,0767	0,0366	0,0084	0,0398	0,0361	0,0508	0,0347
Karlılık Oranları	BSK/NS	0,0059	0,002	0,002	0,0015	0,0015	0,0016	0,0016	0,0016	0,0017
	FK/NS	0,0679	0,0133	0,0207	0,0143	0,0137	0,0247	0,0252	0,0284	0,0281
	DK/NS	0,1287	0,0024	0,0413	0,0367	0,0286	0,043	0,0528	0,0525	0,0526
	NK/AT	0,1251	0,002	0,0362	0,0366	0,0291	0,0383	0,0527	0,0494	0,0542
	DK/ÖK.	0,1134	0,0026	0,0447	0,0363	0,0247	0,0337	0,043	0,0357	0,0387

4.3.2. Oran Metodu Yaklaşımına Göre Sonuçların İfade Edilmesi

Yukarıda Tablo 14’de belirtilen değerler ile kriterlerin niteliğine göre alternatiflerin ağırlıklı normalize değerleri belirlenir ve nihai ağırlıklı oran değerleri (y_i) belirlenir. Bu öncelik değerleri Oran metoduna göre nihai sıralamayı oluşturmaktadır. Bahsedilen nihai değerler Tablo 15’de gösterilmiştir.

Tablo 15

Oran Metodu Yaklaşımına Göre Alternatiflere Ait Nihai Sıralama

Yıllar	2018	2017	2019	2009	2010	2016	2012	2011	2014	2008	2015	2013
Değerler	0.229	0.222	0.217	0.215	0.206	0.169	0.159	0.139	0.093	0.087	0.074	0.074

4.3.3. Referans Nokta Yaklaşımına Göre Sonuçların İfade Edilmesi

Referans nokta yaklaşımında temel amaç her bir alternatifin kriterler çerçevesinde optimum ölçüde ve analizlerde referans olabilecek değerinin tespit edilmesidir. Bu referans değerleri belirlenmiştir. Sonra her bir alternatife ait kriterlerin ağırlıkları dikkate alınarak tespit edilen referans değerlerinden ne ölçüde uzak oldukları hesaplanmıştır. Belirlenen değerler aynı zamanda bu yaklaşıma ait alternatiflerin nihai sıralamasını oluşturmaktadır. Bu değerler Tablo 16’da ifade edilmiştir.

Tablo 16

Referans Nokta Yaklaşımına Göre Alternatiflere Ait Nihai Sıralama

Yıllar	2012	2015	2009	2011	2016	2013	2014	2008	2018	2017	2019	2010
Değerler	0.06097	0.06355	0.06709	0.06732	0.06737	0.06824	0.06831	0.06944	0.07533	0.07563	0.07701	0.08049

4.3.4. Tam Çarpım Yaklaşımına Göre Sonuçların İfade Edilmesi

Tam çarpım yaklaşımının esasında temel veri matrisinde yer alan her bir alternatifin maksimum nitelikteki kriter değerleri ile minimum nitelikteki kriter değerleri ayrı ayrı çarpılır bu çarpımların oranı tam çarpım değerlerini oluşturmaktadır. Tam çarpım yaklaşımının neticesinde elde edilen alternatiflerin nihai sıralaması Tablo 17’de ifade edilmiştir.

Tablo 17

Tam Çarpım Yaklaşımına Göre Alternatiflere Ait Nihai Sıralama

Yıllar	Değerler
2018	0.000910473
2017	0.000000300
2010	0.000000255
2019	0.000000154
2011	0.000000144
2009	0.000000087
2012	0.000000061
2016	0.000000054
2014	0.000000047
2013	0.000000002
2015	0.000000001
2008	0.000000001

4.3.5. Multi MOORA Yaklaşımına Göre Sonuçların İfade Edilmesi

Multi Moora yaklaşımında çoklu Moora yöntemi yaklaşımlarından elde edilen sonuçlar bir tablo halinde ayrı ayrı ifade edilir. Alternatiflere ait bu sıralamalar kıyaslanır. Öncelikle tüm alternatifler ayrı değerlendirilir ardından her bir alternatifin en çok kaç kez aynı sıralamada

olduğuna bakılır. En çok tekrarlanan sıralama asıl sıralama olarak kabul edilir. Hesaplamalar neticesinde Multi Moora Yöntemine göre alternatiflere ait öncelik sıralaması Tablo 18’de belirtilmiştir.

Tablo 18

Multi MOORA Yaklaşımına Göre Alternatiflere Ait Nihai Sıralama

Sıralama	Oran Metodu	Referans Nokta Yaklaşımı	Tam Çarpım Metodu	Multi MOORA
1	2018	2012	2018	2018
2	2017	2015	2017	2017
3	2019	2009	2010	2009
4	2009	2011	2019	2019
5	2010	2016	2011	2010
6	2016	2013	2009	2016
7	2012	2014	2012	2012
8	2011	2008	2016	2011
9	2014	2018	2014	2014
10	2008	2017	2013	2013
11	2015	2019	2015	2015
12	2013	2010	2008	2008

4.4. Spearman Sıra Korelasyon Analizi ile Bulguların Değerlendirilmesi

Birden fazla ÇKKV yönteminin kullanıldığı karar problemi çalışmalarında Spearman sıra korelasyon analizi yapılmasının çalışmaya en büyük katkısı elde edilen hesaplamaların güvenilirliğinin ölçülmesine imkân vermesidir. Bu doğrultuda Gri ilişkisel Analiz ve Multi MOORA yöntemleri ile ayrı ayrı yapılmış analiz sonuçları Tablo 19’da gösterildiği üzere Spearman sıra korelasyon analizi yöntemi ile değerlendirilmiş ve korelasyon değerinin 0.92 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 19

Spearman Sıra Korelasyon Analizi ile Sonuçları

	Multi MOORA	GRI İLİŞİKİSEL	Sıra farkı Karesi
2008	12	12	0
2009	3	3	0
2010	5	1	16
2011	8	8	0
2012	7	7	0
2013	10	10	0
2014	9	9	0
2015	11	11	0
2016	6	6	0
2017	2	4	4
2018	1	2	1
2019	4	5	1
	Rs: 0.9230769		

4.5. Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Gri İlişkisel Analiz Yöntemine göre elde edilen alternatiflere ait sıralama (Tablo 13) ile Multi Moora Yöntemine göre bulunan alternatiflere ait sıralama (Tablo 18) birbirleri ile örtüşmektedir. Birbirini destekleyen sonuçlara göre ilgili işletmenin finansal performansı değerlendirildiğinde **2018** birinci, **2017** ikinci ve **2009** yılı üçüncü sırada yer almaktadır. Finansal performansın en kötü olduğu iki yıl ise **2008** ve **2015** yıllarıdır. 2008 Küresel Finansal Krizi

literatürdeki çalışmalara göre birçok sektörü olumsuz yönde etkilemiştir. Ancak ASELSAN tarafından yayınlanan yönetim kurulu faaliyet raporlarında firmanın 2008 krizinden olumsuz etkilenmediği belirtilmektedir. Ayrıca Dumanoğlu ve Ergül (2010), Tayyar vd. (2014) ASELSAN'ın da dâhil olduğu BIST Teknoloji firmalarının finansal performansını inceledikleri çalışmalarında ASELSAN ile ilgili olarak 2008 yılına ilişkin olumsuz bir durum ortaya koymamışlardır. Buna ek olarak bu çalışmada firmanın 2008-2019 yılları arasındaki en kötü finansal performansının 2008 yılına ait olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum ileride yapılacak akademik çalışmalarda derinlemesine irdelenebilir. 2015 yılında ise finansal oranların istenen düzeyden çok düşük seviyede seyretmesinin değişik siyasi ve ekonomik nedenlerinin olması söz konusudur.

Sıralamada önlere bulunan yıllar dikkate alındığında savunma sektörü açısından ilgili işletmenin daha çok üretim ve ihracat yaptığı izlenmektedir. Yapılan çalışmada firmanın lira bazında 2017 cirosundaki yüzde 42,3 artışla dünyada 100 havacılık ve savunma sanayi şirketi arasında birinci olduğu belirlenmiştir (Dünya, 2018). ASELSAN takip eden yıllarda büyümesini sürdürmüş, 2008 yılında 97'nci sıradan dâhil olduğu dünyanın en büyük savunma sanayi firmaları (Defense News Top 100) listesindeki yerini 2020 yılında 48.sıraya yükselmiştir (İnternet-2). Firma ile ilgili olarak medya araştırması yapıldığında buna benzer birçok bilgiye rastlamak mümkündür.

Firmanın finansal performansının en yüksek olduğu yıllardaki mali durumunu daha iyi yorumlayabilmek için bu yıllara ilişkin finansal oranlar ve mali tablo verileri Tablo 20'de verilmiştir.

Tablo 20

Finansal Performansın Yüksek Olduğu Yıllara İlişkin Finansal Oranlar

Finansal Oran		İdeal Durum	1	2	3
			2018	2017	2009
Likidite Oranları	CA	İdeal Orana Yakınlık (2)	2,48	2,17	2,39
	ATO	İdeal Orana Yakınlık (1)	1,72	1,44	1,71
	NO	İdeal Orana Yakınlık (0,2)	0,67	0,47	0,82
Faaliyet Oranları	ADH	Yüksek Olması	2,93	3,35	5,33
	AOTS	Düşük Olmalı (30-60 gün ideal)	122,77	107,58	67,59
	SDH	Yüksek Olmalı	1,90	2,06	1,35
	SDS	Düşük Olmalı	189,42	174,76	267,52
	ADH	Yüksek Olması	0,46	0,49	0,42
Karlılık Oranları	BSK/NS	Yüksek olması	0,25	0,25	0,30
	FK/NS	Yüksek olması	0,25	0,22	0,15
	DK/NS	Yüksek olması	0,26	0,26	0,18
	NK/AT	Yüksek olması	0,12	0,13	0,07
	DK/ÖK.	Yüksek olması	0,23	0,27	0,28
Brüt Satış Kârı			2.211.092.000	1.354.933.000	307.270.744
Dönem Kârı			2.319.347.000	1.387.849.000	183.874.942
Aktif Toplamı			19.473.631.000	10.918.217.000	2.484.442.965

Tablo 20'deki veriler incelendiğinde aşağıda ifade edilen tespitler yapılabilir;

- Firmanın aktif büyüklüğü ve kâr miktarları son 10 yılda ciddi anlamda bir yükseliş göstermiştir. Özellikle 2017 ile 2018 arasında 2 katına yakın bir büyüme göze çarpmaktadır (İnternet-1)

- Likidite oranları açısından bakıldığında firmanın söz konusu yıllarda idealin üstünde bir likit bulundurma düzeyine sahip olduğu görülmektedir.
- Faaliyet oranları açısından oranların ideale yakın olmadığı görülmektedir. Ancak firmanın yüksek fiyatlı teknoloji ürünlerini partiler halinde sattığı ve alacaklarını da dönemsel olarak tahsil ettiği düşünüldüğünde bu oranların firma için makul olduğu düşünülebilir.
- Mali yapı oranlarına bakıldığında 2009 yılı hariç ideale yakın borçlanma oranları dikkati çekmektedir. 2009 yılında özellikle “uzun vadeli borçlanma” oranının yüksek olması firmanın stratejik büyüme amaçlı duran varlık yatırımı yaptığını ve bu yatırımları uzun vadeli krediler ile finanse ettiği şeklinde yorumlanabilir.
- Brüt Satış Kârlılığı açısından bakıldığında söz konusu yıllarda %25-30 düzeyinde bir kârlılık göze çarpmaktadır. FK/NS ve DK/NS oranlarında baktığımızda 2018 ve 2017 yıllarında BSK/NS oranına yakın olduğu görülmektedir. 2009 yılında ise %15-20 arasında bir kârlılık göze çarpmaktadır. Bu durumun mâli yapı oranlarında olduğu gibi firmanın yapılanma faaliyetlerinden kaynaklandığı düşünülebilir.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Dünya’da sürekli gelişme izlenen savunma sektörünün artan rekabet şartlarında, talep edicilerin isteklerini dikkate alan geleceğe dönük stratejik kararlar alabilmek günümüzde çok önemli hale gelmiştir. Türkiye Savunma Sanayisi de gelişen dünya savunma sektörü içinde özellikle genç mühendislerin buluşları ile önem arz eden ve dikkatle takip edilen bir konuma gelmiştir. Bu sektörde temel amaç talep edicilerin bütçeleri doğrultusunda optimum özelliklerde silah ve benzeri savunma ekipmanlarının üretilebilmesidir. Bahsedilen benzer amaçların birer karar problemi olarak değerlendirilmesi ve çok kriterli karar verme yöntemleri ile çözülmek istenmesi bilimsel metotlar arasında sayılabilir.

Çalışmada, Kamu Aydınlatma Platformu (KAP) tarafından BIST Savunma Sektöründe listelenen bir firmanın 12 yıllık finansal verileri Gri İlişkisel Analiz ve Moora Yöntemleri ayrı ayrı kullanılarak değerlendirilmiştir. BIST’te işlem gören savunma sanayi işletmeleri ile ilgili literatür dikkatle incelendiğinde, BIST Teknoloji Endeksi içinde değerlendirilmiş olmakla birlikte tekil olarak ÇKKV yöntemleri ile belirli zaman aralığı için finansal performansın en iyi olduğu sürecin tespit edilmesine yönelik çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın özellikle literatürdeki bu boşluğu doldurması amaçlanmıştır.

Çalışmada ÇKKV yöntemlerinden (küçük veri setleri için basit ve kısa sürede uygulanabilmesi nedeniyle) özellikle Gri İlişkisel Analiz ve Multi Moora yöntemleri kullanılmıştır. Ayrıca analiz bulgularının ilgili işletmenin paydaşları tarafından kolaylıkla anlaşılır olması da bu yöntemlerin tercih edilme sebeplerindedir. ÇKKV yöntemleri ile gerçekleştirilen analiz sonuçları ilgili literatürdeki benzer çalışmalarla kıyaslandığında bulguların tutarlı olduğu gözlemlenmiştir. Hatta ÇKKV yöntemleri ile hem savunma sanayi işletmelerinin finansal performanslarının hem de sektör içindeki durumlarının ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmesi gösterilmiştir.

Çalışmada ilgili savunma sanayi firmasının 2008-2019 (12 yıl) yıllarının ayrı ayrı finansal performansı hesaplanmış, öncelik dereceleri belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre birinci sırada 2018 yer alırken ikinci sırada 2017 ve üçüncü sırada 2009 olmuştur. Bu durum Tablo 18’de açıkça ifade edilmiştir. Tablo 19’da firmanın finansal oranları ve bazı mali tablo bilgileri verilerek yorumlanmaya çalışılmıştır.

12 yıllık analiz sürecinde yukarıda ifade edilen üç yılda işletme optimum ölçüde ve oranlarda faaliyette bulunduğu gözlenmiştir. Diğer dokuz yılda ise ölçek etkinliği ortalama düzeyde seyrettiği belirlenmiştir. Özellikle ilgili işletmenin 2015 de istenen düzeyden çok düşük seviyede seyretmesinin değişik siyasi ve ekonomik nedenlerinin olması söz konusudur.

Gelecekte yapılacak akademik çalışmalarda bu durum derinlemesine araştırılmalıdır. Bu araştırmada önerilen çözüm modelinin yapısında bazı değişiklikler yapılarak BIST’te işlem gören diğer sektörlere ait işletmelerinde karar problemleri ÇKKV yöntemleri ile çözümlenebilir.

Kaynaklar

- Akbulut, İ., Aydın, S., ve Eleren, A. (2016). *Gri İlişkisel Analiz ile Tedarik Zinciri Performansının Değerlendirilmesi; Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama*. Uluslararası Katılımlı 16. Üretim Araştırmaları Sempozyumu (S. 33-37). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi-İşletme Fakültesi.
- Akbulut, O.Y. (2020). Gri Entropi Temelli PSI ve Aras ÇKKV Yöntemleriyle Türk Mevduat Bankalarının Performans Analizi, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* Cilt5/Sayı2
- Aselsan, (2014). ASELSAN Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Bağlı Ortaklıkları. 1 Ocak - 31 Aralık 2013 Dönemine İlişkin Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu. https://www.aselsan.com.tr/YK_Faaliyet_Raporu_201312_4424.pdf (Erişim Tarihi: 04.02.2021)
- Akçakanat, Ö., Eren, H., Aksoy, E. ve Ömürbek, V. (2017). Bankacılık Sektöründe Entropi ve WASPAS Yöntemleri ile Performans Değerlendirmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), s. 285-300.
- Akyüz, K.C., Akyüz, İ., Yıldırım, İ. ve Ersen, N. (2019). Borsa İstanbul’da Basım-Yayın Sanayi Grubunda Yer Alan Şirketlerin Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Değerlendirilmesi, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl 2019, Cilt 23 , Sayı 1, s. 141-152
- Alp, İ., Öztel, A., ve Köse, M. S. (2015). Entropi Tabanlı Maut Yöntemi ile Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansı Ölçümü: Bir Vaka Çalışması. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 65-81.
- Alpay, M., ve Sakınç, İ. (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Yeniden yapılandırma Öncesi Ve Sonrası Gri İlişkisel Analiz ile Finansal Performans Analizi, *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 49-61.
- Altunöz, U. (2017). Bankaların Finansal Performanslarının Bulanık Moora Ve Bulanık Ahp Yöntemleri ile Analizi: *Türk Bankaları Deneyimi*, s. 116-132
- Apan, M., Öztel A., ve Ceyhan, İ.F. (2019) Entropi Yöntemine Dayalı Camels Performans Değerlendirme Modeli: Türk Mevduat Bankaları Üzerine Bir Uygulama, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Yıl: 2019, 11(20): 296-316
- Asiloğulları, M., ve Ceyhan, M. (2019). OECD Ülkelerinde Savunma Harcamalarının Büyüme Üzerindeki Etkisi. *Kapadokya Akademik Bakış*, 3 (1) , 25-49
- Asiloğulları, M. (2020). Türkiye’de Savunma Harcamalarının Enflasyon Üzerindeki Etkisi (1960-2017), *Savunma Bilimleri Dergisi*, Mayıs 2020, Cilt 19/1, Sayı: 37, Ss.125-157
- Aslan, R., Bircan, H. ve Arslan, Ö. (2017). Tekstil Firmalarında Finansal Performansın Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Ağırlıklandırılmış Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Değerlendirilmesi, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 7, Sayı 2, Yıl 2017, Cilt 7, Sayı 2, Sayfalar 19 – 36
- Aşır, Ö. ve Demirkol, İ. (2018). Lojistik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Swara ve Gia Yöntemleri ile Analizi. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 71-86.

- Atukalp, M. E. (2019). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Çimento Firmalarının Finansal Performansının Analizi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 81, ss. 213- 230.
- Ayaydın, H., Durmuş, S., ve Pala, F. (2017). Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Türk Lojistik Firmalarında Performans Ölçümü. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 76-94.
- Ayçin, E. ve Güçlü, P. (2020). "BIST Ticaret Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Finansal Performanslarının Entropi ve Mairca Yöntemleri ile Değerlendirilmesi". *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 85, , 287-312
- Aydeniz, E. (2009). Makroekonomik Göstergelerin Firmaların Finansal Performans Ölçütleri Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: İMKB'ye Kote Gıda Ve İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 263- 277.
- Bağcı, H., ve Bağcı Aydoğdu, S. (2017). Turizm Sektöründe Etkinlik Analizi: Türkiye Örneği. *Sosyal ve Beşeri Araştırmalar Dergisi*, 80-86.
- Balcı, B.R. (2012). TFRS'lerin Finansal Analize Etkileri, *Journal of Yasar University*, 28(7), 4687-4707.
- Baran, T. (2018). Türkiye'de Savunma Sanayi Sektörünü İncelenmesi ve Savunma Harcamalarının Ekonomi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4, 58–81. <https://doi.org/10.29131/uiibd.429369>
- Baş, M., ve Çakmak, Z. (2012). Gri İlişkisel Analiz ve Lojistik Regresyon Analizi İle İşletmelerde Finansal Başarısızlığın Belirlenmesi ve Bir Uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 63-82.
- Başaran, M. E. (2009). *Savunma Sanayii Projeleri ve Finansal Kararlar Yönünden İncelenmesi*, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi,
- Başdeğirmen, A., ve Tunca, M. (2017). Lojistik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz ile değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 327-340.
- Başdeğirmen, B., ve Işıldak, B. (2018). Ulaştırma Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Performanslarının Gri İlişkisel Analiz İle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel İİBF Dergisi*, 563-577.
- Bayram, O. (2020). Savunma Sanayinin Gelişiminin İhracat-İthalat Dengesi Üzerindeki Etkileri, *Güv. Str. Derg.* 2020, 16(33): 163-188
- Bektaş, H., ve Tuna, K. (2013). Borsa İstanbul Gelişen İşletmeler Piyasası'nda İşlem Gören Firmaların Gri İlişkisel Analiz İle Performans Ölçümü. *Çankırı Karatekin University Journal of The Faculty of Economics And Administrative Sciences*, 185-198.
- Brauers, W. K. ve Zavadskas, E. K. (2009). Robustness of the multi-objective MOORA method with a test for the facilities sector, *Technological And Economic Development of Economy*, 15(2), 352-375.
- Burhan, G., ve Kaya, İ. (2017). Borsa İstanbul'da Yer Alan Aracı Kurumların Performansının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Değerlendirilmesi. *MÇBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 140-164.
- Ceyhan, T. (1997). *Savunma Sanayii Sektöründe Finansman Kaynakları*, T.C. Milli Savunma Bakanlığı, Savunma Sanayii Müsteşarlığı Uzmanlık Tezi, Eylül

- Çanakçıoğlu, M. (2019). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Çimento Firmalarının Entropi-Eatwios Bütünleşik Yaklaşımı ile Finansal Performanslarının Değerlendirmesi. *Journal of Yasar University*, 2019, 14/56, 407-421
- Çatı, K., Eş. A. ve Özevin, E. (2017). Futbol Takımlarının Finansal ve Sportif Etkinliklerinin Entropi ve Topsis Yöntemiyle Analiz Edilmesi: Avrupa'nın 5 Büyük Ligi ve Süper Lig Üzerine Bir Uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 13, Sayı 1, 2017
- Çevik, E.İ. ve Bektaş, G. (2019). Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 2019 8(16) 229–236
- Demir, M., ve Tuncay, M. (2012). Türk Gıda Sektörünün Faaliyet Ve Kârlılık Oranları Açısından Analizi: İMKB Gıda Sektöründe İşlem Gören İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma (2000-2008 Dönemi). *SDÜ İİBF Dergisi*, 367-394.
- Deng, H., Yeh, C.H. ve Willis, R. J. (2000). Inter-company Comparison Using Modified TOPSIS with Objective Weights, *Computers & Operations Research*, Vol 27(10); 963-973.
- Deran, A., ve Erduru, İ. (2018). Karayolu ve Denizyolu Yük Taşımacılığı Sektörlerinin Finansal Performans Analizi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 479-504.
- Diñer, H. ve Yüksel, S. (2018). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Finans Sektöründeki Uygulamasına Yönelik Yapılmış Çalışmaların Analizi. *Ekonomi, İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, 2018 s. 1-16
- Doğan, M. (2013). Measuring Bank Performance With Gray Relational Analysis: The Case Of Turkey. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2015-225.
- Ecer, F., ve Günay, F. (2014). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Ölçülmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35-48.
- Ege, İ. ve Yaman, S. (2018). Topsis ve Moora Yöntemleri İle Ölçülen Finansal Performansın Pay Getirilerine Etkisi: BIST Çimento- Beton İşletmeleri Üzerine Bir Panel Veri Uygulaması, *Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, ISSN - 2564-7946 2018 Vol. 2/1, ss.75-76
- Elitaş, C., Eleren, A., Yıldız, F., ve Doğan, M. (2012). Gri İlişkisel Analiz İle Sigorta Şirketlerinin Performanslarının Belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 521-530.
- Ersoy, N. (2020). Finansal Performansın Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Değerlendirilmesi: Borsa İstanbul Ulaştırma Endeksi'ndeki Şirketler Üzerine Bir Araştırma, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (86): 223-246
- Ertekin, Ş. (2020). Savunma Harcamalarının Bütçe Açıkları Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş OECD Ülkeleri Üzerine Panel Veri Analizi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 41, Denizli, S. 460-474.
- Eş, A. ve Çobanoğlu, C. (2017). Topsis Yöntemiyle Şirket Performans Sıralaması İçin Bir Çerçeve: Demir Çelik Sektöründe Bir Uygulama. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 18, Sayı 2, 2017
- Gezen, A. (2019). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Katılım Bankalarının Entropi ve WASPAS Yöntemleri İle Performans Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 84, (2019), 213-232.
- Gövdeli, T. (2019). Savunma Harcamaları, Ekonomik Büyüme, Gayri Safi Sabit Sermaye Oluşumu Arasındaki Dinamik Bağlantılar: Nato Ülkeleri İçin Panel Veri Analizi, *Osmaniye Korkut Ata*

- Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 1, Haziran 2019, Ss. 87-98
- Gül, E, ve Torusdağ, M . (2020). Savunma Harcamaları Cari Açık ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9 (3) , 2978-3003
- Güleç, Ö. ve Akın, Ö. (2018). Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Finansal Performansın Değerlendirilmesi: BIST Çimento Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 77-96.
- Gümüş, U. T., Can-Öziç, H. ve Çıbık, E. (2020). BIST’de İşlem Gören Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı İşletmelerinin Finansal Performanslarının ÇKKV Yöntemleri İle Karşılaştırılması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 90-100.
- Gümüş, U. T., Şakar, Z., ve Akkın, G. (2017). Finansal Analizde Kullanılan Oranlar ve Firma Değer İlişkisi: BIST’de İşlem Gören Çimento Firmaları Üzerine Bir Analiz. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 1–23.
- Günay, F., Karadeniz, E., ve Dalak, S. (2018). Türkiye’de En Yüksek Net Satış Gelirine Sahip 20 Şirketin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle İncelenmesi. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İİBF Dergisi*, 51-73.
- Gündoğdu, A. (2018). Türkiye’de Katılım Bankalarının Finansal Performansının Gri İlişki Analizi ile Ölçülmesi, *UIİİD-IJEAS*, 2018 (17. UIK Özel Sayısı) s: 201-214
- Gündoğdu, A. (2017). Türkiye’de Katılım Bankalarının Finansal Performansının Gri İlişkisel Analiz ile değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 201-214.
- Hwang, C.L. ve Yoon, K. (1981). *Multiple Attributes Decision Making Methods And Applications*, Springer, Berlin Heidelberg.
- Işık Ö. (2019). Entropi ve TOPSİS Yöntemleriyle Finansal Performans İle Pay Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Kent Akademisi*, Volume, 12 (37), Issue 1, Page. 200-213
- İç, Y.T., Tekin, M., Pamukoğlu, F.Z. ve Yıldırım, E.S. (2015). Kurumsal Firmalar İçin Bir Finansal Performans Karşılaştırma Modelinin Geliştirilmesi. *Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Der.* Cilt 30, No 1, 71-85, 2015
- Karaatlı, M. (2016). Entropi-Gri İlişkisel Analiz Yöntemleri İle Bütünleşik Bir Yaklaşım: Turizm Sektöründe Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.21, S.1, S.63-77.
- Karadeniz, E., Koşan, L., Günay, F. ve Beyazgül, M. (2017). İmalat Sektöründe Bir Uygulama: T.C. Merkez Bankası İmalat Alt Sektörü Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 161-184.
- Karadeniz, E., Koşan, L., Günay, F. ve Dalak, S. (2016). GİA Yöntemiyle Turizm Alt Sektörlerinin Finansal Performanslarının Ölçülmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1117-1134.
- Karaoğlan ve Şahin (2018). BIST XKMYA İşletmelerinin Finansal Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Ölçümü ve Yöntemlerin Karşılaştırılması. *Ege Akademik Bakış*, Cilt 18 · Sayı 1 · Ocak 2018, SS. 63 / 80
- Karavardar, A. ve Çilek, A. (2020). Türkiye’de Katılım Bankalarının Finansal Performansının Analizi. *Maliye ve Finans Yazıları*, (113), s: 99 –118
- Karkacier, O. ve A. Elif, Y. (2017). Turizm Sektöründe Gri İlişkisel Analiz (GİA) Yöntemiyle Finansal Performans Değerlemesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 154-

162.

- Kaya, Y., Öztel, A. (2018). Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Değerlendirilmesi: Otokar Örneği, *USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(2): 98-130
- Kendirli, S., ve Çankaya, M. (2016). BIST Turizm Endeksindeki Şirketlerde İşletme Sermayesi Yönetiminin Karlılık Üzerindeki Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma. *International Review of Economics And Management*, 46-68.
- Kiracı, K. ve Asker, V. (2019). Havaaracı Leasing Şirketlerinin Performans Analizi: Entropi Temelli Topsis Uygulaması, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 2019 (24):17-28
- Kocaoğlu, B. ve Küçük, A. (2019). Evaluation of The Performance of Companies Operating In The Pharmaceutical Sector For Reverse Logistics Applications With TOPSIS and MOORA Methods. *Journal of Transportation and Logistics*, 4(1), 11-30.
- Konak, T., Elbir, G. Karataş, B.M., Durman, Y., Yılmaz, S. ve Düzakın, H. (2018). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Tekstil Firmalarının TOPSIS ve MOORA Yöntemi ile Analizi. *Çukurova Üni. İİBF Dergisi*. Cilt:22. Sayı:1, s.11-44
- Konak, F. ve Çitak, L. (2018). Çok Kriterli Karar Verme Teknikleriyle Birleşme ve Devralmaların Finansal Performans Üzerindeki Etkisinin Karşılaştırmalı Analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 21 - Sayı: 39.
- Korkmaz, G. ve Topçu, M (2019). Savunma Alımlarının Ülke Kalkınmasına Etkisi ve Rolü, *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, Cilt:8 Sayı:2, 309-327
- Korkmaz, K. ve Öztel, A. (2020). Türkiye'de Savunma Harcamaları ile Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) Harcamalarının İktisadi Büyümeye Etkisinin Kısa ve Uzun Dönemli Analizi, *Savunma Bilimleri Dergisi*, Cilt 19/1, Sayı: 37, s.1-24
- Kula, V. ve Baykut, E. (2014). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Sigorta ve BES Şirketlerinin Finansal Performansının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 37-54.
- Metin, S., Yaman, S. ve Korkmaz, T. (2017). Finansal Performansın TOPSIS ve MOORA Yöntemleri ile Belirlenmesi: BIST Enerji Firmaları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Uygulama, *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:14 Sayı: 2
- Meydan, C., Yıldırım, B. ve Senger, Ö. (2016). BIST'te İşlem Gören Gıda İşletmelerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi Kullanılarak Değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s. 147-169.
- Ömürbek, N. ve Aksoy, E. (2017). Ulusal verimlilik istatistiklerine göre imalat sektörlerinin performansının değerlendirmesinde MULTI-MOORA yönteminin uygulanması, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-19.
- Ömürbek, N. ve Akçakaya, E. (2018). Forbes 2000 Listesinde Yer alan Havacılık Sektöründeki Şirketlerin Entropi, Maut, Copras Ve Saw Yöntemleri İle Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.23, S.1, s.257-278.
- Ömürbek, N., Karaatlı, M. ve Balcı, H. F. (2016). Entropi Temelli MAUT ve SAW Yöntemleri ile Otomotiv Firmalarının Performans Değerlemesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), s. 227- 255.
- Özbek, A. (2017). *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel ile Problem Çözümü*. Ankara:

Seçkin

- Özbek, A. (2018). Fortune 500 Listesinde Yer Alan Lojistik Firmaların Değerlendirilmesi. *AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13-26.
- Özdağoğlu, A. (2018). BIST Sınai İşletmelerinin Gri Entropi-Eatwıos Bütünleşik Yaklaşımı İle Performans Değerlendirmesi. *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 19, Sayı 2, 2018, 271-299
- Özdağoğlu, A., Yakut, E. ve Bahar, S. (2017). Machine Selection in A Dairy Product Company with Entropy and SAW Method Integration. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdarî Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 341-359.
- Özdemir, A. İ. ve Deste, M. (2009). Gri İlişkisel Analiz İle Çok Kriterli Tedarikçi Seçimi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. *İstanbul University Journal of The School of Business Administration*, 149-156.
- Özer, M. O. (2020). Savunma Harcamaları İle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye İçin Bir Fourier Eşbütünleşme Testi Uygulaması, *Selçuk Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt 23, Sayı 1, Nisan 2020
- Öznel, A. ve Yavuz, H. (2017). Entropi Tabanlı Copras Yöntemi ile Ölçek Bazında Finansal Performans Analizi: Bilgi ve İletişim Sektöründe Bir Uygulama, *Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi*, 12-13 Mayıs 2017, Edirne
- Peker, İ. ve Birdoğan, B. (2011). Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Türk Sigortacılık Sektöründe. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1-18.
- Sakarya, Ş. ve Aksu, M. (2020). Ulaşım Sektöründeki İşletmelerin Finansal Performanslarının Geliştirilmiş Entropi Temelli TOPSIS Yöntemi ile Değerlendirilmesi, *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7 (1), ss.21-40
- Söylemez, Y. (2020). Finansal Performans Değerlendirmesinde Topsis ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemlerinin Karşılaştırılması, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 18, Sayı: 3, ss.61-79
- Şengül, Ü. ve Ece, N. (2018). Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile Finansal Performans Değerlendirilmesi: BIST 100 Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Awareness*, Cilt / Volume:3, Sayı / Issue: Special, 2018, 865-880 878
- Şişman, B. ve Doğan, M. (2016). Türk Bankalarının Finansal Performanslarının Bulanık AHP ve Bulanık Moora Yöntemleri İle Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt:23 Sayı:2
- Tayyar, N. ve Gökakın, E. (2018). BIST Gelişen İşletmeler Piyasasına Dâhil Şirketlerin Finansal Performanslarının ÇKKV Yöntemleri ile Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 62-78.
- Tayyar, N., Akcanlı, F., Genç, E. ve Erem, I. (2014). BIST'te Kayıtlı Bilişim ve Teknoloji Alanında Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Performanslarının Analitik Hiyerarşik Projesi (AHP) ve GİA Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Muhasebe Finansman Dergisi*, 19-40.
- Tezergil, S. (2018). Portföy Yönetim Şirketlerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Değerlendirilmesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 39 – Sayfa: 245-262
- Tunçez, M. A. (2019). *TMS/TFRS ile Uyumlu Finansal Tablolar Analizi*. Seçkin Kitapevi.
- Uçkun, N. ve Girginer, N. (2011). Türkiye'deki Kamu ve Özel Bankalarının Performanslarının Gri İlişki Analizi ile İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21, 46-66.
- Ulutaş, A. (2019). Entropi Tabanlı Edas Yöntemi İle Lojistik Firmalarının Performans Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (23), 53-66.

- Uygurtürk, H. ve Bal, K. (2020), Emeklilik ve Menkul Kıymet Yatırım Fonlarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile Karşılaştırmalı Performans Analizi, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 11, Sayı 21
- Ünal, S., İçigen Köse, F. ve Gürdal, H. (2018). The Financial Performance of Ceramic Industry Companies Listed in Borsa Istanbul: *International Association of Social Science Research*, 235-242.
- Yağtu, G. ve Sezgin, Ş. (2019). Türkiye’de Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi, *ASEAD*, Cilt 6 Sayı 8 Yıl 2019, S 1-13
- Yavuz, H. ve Öztel, A. (2017). Entropi Tabanlı Copras Yöntemi ile Ölçek Bazında Finansal Performans Analizi: Bilgi ve İletişim Sektöründe Bir Uygulama. 1.Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi, 122–141.
- Yerdelen, K. C. (2020). BIST Bilişim Sektöründe İşlem Gören Şirketlerin Finansal Performanslarının Multimoora Yöntemleri ile Ölçümü. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22(3), 529-546.
- Yılmaz, N. (2019). Performance Analysis of Foreign Deposit Banks in Turkey: A Multi-Moora Method. *Social Sciences Research Journal*, 8 (3), 54-66.
- Yükçü, S. ve Kaplanoğlu, E. (2015). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Gözaltı Pazarı Şirketlerinin Finansal Performanslarının Belirlenmesi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 587-616.

İnternet kaynakları

- İnternet-1: <https://www.dunya.com/sirketler/aselsan-buyumede-rekor-kirdi-haberi-429107> (Erişim Tarihi: 04.02.2021)
- İnternet-2: <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/aselsan-yilin-ilk-yarisini-yuksekkarlilikla-tamamladi-6284907> (Erişim Tarihi: 04.02.2021)

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

BİLİM HARİTALAMA TEKNİKLERİNE GÖRE ALTI SİGMA KAVRAMI

Muhammet CİNOĞLU¹, Mehmet Nurullah KURUTKAN²

Öz

Bu çalışmanın amacı, bilim haritalama tekniklerine göre, Altı Sigma konusunu incelemektir. Web of Science ve Scopus veri tabanlarında yapılan arama sonuçlarına göre 428 (Web of Science) ve 1248 (Scopus) makalenin verileri analiz edilmiştir. Her iki veri tabanında ortak olan makaleler ayıklandıktan sonra 1079 makale çalışmaya dahil edilmiştir. Veriler iki yazılım (VOSviewer ve CiteSpace) ile analiz edilmiştir. Veriler kelime madenciliği analizi, ortak kelime analizi, ortak atf analizi ve atf patlamaları analizi ile incelenmiştir. Kelime madenciliği analizine göre, “Yönetimde Altı Sigma”, “Hasta ve Çalışan Güvenliğinde Altı Sigma”, “Üretim Süreci Bileşenlerinde Altı Sigma” ve “Altı Sigma’nın Akademik Gelişim Süreci” başlıklı dört küme tespit edilmiştir. Bu çalışma, araştırmacılar ve karar vericiler için Altı Sigma uygulamalarının güncel alanlarına işaret eden ve araştırma eğilimlerini inceleyen önemli bir kaynak olarak değerlendirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Altı Sigma; bilimsel haritalama; ortak atf; bibliyometrik analiz

SIX SIGMA CONCEPT ACCORDING TO SCIENCE MAPPING TECHNIQUES

Abstract

The aim of this study is to examine the Six Sigma subject according to science mapping techniques. According to the results of the search made in Web of Science and Scopus databases, the data of 428 (Web of Science) and 1248 (Scopus) articles were analyzed. After extracting common articles in both databases, 1079 articles were included in the study. The data were analyzed by two software (VOSviewer and CiteSpace). Data were analyzed using word mining analysis, common word analysis, joint citation analysis and citation burst analysis. According to the word mining analysis, four clusters were determined as "Six Sigma in Management", "Six Sigma in Patient and Employee Safety", "Six Sigma in Production Process Components" and "Academic Development Process of Six Sigma". This study can be considered as an important resource for researchers and decision makers pointing to the current areas of Six Sigma application and examining research trends.

Keywords: Six Sigma; scientific mapping; co-citation; bibliometric analysis

1. Giriş

Teknolojinin her geçen gün gelişmesi ile birlikte firmalar arasındaki rekabetin artması, ürün ve hizmet geliştirme, üretim ve hizmet organizasyonlarının daha verimli ve daha kaliteli bir hale gelmeleri açısından kurumların ve firmaların üzerindeki baskıyı arttırmaktadır. Böyle bir durumda mal ve hizmet üreticileri; ürün veya hizmetlerini da kısa sürede geliştirme ihtiyacı hissetmektedir. Mal ve hizmet organizasyonları rekabet koşullarında başarılı olabilmek amacıyla maliyetleri düşürüp kaliteyi artırmak zorundadır. Bu sayede çevrim sürelerinin kısaltılıp müşteri memnuniyetinin sağlanması mümkün hale gelebilmektedir. Bu doğrultuda Altı Sigma yaklaşımı teknolojinin meydana getirdiği araçlar ile birlikte kullanıldığında yukarıdaki sorunlara çözüm sunan potansiyel yöntemlerden biri halini almaktadır (Şahin, 2006).

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Düzce Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi A.B.D., mcinoglu@icloud.com, orcid: 0000-0003-3924-2931

² Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, Sağlık Yönetimi A.B.D., nurullahkurutkan@duzce.edu.tr, orcid: 0000-0002-3740-4231

Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Cinoğlu, M. ve Kurutkan, M. N. (2021). Bilim haritalama tekniklerine göre altı sigma kavramı, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 58-75.

Makale Geliş Tarihi:04/03/2021

Makale Kabul Tarihi:02/05/2021

Makale Yayın Tarihi:30/07/2021

Altı Sigma yaklaşımı hizmet ve üretim organizasyonlarının karar alma süreçlerini önsezilerden gerçek verilere dayandıran ve son zamanlarda iş dünyasında sıkça uygulanmakta olan bir yönetim şeklidir (Akçay, 2011). Altı Sigma disiplini sektörde başarı ve gelişim göstermek isteyen örgütlerin her aşamasında istatistiksel analizler eşliğinde sunduğu elverişli uygulamalar sayesinde örgütlerin karar alma süreçlerine yardımcı olmaktadır (Akçay, 2011). Altı Sigma'nın örgütlerde kapsamlı uygulanması ile örgütün sahip olduğu geleneklerde esaslı düzenlemeler meydana gelmekte ve bu sayede elde edilen başarılarla devamlılık sağlanmaktadır. Günümüz rekabet koşullarında üstünlük yalnızca öncü, ilerleme kateden süreçler ve elde edilebilen başarılarla sağlanabilmektedir (Akçay, 2011).

Bu araştırmanın amacı, Altı Sigma'nın bibliyometrik analizini bilim haritalama teknikleri açısından incelemektir. Altı Sigma'nın hizmet ve üretim sektöründeki uygulamalarının literatürdeki eğilimi incelenerek elde edilen sonuçlar sayesinde, sektör uygulayıcılarının, politikacıların, alana ilgi duyan araştırmacıların ve finansman yöneticilerinin yararlanabilmeleri hedeflenmiştir. Altı Sigma'nın literatürde mevcut çalışmaların çeşitli veri tabanları kullanılarak analiz ve görselleştirme yöntemleri eşliğinde en çok atıf alan yazar, kaynak vb. materyaller belirlenmeye çalışılmıştır.

2. Kavramsal Literatür

Altı Sigma, ürün veya hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve süreçlerdeki verimliliği istatistiksel metotlar yoluyla sağlayan bir iş stratejisi ve kalite iyileştirme tekniklerinden biridir. Altı Sigma, süreçte meydana gelen kusur ve hataların nedenlerini bulmaya ve değişkenlikleri ortadan kaldıracak çözümler sunmaya, yapılan işlemlerin maliyetini azaltmaya, verimliliği artırmaya ve müşteri memnuniyetini daha iyi bir şekilde karşılamaya odaklanan, bununla birlikte kaybedilen zaman ve parasal değer geri dönüşüne yardım eden bir yaklaşım olarak tanımlanabilir. (Antony et al., 2002)

“Altı Sigma kavramı ve bu yaklaşımın uygulanması için Altı Sigma rol yapısı, Altı Sigma yapılandırılmış iyileştirme prosedürü ve Altı Sigma ölçümlerine odaklanmak şeklinde kritik üç yeni uygulama belirlenmiştir (Zu et al., 2008). Xingxing Zu çalışmasında; 226 ABD üretim tesisinden oluşan bir test yapmış ve bu üç Altı Sigma uygulamasının geleneksel kalite yönetimi uygulamalarından farklı uygulamalar olduğunu ve performansı iyileştirmede geleneksel kalite yönetimi uygulamalarını tamamladığını ortaya koymuştur (Zu et al., 2008).

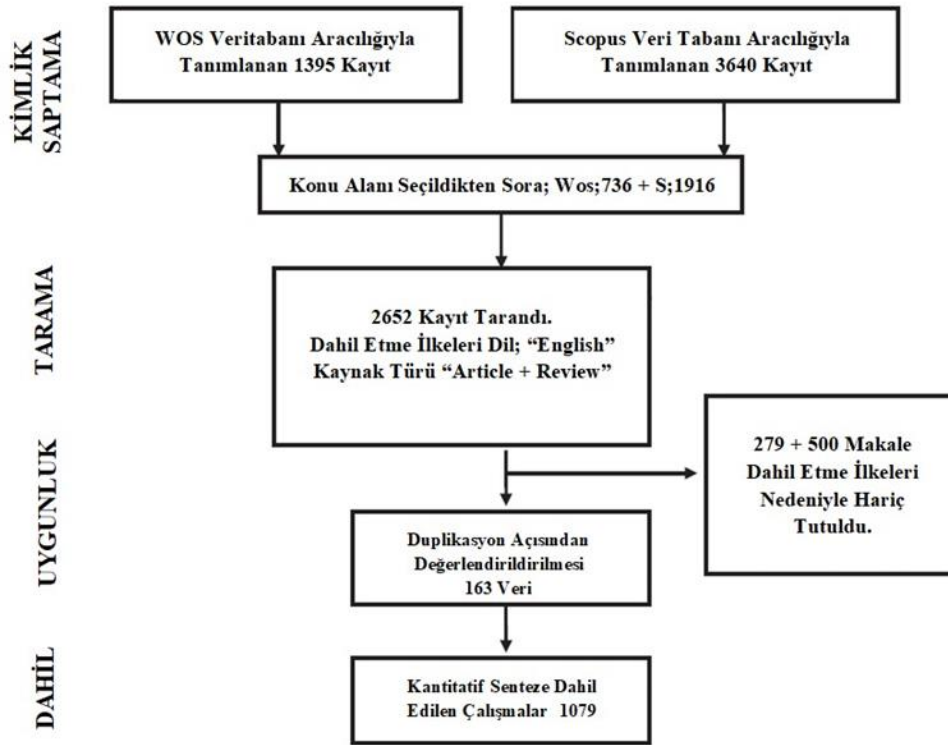
Altı Sigma'da yer alan DMAIC (Define – Measure – Analyze – Improve - Control) yöntemi genellikle problem çözme yaklaşımı için kullanılan kalite iyileştirme hareketi olarak tanımlanır (Mast ve Lokkerbol, 2012). 1980'lerin sonundan bu yana, altı sigma, üretim ve yarı üretim ortamlarında yoğun bir şekilde uygulanmaktadır. Elde edilen başarı gücü hali hazırda hizmet sektörü uygulayıcılarının ve araştırmacıların dikkatini çekmiştir ve hizmet süreçlerine adapte edilmeye çalışılmıştır. Bu açıdan mevcut hizmet sektöründe verilen eğitim düzeyinin en acil pratik uygulaması olan siyah kuşağın uygulanması açısından yetersiz kaldığı görülmüştür (Nakhai ve Neves, 2009). Altı Sigma yaklaşımının başarısı, proses ve insan etmenlerini etkili bir biçimde kullanarak bir sinerji ortaya çıkarmaya ve herkesin benimsediği görevi verimli bir şekilde yerine getirmesine bağlıdır (Özveri ve Çakır, 2012: 18). Bu yaklaşımın üretim ve hizmet sektöründe uygun alt yapının sağlanması, üst yönetimin desteği ve paydaşların katkıları ile başarılı bir uygulamaya dönüşeceği belirtilmektedir (Özveri ve Çakır, 2012: 19).

Altı sigma seviyesi için belirlenen sigma düzeyinde milyondaki hata sayıları sayesinde kurumlar mevcut durumlarını ve hedefledikleri durumları karşılaştırma fırsatı bulabilmektedir. Bu hata sayıları "birden altıya kadar sıralanmış olup 1 sigma düzeyinde hata sayısının 690,000'den 6 sigma düzeyinde 3,4'e düşürülmesi" hedeflenmektedir (Özveri ve Çakır, 2012: 19). Altı Sigmanın başarılı bir şekilde uygulanması için gereken özelliklerden biri gerçekleştirilecek projelerde yer

alacak ekip üyelerinin sorumluluk ve görevlerinin tanımlanmasıdır. Bu tanımlama yapılırken ekipler sorumluluklarının derecesine göre renklendirilerek Şampiyon, Uzman Kara Kuşak, Kara Kuşak, Yeşil Kuşak şeklinde gruplara ayrılmıştır (Özveri ve Çakır, 2012: 19). Altı Sigma yaklaşımını benimseyen örgütler süreçlerindeki verimliliği sigma seviyeleri adı verilen bir endeksle izlemektedir. Bu sayede ürün / hizmet başına meydana gelen hatalar ile ürün / hizmet maliyetleri hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir. Altı Sigma süreç performansının bir ölçüsü olarak milyon başına meydana gelen kusur sayısı (defects per million opportunities)'nı temsil etmektedir. Ana amaç meydana gelen hata miktarının altı sigma seviyesinde bir milyonda 3.4'ün altında olmasını sağlamaktır (Özveri ve Çakır, 2012: 19).

3. Araştırma Yöntemi

Araştırma çerçevesi, Şekil 1'de gösterildiği gibi, literatür veri tabanı ve arama kurallarının tanımlanmasını, ön erişimin, veri işlemenin ve analizin gerçekleştirilmesini içermektedir.



Şekil 1. Sistematik İncelemeler ve Meta-Analizler İçin Tercih Edilen Raporlama Ögeleri

3.1. Ön Araştırma

Araştırma sınırları aşağıdaki kurallara göre belirlenmiştir. İlk olarak araştırma verileri Web of Science (WoS) Core Collection'dan ve Scopus veri tabanından elde edilmiştir. "Web of Science; 10000'den fazla dergi ile üç atıf veri tabanından oluşmaktadır: Arts ve Humanities Citation Index (1975'e kadar), Social Sciences Citation Index (1956'ya kadar) ve Science Citation Index Expanded (1900'e kadar). WoS, 38 milyonun üzerinde kayıt içeren ve her yıl 250'den fazla bilim, sosyal bilimler ve sanat ile beşeri bilimler disiplininin 1,5 milyondan fazla yeni kayıt ve 23 milyon yeni atıf toplamaktadır" (Vieira ve Gomes, 2009).

“Elsevier Science, WoS’a alternatif olacak şekilde Scopus veri tabanını 2004 yılında başlatmıştır. Scopus, 16 milyonu 1996 yılına kadar giden referansları ve 1841'e kadar giden 17 milyonu 1996 öncesi kayıtları içeren 33 milyon kayıt içermektedir. Bu kayıtlar, 4.000'den fazla dergiden 15.000'den fazla hakemli dergiden toplanmıştır. 1200'den fazla Açık Erişim dergisi, 500 Konferans Bildirisi, 600'den fazla Ticari Yayın ve bütün bilgi alanlarından 200 kitap serisi dahil olmak üzere uluslararası yayıncılardır. Scopus dergileri dört geniş bilimsel alanda sınıflanmaktadır: Fiziksel Bilimler (5500'den fazla başlık), Sağlık Bilimleri (5300'den fazla başlık), Sosyal Bilimler (2850'den fazla başlık) ve Yaşam Bilimleri (3400'den fazla başlık). Ek olarak, belgeler 27 konu alanından birinde sınıflandırmaktadır. Scopus’un, içeriğinin yarısından fazlasının Avrupa, Latin Amerika ve Asya-Pasifik Bölgesi'nden WoS’un ise çoğunlukla Kuzey Amerika ve Batı Avrupa’ya kapsadığı iddia edilmektedir. İki sağlayıcı arasındaki rekabet yoğun ve son birkaç yıl içinde her iki veri tabanı tarafından sunulan hizmetlerin kalitesini arttırmıştır” (Vieira ve Gomes, 2009).

İkinci olarak, ilk arama başlık (title) seçilerek "six sigma" kesin kelime öbeği olarak veri tabanlarında aratılmıştır. Altı Sigma'nın kapsamlı bir şekilde kapsadığı makaleleri değerlendirmek için, zaman aralığı 1975-2019 olarak belirlenmiştir. Web of Science veri tabanında ilk dergi makalesinin 1998 yayınlandığı görülmüştür.

Üçüncü olarak, her iki veri tabanında yalnızca İngilizce makaleler ve incelemeler seçilmiştir. Bir diğer kısıtlama ölçüsü ise konu alanları olarak; her iki veri tabanında Sağlık ve Sosyal Bilimler alanları seçilmiştir. Toplamda Altı Sigma ile ilgili WOS (428), Scopus (1248) makale elde edilmiştir (**Tablo 1.**) Son olarak ise her iki veri tabanından elde edilen veriler bir havuzda toplanıp gereksiz ve tekrar eden veriler çıkarılmış olup daha net ve doğru bir şekilde analiz edilmesi hedeflenmiştir.

Tablo 1
Farklı Aşamalarda Alınan Makaleler

Arama Motoru	Dizeler ve Filtre	Alınan Makaleler
Web of Science	Konular: "Six Sigma" Veritabanı: Web of Science Core Collection Araştırma Kategorileri: "Management, Business, Economics, Healthcare" Zaman Aralığı: 1998 - 2019 Diller: English Belge Türleri: "Article" + "Review"	428
Scopus	Konular: "Six Sigma" Veritabanı: Scopus Araştırma Kategorileri: "Management, Business, Economics, Healthcare" Zaman Aralığı: 1998 - 2019 Diller: English Belge Türleri: "Article" + "Review"	1248
Duplikasyon Uygulanması Sonucunda Elde Edilen Net Veri		1079

Web of Science veri tabanında ilk dergi makalesinde; 1998’de Chassin, altı sigma modelinin üretim endüstrisindeki başarısının sağlık sektöründe mümkün olup olmayacağı üzerinde durmuştur. Sağlık hizmetlerinde kalite sorunlarının sıklıkla yüzde 20 ile 50 veya milyonda 200.000 ila 500.000 oranlarında ortaya çıktığını ve gereken kalite düzeyine yaklaşmak için, sağlık hizmetleri sektöründe meydana gelen hatanın altında yatan nedenleri ele almış ve önemli değişiklikler yapılması gerektiğini saptanmıştır (Chassin, 1998a). Scopus veri tabanında ise ilk dergi makalesinin 1992 yılında yayımlandığı tespit edilmiştir. 1992’de J. Delsanter makalesinde, Motorola firmasının kapsamlı kalite programı ile nasıl daha fazla başarı elde ettiğinden bahsetmiştir. Şirketin bu

anlayışındaki değişikliğin dünya pazarında başarımın ve Altı Sigma kalitesinin bir sonucu olduğunu vurguladığı görülmüştür (Delsanter, 1992).

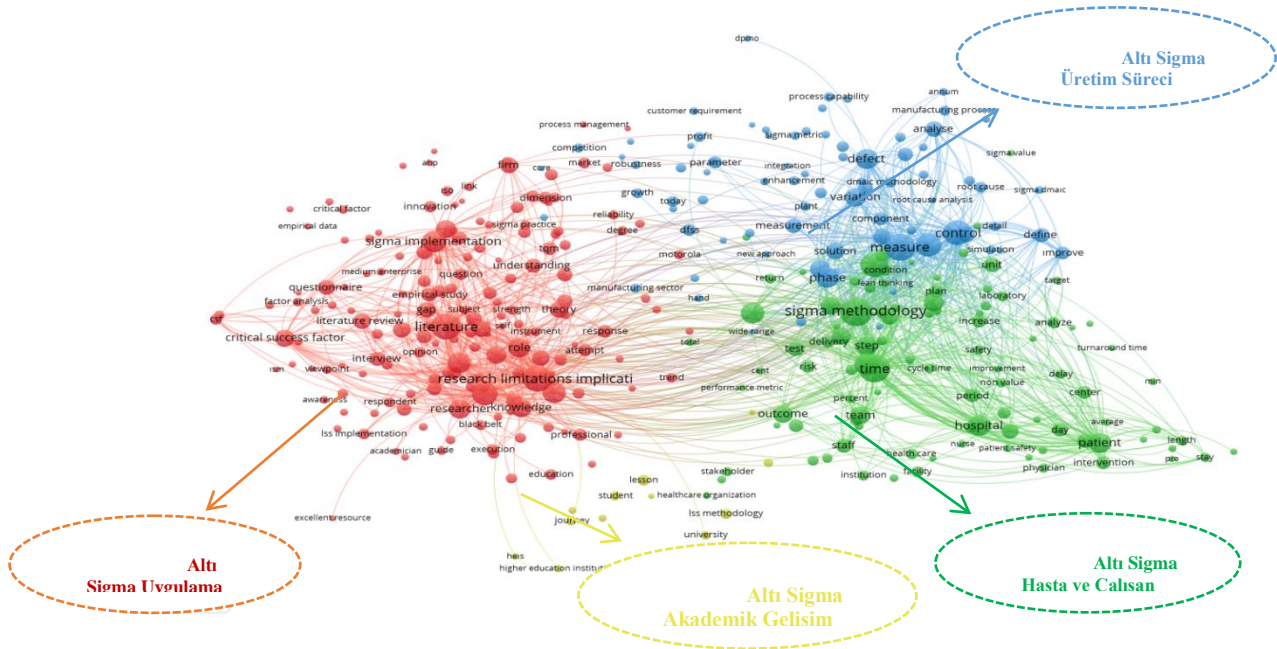
4. Bulgular

Bu bölüm ortak yazarları, ortak kelimeleri ve ortak alıntıları çevreleyen analizleri ana hatlarıyla açıklamaktadır. Altı Sigma kavramı WoS ve Scopus’ dan elde edilen veriler, VOSviewer ve Citespace yazılımı kullanarak elde edilmiştir. Elde edilen analizler; Ortak Kelime (Eş-Sözcük) Analizi (Bölüm 3.1), aynı anda ortaya çıkan konu kategorileri ağını ve birlikte ortaya çıkan anahtar sözcük ağını içermektedir. Ortak Yazarlık Analizi (Bölüm 3.2), ortak yazarlık ağı, ülkeler / bölgeler ağı ve araştırma enstitüleri ağından oluşmaktadır. Ortak Atıflar Analizi (Bölüm 3.3) ise, dergi ortak atıf ağını yazar ortak atıf ağını ve belge ortak atıf ağını içermektedir.

4.1. Ortak Kelime (Eş-Sözcük) Analizi

4.1.1. VOSviewer Yazılımından Elde Edilen Bulgular

Altı Sigma hakkındaki makalelerde yer alan kelimeler için veri madenciliğinde Web of Science ve Scopus’ dan elde edilen kelimeler arasındaki ilişki Şekil 2’de gösterilmiştir. Görsel üzerindeki veriler seçilirken atıf sayısı “10” ve üzerindeki dokümanlar seçilmiş ve çalışmaya 18.242 terim arasından 595 terim dâhil edilmiştir. Haritada terimler 4 ana başlık altında toplanmıştır.



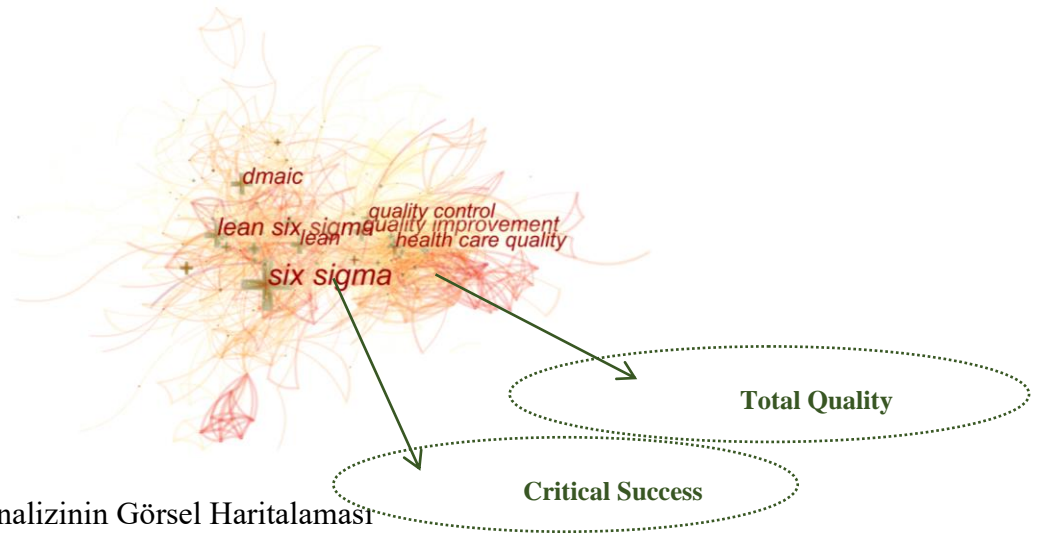
Şekil 2. Metin Madenciliği Analizinin Görsel Haritalaması

Başlıklar altındaki kelimeler kendi aralarında kümelenmiştir. Bunlardan ilki; Altı Sigma’da “**Altı Sigma Uygulama Yönetimi**” en önemli kavramların bulunduğu grup olup ve birbirlerine yakın bir şekilde kümelenmişlerdir. Bu durum bize araştırma alanında temel yapıtaşlarının bu kümedeki kelimelerden öne çıktığını göstermektedir. Bunlar “literatür, rol, sigma uygulaması, deneysel çalışma, araştırma sınırlamalarının uygulaması, teori, firma” gibi kavramlar bu başlık ile yoğun ilişki içerisinde. İkinci olarak “**Altı Sigma Hasta ve Çalışan Güvenliği**” yer

almaktadır. Bu küme bünyesinde bulunan kelimelerin diğer gruplarla ilişkisinin oldukça kuvvetli olduğu görülmüştür. Bunlar “memnuniyet, sigma metodolojisi, hastane, hasta, periyod, çıktı, risk, iyileşme süresi” gibi kavramların ana başlık ile yoğun ilişki içerisinde olduğu saptanmıştır. Son olarak Altı Sigma’da kelime analiz gruplarında yer alan diğer başlıkların ise “**Altı Sigma Üretim Süreci Bileşenleri**” ve “**Altı Sigma Akademik Gelişim Süreci**” den oluştuğu görülmüştür. Bu başlıkların ilişki düzeyi kırmızı ve mavi renkle nitelendirilen gruba göre daha düşük bulunmuştur.

4.1.2. CiteSpace Yazılımından Elde Edilen Bulgular

En güçlü atıf patlamalarına sahip olan anahtar kelimelerde, literatür çalışmalarının içeriğini özetlemede rol oynayan ve bir makalenin araştırma içeriğini temsil eden önemli bir araçtır. Ağ düğümlerinin merkezliliği ise, ağdaki bazı düğümlerin önemini ve diğer düğümlerle korelasyonunu ölçmek için kullanılabilen düğümlerin çekirdek derecesini yansıtan anahtar indekslerden bir diğeridir. Bu nedenle, bilimsel araştırmacıların ana konusu veya odağı, merkezliliği ve sıklığı yüksek anahtar kelimelerle yansıtmaya yardımcı olmaktadır (Liu et al., 2019).



Şekil 3. Ortak Kelime Analizinin Görsel Haritalaması

Tablo 2
En Güçlü Atıf Patlamalarına Sahip İlk 15 Anahtar Kelime

Anahtar Kelimeler	Yıl	Güç	Başlangıç	Bitiş	1992 - 2019
Lean Six Sigma	1992	18.03	2016	2019	
Process Monitoring	1992	16.34	2015	2019	
Process Engineering	1992	15.93	2015	2019	
Methodology	1992	11.25	2001	2008	
Quality Assurance	1992	10	1993	2006	
Standard	1992	9.43	2001	2005	
Procedure	1992	9.04	2015	2019	
Statistical Process Control	1992	7.08	2001	2004	
Quality Management	1992	6.58	2011	2012	
Organization	1992	6.42	2001	2006	
Total Quality Management	1992	6.35	2001	2007	
Delivery Of Health Care	1992	4.9	1998	2005	
Health Services Research	1992	4.43	2005	2011	
Critical Success Factor	1992	4.38	2011	2013	
Quality Improvement	1992	4.37	2013	2016	

Haritadaki her anahtar sözcük bir yıldız düğüm ile temsil edilmektedir. Daha büyük bir blok boyutu sahip olan kısım, altı sigma alanında gösterilen anahtar kelimenin daha yüksek bir sıklığını temsil etmekte yani yüksek frekanslı anahtar kelimeler olduğunu göstermektedir.

Görsel haritalamada görüldüğü gibi en yüksek yoğunluk “Six Sigma, Lean Six Sigma, TQM” alanlarında görülmektedir. “Lean Six Sigma” son dönemlerde trend haline gelmiş mevcut altı sigma yapısına yalın üretim yaklaşımını entegre eden yayınların ve değişik endüstrilerde yapılan uygulamaların artması en güçlü atıf almasına neden olmuştur.

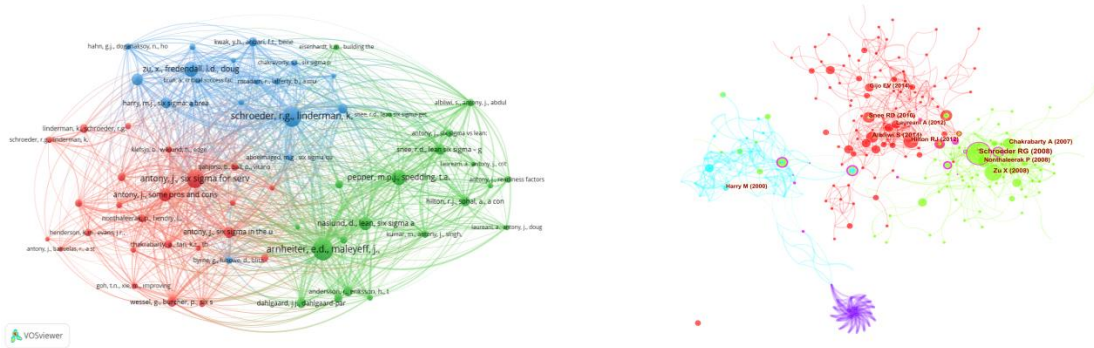
Özellikle Altı Sigma'nın içeriğinde bulunan etkin noktaları analiz ederken, ağ düğümü "Anahtar Kelime" olarak ayarlanmış ve eş anlamlı anahtar kelimelerle, **Şekil 3**'de gösterildiği gibi, araştırma literatüründe anahtar kelime birlikte oluşan ağı elde etmek için yazılım çalıştırıldıktan sonra en güçlü atıf patlamalarına sahip olan anahtar kelimelerle (**Tablo 2**) desteklenmiştir.

4.2. Ortak Atıflar Analizi

Ortak atıf analizinde iki kaynak arasındaki bağlantı iki kaynağın kaç kez ortak atıf yapıldığının sayısına bakılarak tespit edilmektedir. Tespit edilen atıf sayıları analiz ederek bu kaynaklar arasındaki yakın veya uzak bağlantı ortaya konulmaya çalışılmaktadır. İki kaynağın aynı anda atıf olarak verildiği durumların dönem içinde sayısının artması durumunda, sözü edilen bu iki kaynağın aralarında benzer bir bağlantı olduğu söylenebilir. Ayrıca bu iki kaynağa verilen atıf sayısı arttıkça ortak atıf gücünün daha kuvvetli olacağı belirtilmektedir (Qiu et al., 2017).

4.2.1. Alıntı Yapılan Referanslara Göre Ortak Atıf Analizi

Altı Sigma alanında hangi iki kaynağın ortak referans olarak verildiği **Tablo 3**'de verilmiştir. Bu veriler ışığında *alıntı yapılan referanslara göre ortak atıf analizinin* görsel haritalaması **Şekil 8**'deki gibidir. Görsel üzerindeki veriler seçilirken atıf sayısı “15” ve üzerindeki referanslar seçilmiş ve çalışmaya 33443 atıf arasından 63'ü dahil edilmiştir. **Şekil 7**'de görüldüğü gibi 3 ana başlık altında toplanmıştır. Görselde bütün kurumların birbirleriyle atıf ilişkisi içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Altı Sigma alanında en çok atıf alan 61 atıf sayısı ile “Schroeder, R.G., Linderman, K. (2008), Six Sigma: Definition And Underlying Theory”nın olduğu görülmektedir ve bu çalışma en yüksek atıf gücüne sahip olup 2008 ile 2013 yılları arasında trend olma özelliğine de sahiptir.



Şekil 7. Alıntı Yapılan Referanslara Göre Ortak Atıf Analizi Görsel Haritalaması

Güçlü atıf ilişkisi bulunan bu çalışmada Schroeder ve ark.; Altı Sigma'nın üretim sektöründe almış olduğu yükselme ile birlikte yapılan araştırmaların azlığına dikkat çekmiştir. Bu konuda ne kadar tanım yapılırsa da mevcut literatürün yetersizliğini gözler önüne sermiştir. Altı Sigma'nın kalite yönetimi için gerekli bir araç olduğu; organizasyonların süreç iyileştirme faaliyetlerini daha güçlü

hale getirilmesinin ve mevcut süreç iyileştirme çalışmalarında yaşanabilecek lokal sorunların çözümünde etkili bir disiplin olduğuna dikkat çekilmektedir (Schroeder et al., 2008). Güçlü atıf ilişkisi bulunan diğer isimler ise “Albliwi, S., (2014), Zu, X., (2008), Harry, M., (2000) vd.”dir. Atıf patlaması yapan diğer makaleler alt başlık olarak incelenecektir.

4.2.1.1. Atıf Patlaması Yapan Makalelerin Gösterimi

Atıf patlaması yapan makalelerin dağılımı **Tablo 3**'de incelendiğinde Schroeder, R.G (2008), Albliwi, S. (2014) ve Zu, X. (2008)'ya ait çalışmalar dikkat çekmektedir. Schroeder, R.G (2008)'nin çalışmasının 12.55 oranı ile atıf gücünün daha yüksek olduğu 2008 ile 2013 yılları arasında atıf patlaması yaşadığı görülmektedir. Schroeder, R.G çalışmasında 'Altı Sigma'nın üretim sektöründe almış olduğu yükselme ile birlikte yapılan araştırmaların azlığına dikkat çekmiştir. Bu konuda ne kadar tanım yapılırsa da mevcut literatürün yetersizliğini gözler önüne sermiştir. Altı Sigma'nın kalite yönetimi için gerekli bir araç olduğunu; organizasyonların süreç iyileştirme faaliyetlerinin daha güçlü hale getirilmesinin ve mevcut süreç iyileştirme çalışmalarında yaşanabilecek lokal sorunların çözümünde etkili olan bir disiplin olduğu belirtilmiştir (Schroeder et al., 2008) Albliwi, S. (2014)'nin çalışmasının 11.82 oranında atıf gücüne sahip olduğu ve 2017 ile 2019 yılları arasında atıf patlaması yaşadığı görülmektedir. Albliwi, S. çalışmasında Yalın Altı Sigmayı, kalitesizlik maliyetlerini düşürmeyi, nihai sonuçları iyileştirmeyi ve hem müşteriler hem de hissedarlar için değer yaratmayı amaçlayan sürekli bir iyileştirme olarak tanımlamıştır. Çalışmada üretim, hizmetler, yükseköğretim vb. gibi farklı sektörlerde Yalın Altı Sigma için kritik başarısızlık faktörleri araştırılmıştır. Çalışmada 65 makalenin literatür incelemesi sonucunda 34 ortak başarısızlık faktörünün tespit edilmiştir (S. Albliwi et al., 2014)

Yıllara göre **Tablo 3**'ü yorumlayacak olursak; 2000 ile 2005 yılları arasında ön plana çıkan çalışmaların 6.72 oranı ile Pande, P.S (2000), 9.55 oranı ile 2008 yılında yazılan Harry, M'in çalışması olduğunu söyleyebiliriz.

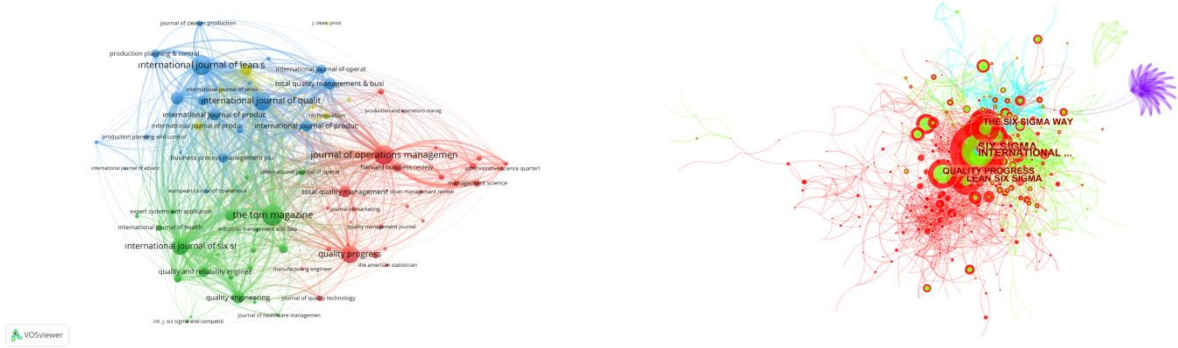
Tablo 3
En Güçlü Atıf Patlamalarına Sahip İlk 10 Referans

Referanslar	Yıl	Güç	Başlangıç	Bitiş	1992 - 2019
SCHROEDER RG, 2008, SIX SIGMA, V26, P536-554	2008	12.55	2008	2013	
ALBLIWI S, 2014, CRITICAL FAILURE FACTORS OF LEAN SIX SIGMA, V31, P1012-1030	2014	11.82	2017	2019	
ZU X, 2008, THE EVOLVING THEORY OF QUALITY MANAGEMENT, V26, P630-650	2008	10.39	2009	2013	
HARRY M, 2000, SIX SIGMA	2000	9.55	2000	2005	
HILTON RJ, 2012, A CONCEPTUAL MODEL FOR THE SUCCESSFUL DEPLOYMENT V29, P54-70	2012	9.33	2014	2017	
NONTHALEERAK P, 2008, EXPLORING THE SIX SIGMA PHENOMENON USING MULTIPLE CASEV28, P279-303	2008	8.64	2009	2013	
CHAKRABARTY A, 2007, THE CURRENT STATE OF SIX SIGMA APPLICATION IN SERVICES, V17, P194-208	2007	8.02	2009	2012	
LINDERMAN K, 2003, SIX SIGMA, V21, P193-203	2003	7.2	2005	2008	
SNEE RD, 2004, SIX SIGMA, V1, P4-20	2004	6.82	2006	2009	
PANDE PS, 2000, THE SIX SIGMA WAY, V0, P0	2000	6.79	2002	2005	

2005 ile 2009 yılları arasında ön plana çıkan çalışmaların ise 7.2 oranı ile Linderman, K. (2003), 6.82 oranı ile 2004 yılında yazılan Snee, R.D'nin çalışmasının olduğu görülmektedir. 2009 ile 2013 yılları arasında ön plana çıkan çalışmaların 12.55 oranı ile Schroeder, R.G (2008), 10.39 oranı ile Zu, X. (2008), 8.64 oranı ile 2008 yılında yazılan Nonthalecrak, P.'nin çalışması olduğu dikkat çekmektedir. 2013 ile 2017 yılları arasında ön plana çıkan çalışmanın ise 9.33 oranı ile 2012 yılında yazılan Hilton, R.J'nin çalışması olduğu görülmektedir. Son olarak 2017 ile 2019 yılları arasında ön plana çıkan çalışma ise; 11.82 oranı ile 2014 yılında yazılan Albliwi, S.'nin çalışması olduğu görülmektedir.

4.2.2. Alıntı Yapılan Kaynaklara Göre Ortak Atıf Analizi

*Alıntı yapılan kaynaklara göre ortak atıf analizinin görsel haritalaması Şekil 8'deki gibidir. Görsel üzerindeki verilerde görüldüğü gibi 3 ana başlık altında toplanmıştır. Görselde bütün kurumların birbirleriyle atıf ilişkisi içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Altı Sigma alanında en çok atıf alan kaynağın 937 atıf sayısı ile "The TQM Magazine" olduğu görülmektedir ve kaynağın toplam 30175 bağlantı gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer ortak atıf gücünün kuvvetli olduğu kaynaklar ise; "International Journal of Lean Six Sigma, Journal of Operations Management, ... vd. " olarak sıralanabilir. Bu kaynakların atıf sayısı ve bağlantı gücü **Tablo 4**'te verilmiştir.*



Şekil 8. Alıntılanan Kaynaklara Göre Ortak Atıf Analizi Görsel Haritalaması

Tablo 4

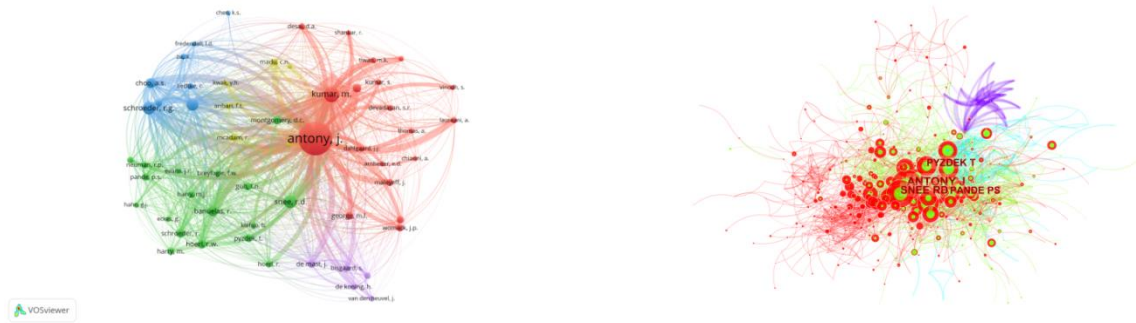
Alıntılanan Kaynaklara Göre Ortak Atıf Analizinden Elde Edilen İlk 5 Kaynağa Ait Veriler

ALINTI YAPILAN KAYNAK	ATIF SAYISI	TOPLAM BAĞLANTI GÜCÜ
<i>The TQM Magazine</i>	937	30175
<i>International Journal of Lean Six Sigma</i>	878	28043
<i>Journal of Operations Management</i>	844	30491
<i>International Journal of Quality and Reliability Management</i>	777	28577
<i>Quality Progress</i>	720	13842

4.2.3. Alıntı Yapılan Yazarlara Göre Ortak Atıf Analizi

Altı Sigma alanında hangi iki kaynağın ortak referans olarak verildiği **Tablo 5**'de gösterilmiştir. Bu veriler ışığında *alıntı yapılan referanslara göre ortak atıf analizinin* görsel haritalaması **Şekil 10**'daki gibidir. Görsel üzerindeki veriler seçilirken atıf sayısı "100" ve üzerindeki referanslar seçilmiş ve çalışmaya 29373 atıf arasından 56'sı dahil edilmiştir. Ortak atıf analizi şekilde de görüldüğü gibi 5 ana başlık altında toplanmıştır.

Görselde bütün kurumların birbirleriyle atıf ilişkisi içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre en çok atıf alan yazarın 2396 atıf sayısı ile "*Antony, J.*" olduğu görülmektedir. Bağlantı gücünün yoğunluğuna bakılacak olursa 49207 adet ile oldukça yüksektir. Tablo 8'de olduğu gibi yoğun atıf ilişkisi bulunan yazarlar "M. Kumar, R.G. Schroder, R.D. Snee, K. Linderman"dır. *Antony, J.'nin hem almış olduğu atıf sayısı hem de atıf gücünün yüksek olması 2002 yılında yayınlamış olduğu makalesi "Key Ingredients For The Effective Implementation Of Six Sigma Program" büyük rol oynamıştır. Çalışmasında; "Altı sigmanın hedeflenen etkili şekilde uygulanması için gerekli olan temel bileşenleri bahsetmiş ve bu bileşenleri tanımlarken İngiltere'deki imalat ve hizmet organizasyonlarında yürütülen çalışmalar sonucunda elde edilmiştir."* Yine aynı dönemde "ECKES, G. ve PANDE, PS." güçlü atıf patlamaları ile öne çıkan diğer yazarlardır.



Şekil 10. Alıntı Yapılan Yazarlara Göre Ortak Atıf Analizi Görsel Haritalaması

Tablo 5.

Alıntı Yapılan Yazarlara Göre Ortak Atıf Analizinden Elde Edilen İlk 5 Yazara Ait Veriler

ALINTI YAPILAN YAZAR	ATIF SAYISI	TOPLAM BAĞLANTI GÜCÜ
<i>J. Antony</i>	2396	49207
<i>M. Kumar</i>	652	17695
<i>R.G. Schroder</i>	481	12257
<i>R.D. Snee</i>	471	9594
<i>K. Linderman</i>	435	11421

5. Tartışma

Bu çalışmada, 2019 yılına kadar Altı Sigma alanı üzerine bir bibliyometrik ve görselleştirme/ağ analizi gerçekleştirilerek, Altı Sigma ile ilgili mevcut akademik literatürü kapsayacak şekilde; tek bir veri tabanı yerine çoklu veri tabanları kullanılarak bibliyometrik analiz, ortak atıf analizi, ortak yazarlık analizi yönetimi ile kaynak, yazar ve ülke bazında inceleme yapılarak okuyuculara ve araştırmacılara rehber sağlayacak bir yapı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Altı Sigma'nın kavramsal çerçevesi ve teorik alt yapısını inceleyen pek çok çalışmaya rastlamak mümkündür (Linderman et al., 2003; Schroeder, R. G. et al., 2008; Tjahjono et al., 2010). Bu çalışmalardan *K. Linderman*; "Altı Sigma'nın endüstride ses getirecek bir yaklaşım olduğunu, ancak teorik temeli ve uygulama çalışmaları dışında araştırma için yeterli bir temeli olmadığından bahsetmiştir. Literatürdeki bu kavramların Altı Sigma'ya uygulandığında, gelecekte yapılması planlanan çalışmalar için güçlü önerilere sahip olduğunu belirtmiştir. Araştırma alanında temel olabileceğini çalışmanın aldığı atıf sayıları ile de anlamak mümkündür. (Linderman et al., 2003)" R.G. Schroeder ise; Altı Sigma'nın üretim sektöründe almış olduğu yükselme ile birlikte yapılan araştırmaların azlığına dikkat çekmiştir. Bu konuda ne kadar tanım yapılırsa da mevcut literatürün yetersizliği dikkat çekmektedir. Altı Sigma'nın kalite yönetimi için gerekli bir araç olduğu; organizasyonların süreç iyileştirme faaliyetlerini daha güçlü hale getirilmesinin ve mevcut süreç iyileştirme çalışmalarında yaşanabilecek lokal sorunların çözümünde etkili olan bir disiplin olduğu belirtilmiştir (Schroeder et al., 2008).

Yalın Üretim yaklaşımının Altı Sigma tarafından benimsenmesi ve gelişme sürecini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. (Antony, 2006; Arnheiter ve Maleyeff, 2005; Cherrafi et al., 2017; Chiarini et al., 2016; Garza-Reyes, 2015; Hammer, 2002; Hoerl, 1998; U. D. Kumar et al., 2008; S. Kumar et al., 2016; Kwak ve Anbari, 2006; Nave, 2002; Rani et al., 2019; Swink ve Jacobs, 2012) M. Swink ve BW. Jacobs). 2012 yılında altı sigmanın işletmeler tarafından uygulanmasını ve işletmelerin performanslarını etkileyen itici güçleri incelemiştir. 200'e yakın firma bu modeli bünyelerine entegre etmeleri sonucu finansal veriler ışığında değerlendirmelerle literatüre katkı sağlamaya çalışmıştır (Swink ve Jacobs, 2012). YH. Kwak 2006 yılında altı sigma uygulamasının evrimini, faydalarını ve zorluklarını inceleyerek başarılı altı sigma uygulamalarını etkileyen temel faktörleri tanımlamaya çalışmıştır. Belirlenen temel faktörler, başarılı uygulamalar sonucu elde edilen verilerle sağlanmış ve daha fazla iyileştirmelerin gerekli olduğu savunulmuştur (Kwak ve Anbari, 2006). Altı Sigma'nın sağlık alanında uygulanabilirliği ile ilgili sektörün durumunu inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Chassin, 1998b; Cima et al., 2011; Kovach ve Ingle, 2019; Polanski et al., 2019; Prajapati ve Suman, 2019; Proudlove et al., 2008; Taner et al., 2007; Vest ve Gamm, 2009). 1998'de M.R. Chassin; altı sigma modelinin üretim endüstrisindeki başarısının sağlık sektöründe mümkün olup olmayacağı üzerinde durmuştur. Sağlık hizmetlerinde kalite sorunlarının sıklıkla yüzde 20 ila 50 veya milyonda 200.000 ile 500.000 oranlarında ortaya çıktığını ve gereken kalite düzeyine yaklaşmak için, sağlık hizmetleri sektöründe meydana gelen hatanın altında yatan nedenler ele alınmış ve önemli değişiklikler yapılması gerektiği belirtilmiştir (Chassin, 1998b). RR. Cima tarafından 2011 yılında Altı sigma yaklaşımının; üçüncü basamak hastanelerin ameliyathane verimliliğini arttırmayı hedefleyen çalışması yayımlanmıştır (Cima et al., 2011). Amerika Birleşik Devletleri'nde altı sigmanın mükemmelliği üzerine sağlık hizmetlerinde dönüşüm stratejilerinin etkinliğini inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır (Vest ve Gamm, 2009).

Altı Sigma'nın uygulanması sırasında meydana gelebilecek zorlukların, engellerin, araç ve tekniklerin, başarı veya başarısızlık faktörlerinin incelendiği çalışmalara rastlamak da mümkündür (S. Albliwi et al., 2014; Antony, 2011; Antony et al., 2012; Brun, 2011; Jeyaraman ve Teo, 2010; Nave, 2002). S. Albliwi, 2014 yılında Yalın Altı Sigma (LSS)'yı kalitesizliğin maliyetlerini düşürmeyi nihai sonuçları iyileştirmeyi ve hem müşteriler hem de hissedarlar için değer yaratmayı amaçlayan sürekli bir iyileştirme aracı olarak tanımlamıştır. Çalışmada üretim, hizmetler, yükseköğretim vb. gibi farklı sektörlerde LSS için kritik başarısızlık faktörleri araştırılmış 65 makalenin literatür incelemesi sonucunda 34 ortak başarısızlık faktörü tespit edilmiştir. (S. Albliwi et al., 2014) J. Antony 2012 yılında yükseköğretim kurumlarında altı sigmanın operasyonel ve stratejik meselelerin üstesinden gelmek için yararlı ve sistematik bir yaklaşım olup olmadığını tartışmıştır. İkincil veriler ışığında yükseköğretim kurumlarının bu yaklaşıma olan ihtiyacı ve bu iş süreci iyileştirme stratejisini benimsenmesinin faydaları incelenmiştir. Akademide uygulanma

esnasında karşılaşılabilecek zorlukları ve engelleri, süreç iyileştirme sorunları için en yararlı araçları ve teknikleri, Yalın Altı Sigma yaklaşımının uygulanması ve sürdürülebilirliği için gerekli olan başarı faktörlerini de çalışmada ayrıntılı şekilde sunmuştur (Antony et al., 2012). Altı Sigma ve yalın yaklaşımının; küçük, orta ve büyük ölçekli üretim ve hizmet organizasyonlarında uygulanan çalışmalar bulunmaktadır. (S. A. Albliwi et al., 2015; Antony, 2004; Antony et al., 2005; Antony, 2006; Antony et al., 2007; Antony ve Desai, 2009; Antony ve Fergusson, 2004; Byrne et al., 2007; Chakravorty, 2009; Grosu et al., 2019; Henderson ve Evans, 2000; Jeyaraman ve Teo, 2010; McAdam ve Lafferty, 2004; Nonthaleerak ve Hendry, 2008; Thomas et al., 2009) J. Antony 2005 yılında; İngiltere’de bulunan imalat kobilerinde altı sigma yaklaşımını uygulamıştır. Çalışma sonucunda çoğu kobilerin altı sigma yaklaşımından haberleri olmadığını ve birçoğunun altı sigmayı uygulaması için yeterli kaynağa sahip olmadığını gözlemlemiştir. (Antony et al., 2005) K. Jeyaraman 2010 yılında; Malezya genelinde elektronik üretim hizmeti sunan endüstrilerde şirket performansına etkilerini incelemiştir. (Jeyaraman ve Teo, 2010) KM. Henderson 2000 yılında; altı sigmanın temel kavramlarını, faydalarını ve başarılı uygulama yaklaşımlarını gözden geçirmiş, çalışma sonuçlarını General Electric Company’den elde edilen sonuçlarla karşılaştırmıştır. Başarılı bir uygulama için ana anahtarların üst yönetim desteği ve katılımını, organizasyonel altyapı, eğitim, araçlar ve insan kaynaklarına dayalı eylemlerle bağlantıları içerdiği sonucuna varmıştır. (Henderson ve Evans, 2000)

5. Sonuç

Bu çalışmada, 2019 yılına kadar Altı Sigma alanı üzerine bir bibliyometrik ve görselleştirme / ağ analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, tek bir veri tabanı yerine çoklu veri tabanları ele alınmış ve Altı Sigma ile ilgili son verimli akademik literatürü kapsayarak önceki incelemelerin genişletilmesi sağlamıştır. Bu çalışmada altı sigma alanında yapılan bibliyometrik analiz, ortak atıf analizi, ortak yazarlık analizi yöntemi kullanılarak kaynak, yazar ve ülke bazında incelenerek okuyuculara ve araştırmacılara rehber sağlayacak bir yapı oluşturulması hedeflenmiştir.

Çalışmada, Web of Science (WOS) ve Scopus veri tabanı kullanılarak verilere erişilmesi ve Vosviewer veri tabanında görselleştirme yapılması ve buna ek olarak CiteSpace’in, bilgi alanında ortaya çıkan trendlerin analizini kolaylaştırması ve atıf patlaması analizi elde etmek için birebir olması nedeniyle literatür analizi için CiteSpace yazılımı kullanılmıştır. Yapılan bu derlemede altı sigmanın zengin literatürü araştırmalara yön verecek şekilde sınıflandırılıp, görselleştirilmiş ve yorumlanarak alanın takipçilerine yol haritası olması hedeflenmiştir.

Anahtar kelimelerin ağ analizi ile ilgili sonuçlar, son yıllarda Altı Sigma’dan Yalın Altı Sigmaya ve özellikle sağlık hizmetlerine evrimi bu yaklaşımın sağlık alanında sürece ve sunulan hizmet kalitesine büyük katkıda bulunacağını düşündürmektedir. Altı Sigma, yaklaşımı sunduğu yüksek verimlilik ve başarı nedeniyle hem akademisyenleri hem de uygulayıcıları kendine çekmektedir. Bir yandan uygulayıcıların bu yöntemi kullanmaları için çıktılarını artırmaları ve işlem süreçlerini geliştirmeleri gerektiği ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan akademisyenlerin sektörde net başarı yüzdesi yüksek olan alanlara yoğunlaşması altı sigma gibi konuları cazip hale getirmektedir. Bu açıdan hem mevcut veya olası muhtemel sorunları görmenin önemli bir yolu olması, hem de alanda kişisel görüşten uzak gerçek gerekçeli yargılar ortaya konulmasına yardımcı olmaktadır. Son olarak, bu alanda araştırma yapmak isteyen araştırmacılar ya da sektör uygulayıcıları için, 'temel' dergilerin ve yazarların belirlenmesinin iyi bir başlangıç olabileceği düşünülmektedir. Öncelikle bu alanda en çok atıf alan yani çalışmalarında elde edilen sonuçların sonradan gelebilecek çalışmalara temel oluşturduğu analiz programları ile de tespit edilen temel makale Schroeder, R.G., Linderman, K.’nın 2008 yılında kaleme aldığı “Six Sigma: Definition And Underlying Theory” çalışmasıdır. Altı Sigma’nın üretim sektöründe almış olduğu yükselme ile birlikte yapılan araştırmaların azlığına dikkat çekilmiştir. Bu konuda ne kadar tanım yapılsa da mevcut literatürün yetersizliğini gözler önüne sermiştir. Aynı çalışmada Altı Sigma’nın kalite

yönetimi için gerekli bir araç olduğu; organizasyonların süreç iyileştirme faaliyetlerini daha güçlü hale getirilmesinin ve mevcut süreç iyileştirme çalışmalarında yaşanabilecek lokal sorunların çözümünde etkili olan bir disiplin olduğu belirtilmiştir (Schroeder et al., 2008)

Yine bu alanda köklü dergilerden en çok atıf alan çalışmalardan biri “Albliwi, S.’nin “Critical Failure Factors Of Lean Six Sigma: : A Systematic Literature Review” dir. Albliwi, S.’nin bu çalışması ortaya koyduğu doküman ve atıf gücü ile mutlaka incelenmesi gereken kaynaklardan biri olduğu düşünülmektedir. Bu alanda en çok rağbet gören nitelikli çalışmaların Amerika Birleşik Devletleri’nde ortaya konulduğu hatta “*Department of Business Management (Heriot - Watt Üniversitesi)*”ın öncü kurum durumunda olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak bu çalışmayla literatüre kazandırılmak istenen; araştırmacı ve uygulayıcılara güvenilir veri tabanları ve analiz programları aracılığıyla kanıtlanan kaynak, yazar, doküman gibi materyallerde izlenmesi gereken yolun oluşturulmasıdır. Bu sayede kabul gören gerçek bilgilere kısa sürede ulaşılması ve basit bir biçimde ulaşılması mümkün hale getirilmeye çalışılmıştır.

6. Sınırlılıklar

Bu çalışmada diğer bibliyometrik çalışmalarda olduğu gibi bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Her şeyden önce, bu çalışmada tarama Web of Science'da ve Scopus veri tabanında listelenen yayınlarla sınırlı tutulmuştur. Web of Science en büyük küresel veri tabanları arasında yer almasına rağmen “Altı Sigma” alanındaki bütün yayınları içermediği bilinmektedir. Scopus veri tabanına göre neredeyse üçte bir veri elde edilmiştir. Bu nedenle tek bir veri tabanına bağlı kalınmadan analiz aşaması gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. PubMed veya Dimenision gibi uluslararası veri tabanları da tabanlarının kullanılmaması bir sınırlılıktır. Pubmed veri tabanında elde edilen makalelerin atıf sayılarını içermemesi altı sigma alanında gerçekleştirilen bibliyometrik analizlerine katkıda bulunmamasına neden olmuştur.

İkinci olarak, bibliyometrik analizde nicel yöntemler kullanılmaktadır. Bu nedenle, yayınların içeriği veya kalitesi yorumlanamamaktadır. Bir diğer kısıt ise yayınlar elde edilirken sadece İngilizce yayınlanan makalelerin çalışmaya dahil edilerek diğer dillerde yayımlanan makalelerin hariç tutulmasıdır. Bundan sonra yeni yapılacak analizlerde farklı dillerde yayınların da analize tabi tutulması önerilmektedir.

7. İleri Araştırmalar

Literatür analizi yoluyla Altı Sigma haritalandırarak, Altı Sigma araştırması ile ilgili “Altı Sigma araştırması için potansiyel fırsatlar nelerdir?” sorusuna cevap verilebilmektedir.

Araştırmacılar için ilk fırsatın, Altı Sigma’nın üretim veya hizmet sektörleri gibi, herhangi bir süreci geliştirebilecek başarısı olduğunun ve diğer sektörlerde de uygulanabilir olduğu çalışmalarla kanıtlanmış olmasıdır. İkinci fırsat yıllar boyunca Altı Sigmanın, Yalın teknolojileriyle harmanlanarak ve operasyonel mükemmelliğin özü olacak bir araç seti yarattığıdır. Bu Altı Sigma'nın, gelecekteki endüstri taleplerini karşılamak için muhtemelen çok fazla süreç yeniliği veya daha fazla ilerleme için Endüstri 4.0’ın tanıtılmasını gerektirecek bir durumdur.

Diğer yandan, Altı Sigma metodolojisinin, mükemmel sonuçlar veren, imalatla ilgili olmayan çeşitli konulara uygulanmış olması önemli bir ilerlemedir. Hizmet sektöründe ve hatta kamu sektöründe başarıyla uygulandığı için sadece üretime odaklanmış bir metodoloji olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte kamu kurumlarında Altı Sigma'nın uygulanmasının zorluğuna rağmen, verimliliklerinin ve karar süreçlerinin şeffaflığının iyileştirilmesinin bütün toplum için bir gelişme olabileceği ve kamu kurumlarındaki israfı ve hataları baz alacak bu yaklaşımın büyük fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Son olarak, Altı Sigma'nın çalışanlar, müşteriler, yöneticiler, hissedarlar özellikle devlet için bir avantajı olduğu açıkça görülmele birlikte Altı Sigma'nın faydalarının insanların çoğunluğu tarafından tam olarak anlaşılammış olması gerçeğidir. Diğer bir fırsat ise bu gerçeği değiştirmektir. İnsanların iç içe olduğu doğrudan veya dolaylı etkisini göreceği çevre sorunları gibi küresel sıkıntıları çözmek için Altı Sigma'nın olabileceği durumudur. Daha yaşanılabilir bir çevre için Altı Sigma'nın, dünya liderlerinin desteğiyle dünyadaki birkaç okul ve üniversite gibi hizmet veya üretimle uğraşan organizasyonlarla sınırlı kalmaması daha popüler bir trend bir konu haline gelmesi önemlidir. Bu makale, Altı Sigma'yı araştırırken uygulayıcılar ve araştırmacılar için birkaç başlangıç noktası sağlamak ve ağ analizi aracılığıyla önceki literatür incelemelerini tamamlayarak alanın vizyonunu tamamlamaya katkıda bulunmak için kaleme alınmıştır.

Kaynakça

- Akçay, N. (2011). Satın Alma Yönetiminde Altı Sigma Yaklaşımı. *İstanbul Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü*, 257.
- Albliwi, S., Antony, J., Lim, S. ve van der Wiele, T. (2014). Critical failure factors of lean Six Sigma: A systematic literature review. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 31(9), 1012–1030. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-09-2013-0147>
- Albliwi, S. A., Antony, J. ve Lim, S. (2015). A systematic review of Lean Six Sigma for the manufacturing industry. *Business Process Management Journal*, 21(3), 665–691. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2014-0019>
- Antony, Banuelas, ve Ricardo (2002). Key ingredients for the effective implementation of Six Sigma program. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/13683040210451679>
- Antony, J. (2004). Six Sigma in the UK service organisations: Results from a pilot survey. *Managerial Auditing Journal*, 19(8), 1006–1013. <https://doi.org/10.1108/02686900410557908>
- Antony, J. (2006). Six sigma for service processes. *Business Process Management Journal*, 12(2), 234–248. <https://doi.org/10.1108/14637150610657558>
- Antony, J. (2011). Six Sigma vs Lean: Some perspectives from leading academics and practitioners. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 60(2), 185–190. <https://doi.org/10.1108/17410401111101494>
- Antony, J., Antony, F. J., Kumar, M. ve Cho, B. R. (2007). Six sigma in service organisations: Benefits, challenges and difficulties, common myths, empirical observations and success factors. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 24(3), 294–311. <https://doi.org/10.1108/02656710710730889>
- Antony, J. ve Desai, D. A. (2009). Assessing the status of six sigma implementation in the Indian industry: Results from an exploratory empirical study. *Management Research News*, 32(5), 413–423. <https://doi.org/10.1108/01409170910952921>
- Antony, J. ve Fergusson, C. (2004). Six Sigma in the software industry: Results from a pilot study. *Managerial Auditing Journal*, 19(8), 1025–1032. <https://doi.org/10.1108/02686900410557926>
- Antony, J., Kumar, M. ve Madu, C. N. (2005). Six sigma in small- and medium-sized UK manufacturing enterprises: Some empirical observations. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 22(8), 860–874. <https://doi.org/10.1108/02656710510617265>

- Antony, J., Manville, G., Greatbanks, R., Krishnasamy, R. ve Parker, D. W. (2012). Critical success factors for Lean Six Sigma programmes: A view from middle management. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 29(1), 7–20. <https://doi.org/10.1108/02656711211190846>
- Arnheiter, E. D. ve Maleyeff, J. (2005). The integration of lean management and Six Sigma. *The TQM Magazine*, 17(1), 5–18. <https://doi.org/10.1108/09544780510573020>
- Brun, A. (2011). Critical success factors of Six Sigma implementations in Italian companies. *International Journal of Production Economics*, 131(1), 158–164. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2010.05.008>
- Byrne, G., Lubowe, D. ve Blitz, A. (2007). Using a Lean Six Sigma approach to drive innovation. *Strategy & Leadership*, 35(2), 5–10. <https://doi.org/10.1108/10878570710734480>
- Chakravorty, S. S. (2009). Six Sigma programs: An implementation model. *International Journal of Production Economics*, 119(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2009.01.003>
- Chassin, M. R. (1998a). Is health care ready for Six Sigma quality? *The Milbank Quarterly*, 76(4), 565–91, 510. <https://doi.org/10.1111/1468-0009.00106>
- Chassin, M. R. (1998b). Is Health Care Ready for Six Sigma Quality? *Milbank Quarterly*, 76(4), 565–591. <https://doi.org/10.1111/1468-0009.00106>
- Cherrafi, A., Elfezazi, S., Govindan, K., Garza-Reyes, J. A., Benhida, K. ve Mokhlis, A. (2017). A framework for the integration of Green and Lean Six Sigma for superior sustainability performance. *International Journal of Production Research*, 55(15), 4481–4515. <https://doi.org/10.1080/00207543.2016.1266406>
- Chiarini, A., Cherrafi, A., Elfezazi, S., Mokhlis, A. ve Benhida, K. (2016). The integration of lean manufacturing, Six Sigma and sustainability: A literature review and future research directions for developing a specific model. *Journal of Cleaner Production*, 139, 828–846. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.101>
- Cima, R. R., Brown, M. J., Hebl, J. R., Moore, R., Rogers, J. C., Kollengode, A., Amstutz, G. J., Weisbrod, C. A., Narr, B. J. ve Deschamps, C. (2011). Use of lean and six sigma methodology to improve operating room efficiency in a high-volume tertiary-care academic medical center. *Journal of the American College of Surgeons*, 213(1), 83–92. <https://doi.org/10.1016/j.jamcollsurg.2011.02.009>
- Delsanter, J. (1992). Six sigma. *Managing Service Quality: An International Journal*, 2(4), 203–206. <https://doi.org/10.1108/09604529210029353>
- Garza-Reyes, J. A. (2015). Green lean and the need for Six Sigma. *International Journal of Lean Six Sigma*, 6(3), 226–248. <https://doi.org/10.1108/IJLSS-04-2014-0010>
- Grosu, V., Hrubliak, O., Anisie, L. ve Ratsa, A. (2019). Managerial accounting solutions: Lean Six Sigma application in the woodworking industry. A Practical aspect. *Economic Annals-XXI*, 176(3-4), 118–130. <https://doi.org/10.21003/ea.V176-12>
- Hammer, M. (2002). Process management and the future of six sigma. *MIT Sloan Management Review*, 43(2), 26–32. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-0010323059&partnerID=40&md5=ec3b74bd2f77fe4fbbe47f9918539705>
- Henderson, K. M. ve Evans, J. R. (2000). Successful implementation of Six Sigma: benchmarking General Electric Company. *Benchmarking: An International Journal*, 7(4), 260–282. <https://doi.org/10.1108/14635770010378909>

- Hoerl, R. W. (1998). Six sigma and the future of the quality profession. *Quality Progress*, 31(6), 35, 38, 40-42. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-0032095617&partnerID=40&md5=743234a869f9c70c6764a879c5b180e8>
- Jeyaraman, K. ve Teo, L. K. (2010). A conceptual framework for critical success factors of lean Six Sigma: Implementation on the performance of electronic manufacturing service industry. *International Journal of Lean Six Sigma*, 1(3), 191–215. <https://doi.org/10.1108/20401461011075008>
- Kovach, J. V. ve Ingle, D. (2019). Using Lean Six Sigma to Reduce Patient Cycle Time in a Nonprofit Community Clinic. *Quality Management in Health Care*, 28(3), 169–175. <https://doi.org/10.1097/QMH.0000000000000215>
- Kumar, S., Luthra, S., Govindan, K., Kumar, N. ve Haleem, A. (2016). Barriers in green lean six sigma product development process: An ISM approach. *Production Planning and Control*, 27(7-8), 604–620. <https://doi.org/10.1080/09537287.2016.1165307>
- Kumar, U. D., Nowicki, D., Ramírez-Márquez, J. E. ve Verma, D. (2008). On the optimal selection of process alternatives in a Six Sigma implementation. *International Journal of Production Economics*, 111(2), 456–467. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2007.02.002>
- Kwak, Y. H. ve Anbari, F. T. (2006). Benefits, obstacles, and future of six sigma approach. *Technovation*, 26(5-6), 708–715. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.10.003>
- Linderman, K [K.], Schroeder, R. G., Zaheer, S. ve Choo, A. S [A. S.] (2003). Six Sigma: A goal-theoretic perspective. *Journal of Operations Management*, 21(2), 193–203. [https://doi.org/10.1016/S0272-6963\(02\)00087-6](https://doi.org/10.1016/S0272-6963(02)00087-6)
- Liu, Z., Lu, Y., ve Peh, L. C. (2019). A Review and Scientometric Analysis of Global Building Information Modeling (BIM) Research in the Architecture, Engineering and Construction (AEC) Industry. *Buildings*, 9(10), 210. <https://doi.org/10.3390/buildings9100210>
- Mast, J. de ve Lokkerbol, J. (2012). An analysis of the Six Sigma DMAIC method from the perspective of problem solving. *International Journal of Production Economics*, 139(2), 604–614. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.05.035>
- McAdam, R. ve Lafferty, B. (2004). A multilevel case study critique of six sigma: Statistical control or strategic change? *International Journal of Operations and Production Management*, 24(5-6), 530–549. <https://doi.org/10.1108/01443570410532579>
- Nakhai, B. ve Neves, J. S. (2009). The challenges of six sigma in improving service quality. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26(7), 663–684. <https://doi.org/10.1108/02656710910975741>
- Nave, D. (2002). How to compare six sigma, lean and the theory of constraints. *Quality Progress*, 35(3), 73–78. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-0036492249&partnerID=40&md5=4bf41a2b62f7430256c2f0cbccac114c>
- Nonthaleerak, P. ve Hendry, L. (2008). Exploring the six sigma phenomenon using multiple case study evidence. *International Journal of Operations and Production Management*, 28(3), 279–303. <https://doi.org/10.1108/01443570810856198>
- Özveri, O. ve Çakır, E. (2012). Yalın Altı Sigma ve Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*.
- Polanski, W. H., Klingelhofer, L., Zolal, A., Guenther, S., Klein, J., Schackert, G., Reichmann, H. ve Sobottka, S. B. (2019). Clinical Validation of Quality Improvements Using the Six

- Sigma Concept: A Case Study for Deep Brain Stimulation in Parkinson's Disease. *Stereotactic and Functional Neurosurgery*, 97(3), 195–201. <https://doi.org/10.1159/000502654>
- Prajapati, D. ve Suman, G. (2019). Six sigma approach for neonatal jaundice patients in an Indian rural hospital – a case study. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 33(1), 36–51. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-07-2019-0135>
- Proudlove, N., Moxham, C., ve Boaden, R. (2008). Lessons for lean in healthcare from using six sigma in the NHS. *Public Money and Management*, 28(1), 27–34. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9302.2008.00615.x>
- Qiu, J., Zhao, R., Yang, S., ve Dong, K. (2017). *Informetrics: Theory, methods and applications*. Springer.
- Rani, D., Shalini, D., ve Arun Mavaji, S. (2019). Re-engineering of discharge process with emphasis on sustainability: A six sigma approach. *Indian Journal of Public Health Research and Development*, 10(11), 81–85. <https://doi.org/10.5958/0976-5506.2019.03428.4>
- Schroeder, R. G., Linderman, K., Liedtke, C. ve Choo, A. S (2008). Six Sigma: Definition and underlying theory*. *Journal of Operations Management*, 26(4), 536–554. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2007.06.007>
- Schroeder, R. G., Linderman, K., Liedtke, C., ve Choo, A. S. (2008). Six Sigma: Definition and underlying theory. *Journal of Operations Management*, 26(4), 536–554. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2007.06.007>
- Swink, M. ve Jacobs, B. W. (2012). Six Sigma adoption: Operating performance impacts and contextual drivers of success. *Journal of Operations Management*, 30(6), 437–453. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2012.05.001>
- Şahin, F. (2006). 6 Sigmanın Metal Sanayine Uygulanması / An Implementation of Six Sigma in Metal Industry. *Marmara Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 79.
- Taner, M. T., Sezen, B., ve Antony, J. (2007). An overview of six sigma applications in healthcare industry. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 20(4), 329–340. <https://doi.org/10.1108/09526860710754398>
- Thomas, A., Barton, R., ve Chuke-Okafor, C. (2009). Applying lean six sigma in a small engineering company - A model for change. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 20(1), 113–129. <https://doi.org/10.1108/17410380910925433>
- Tjahjono, B., Ball, P., Vitanov, V. I., Scorzafave, C., Nogueira, J., Calleja, J., Minguet, M., Narasimha, L., Rivas, A., Srivastava, A., Srivastava, S. ve Yadav, A. (2010). Six sigma: A literature review. *International Journal of Lean Six Sigma*, 1(3), 216–233. <https://doi.org/10.1108/20401461011075017>
- Vest, J. R. ve Gamm, L. D. (2009). A critical review of the research literature on Six Sigma, Lean and StuderGroup's Hardwiring Excellence in the United States: The need to demonstrate and communicate the effectiveness of transformation strategies in healthcare. *Implementation Science*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/1748-5908-4-35>
- Vieira, E. ve Gomes, J. (2009). A comparison of Scopus and Web of Science for a typical university. *Scientometrics*, 81(2), 587–600. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-2178-0>

Zu, X., Fredendall, L. D. ve Douglas, T. J. (2008). The evolving theory of quality management: The role of Six Sigma. *Journal of Operations Management*, 26(5), 630–650.
<https://doi.org/10.1016/j.jom.2008.02.001>

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

COVID 19 SÜRECİNDE İNTERNET VE SOSYAL MEDYADA VAKİT GEÇİRME SÜRECİNDEKİ ARTIŞIN, SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI, GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE NARSİSTİK KİŞİLİK ÜZERİNE ETKİSİ¹

Simge AKSU², Şule KARADAĞ³

Öz

Bu çalışma Covid 19 salgını sürecinde internet ve sosyal medyada vakit geçirme süresindeki artışın sosyal medya bağımlılığı, gösterişçi tüketim ve narsistik kişilik ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla planlanmıştır. Bireyin 24 saatlik zaman dilimi içinde zamanının çoğunu sosyal medya ve internette geçirdiği birçok araştırma tarafından ortaya konulan bir gerçektir. Bu durum Covid 19 salgını sürecinde temasın en aza indirilmesi amacıyla alınan önlemler neticesinde zamanın çoğunun evde geçirilmesinin doğal bir sonucu olarak daha da artmıştır. Çalışmada katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla kısa bir anket formu⁴ ile Bergen'in sosyal medya bağımlılığı ölçeği, narsistik kişilik ölçeği ve Gösterişçi tüketim ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada uygun örneklem yöntemi kullanılmış ve toplam 250 katılımcıya ulaşılmıştır. Demografik özelliklerden cinsiyet ve BSMBÖ (Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği), NKE (Narsistik Kişilik Envanteri) ve GTÖ (Gösterişçi Tüketim Ölçeği) toplam puanları arasında anlamlı bir fark görülmemektedir. Ancak yaş ve BSMBÖ, NKE ve GTÖ toplam puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Gelir seviyesi ve BSMBÖ ve NKE toplam ölçek puanları arasında anlamlı bir fark görülmezken (F=1,994 p=,115, F=1,097 p=,351), GTÖ toplam puanı ile gelir seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır (F=5,294 p=,001). Anlamlı farklılığı oluşturan grup ise iyi olarak cevaplayanlardır. Son olarak BSMBÖ, NKE ve GTÖ toplam puanları ile eğitim arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir (F=18,806 p=,000, F=4,206, p=,006, F=4,568 p=,004). Bu bölümde ise anlamlı farklılığı oluşturan grubun lisansüstü grup olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığının artması, narsistik kişilik özelliği sergileme ve gösterişçi tüketim alışkanlıklarının artması davranışlarında zayıf da olsa etkilidir. Bunların birlikte Narsistik kişilik özelliğine sahip kişilerin gösterişçi tüketim alışkanlıkları gösterdikleri söylenebilir. Covid 19 salgını sürecinde sosyal medyada vakit geçirme süresinin artışı ile birlikte kişilerde sosyal medya bağımlılığı (p<,000), narsistik kişilik özelliği (p<,016) ve gösterişçi tüketim (p<,001) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İnternette alışveriş yapma sıklığıyla sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ve gösterişçi tüketim yapma arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir (p>,550, p>,207, p>,367). Elde edilen bulgular narsistik kişilik, sosyal medya bağımlılığı ve gösterişçi tüketim arasındaki ilişkilerde literatürü destekleyici yöndedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Narsistik Kişilik, Gösterişçi Tüketim, Covid 19, İnternette Alışveriş

DURING COVID 19 PANDEMIC THE EFFECT OF INCREASING IN THE RATE OF SPENDING TIME ON THE SOCIAL MEDIA ON SOCIAL MEDIA ADDICTION NARCISSISTIC PERSONALITY AND CONSPICIOUS CONSUMPTION

Abstract

This study was planned to reveal the relationship between the increase in the rate of spending time on the internet and social media during the Covid 19 pandemic with social media addiction, conspicuous consumption and narcissistic personality. It is a fact revealed by many researches that the individual spends most of his time on social

¹ Bu çalışma 17-19 Nisan 2021 tarihli 4. International Conference on Covid-19 Studies konferansında bildiri olarak sunulmuştur.

² Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, simge.aksu@bozok.edu.tr, orcid: 0000-0002-1818-0455.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Tirebolu İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, sulekaradag@gmail.com, orcid: 0000-0002-5082-3449

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Aksu, S. ve Karadağ, Ş. (2021). Covid 19 Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyada Vakıit Geçirme Sürecindeki Artışın, Sosyal Medya Bağımlılığı, Gösterişçi Tüketim ve Narsistik Kişilik Üzerine Etkisi, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 76-97.

media and the internet in a 24-hour period. This situation has further increased as a result of the measures taken to minimize contact during the Covid 19 pandemic.

In the study, questions including the demographic characteristics of the participants, Social media addiction scale, narcissistic personality scale and conspicuous consumption scale were used. Appropriate sampling method was used in the study and a total of 250 participants were reached. Among the demographic characteristics, there is no significant relationship between gender and total scores of BSMAS (Bergen Social Media Addiction Scale), NPI (Narcissistic Personality Inventory) and CCS (Conspicuous Consumption Scale). However, there is a significant difference between age and total scores of BSMAS, NPI and CCS. While there is no significant difference between income level and total scale scores of BSMAS and NPI ($F = 1.994$ $p = .115$, $F = 1.097$ $p = .351$), there is a significant difference between CCS total score and income level ($F = 5.294$ $p = .001$). The group that makes the meaningful difference are the ones who answered well. Finally, there is a significant difference between BSMAS, NPI and CCS total scores and education ($F = 18.806$ $p = .000$, $F = 4.206$, $p = .006$, $F = 4.568$ $p = .004$). In this section, it was determined that the group that made the significant difference was the graduate group.

Increasing social media addiction, showing narcissistic personality traits and displaying remarkable consumption habits are also effective, albeit weakly. On the other hand, it can be said that people with narcissistic personality traits display conspicuous consumption habits. A significant relationship was found between social media addiction ($p < .000$), narcissistic personality trait ($p < .016$) and conspicuous consumption ($p < .001$) with the increase in time spent on social media during the Covid 19 outbreak. There was no significant relationship between the frequency of online shopping and social media addiction, narcissistic personality, and conspicuous consumption ($p > .550$, $p > .207$, $p > .367$). The findings obtained support the literature in the relationships between narcissistic personality, social media addiction and conspicuous consumption.

Keywords: *Social Media Addiction, Narcissistic Personality, Conspicuous Consumption, Covid 19, Online Shopping*

1. Giriş

Gösterişçi tüketim, çok eski zamanlardan bugüne var olmuş bir olgudur. Tüketimin içeriği zamanla değişse de statü sağlama amacı bugün de varlığını sürdürmektedir. İnsanların bir toplum içerisinde yaşamaya başlamaları ile birlikte bireysel ve toplumsal hedefleri var olmaya başlamıştır. Bu hedeflerden birisi ve en önemlisi de toplum içerisinde statü sahibi olma arzusudur. İnsanlarda gruplara ayrılma ve kendisini diğer grup üyelerinden üstün olarak algılama eğilimi vardır. Bunun temel nedenlerinden birisi insanların kendilerine yönelik olumlu değerlendirmeler yapma güdüleridir. Bu noktada sosyal kimlik kuramı karşımıza çıkmaktadır (Demirtaş, 2003:124). Sosyal kimlik kuramı ilk defa Muzaffer Sherif' in 1967'deki grup içi ve gruplar arası etkileşimleri gözlemlediği çalışmasında ele alınmıştır. Sosyal kimlik, kişilerin bir grup üyeliğine yönelik saygı görme, ait hissetme ve temsil edilme gibi bir takım ihtiyaçlarını gidermek için grubu atfettiği değer olarak açıklanmaktadır (Tajfel ve Turner 1979).

İnsanlar bir toplum içerisinde yaşamak ve takdir görmek ister. Bu nedenle başkalarının onayını almak bir toplumda yaşayan birey için önem arz etmektedir. Sonuç olarak, kişinin başarısını ve sosyal konumunu belirleme çabalarının temel bir insan içgüdü olduğu düşünülebilir; zamanla tüketilen şey değişmişse de tüketim yoluyla kazananlara statü ve onur vermek, başkalarını 'etkilemek' esasen aynı kalmıştır (Chaudhuri, Mazumdar ve Ghoshal, 2011).

Statü kazanmak amacı ile yapılan tüketimin yalnızca varlıklı kesime ait olduğunu düşünmek yanlış bir varsayımdır. Belk (1988:105), çalışmasında üçüncü dünya tüketicilerinin bile, yeterli yiyecek, giyecek ve barınak sağlamadan önce çoğu kez gösterişçi tüketime çekilmekte olduğunu ve bu durumdan zevk aldığını belirtmektedir. Sosyal statü kazanmak için tüketim yapmak üzerine pek çok araştırma yapılmıştır. Bunlardan bazıları ölçek geliştirme çalışmalarıdır. Eastman, Ronald ve Flynn (1999), Chaudhuri vd. (2011), Widjajanta vd. (2018), Instagram aracılığıyla gösterişçi tüketim üzerinde özsaygı (self esteem) ve sosyal medya kullanımının etkisini araştırmıştır. Souiden, M'Saad ve Pons (2011) çalışmasında markalı aksesuarların tüketimi ile tüketicinin sosyal

statüyü yansıma isteği ve benlik saygısı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında öz saygı ile gösterişçi tüketim arasında bir ilişki olduğunu belirtmiştir.

Narsistik davranışlar gösteren kişiler, öz saygılarını başkalarının onlara karşı ilgi ve beğenilerinden sağlamaktadır. Bu kişilerde başkalarının onayını almak kendilerine olan saygılarını arttırırken, bekledikleri övgü ve onayı alamamak benliklerine zarar vermektedir (McWilliams, 2010). Günümüzde sosyal medya kişilerin tüketim alışkanlıklarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Sosyal medya, geleneksel mecralardan farklı olarak kişilere anlık iletişim imkânı sağlamakta ve interaktif yapısı kullanıcılarına ile çift yönlü bir iletişim olanağı sunmaktadır.

Kişilerin sosyal medyayı kullanım şekline göre bu mecra, gösterişçi tüketim alanına dönüşebilmektedir. Örneğin kişi yeni aldığı bir eşyasını sosyal medya hesaplarında sergileyerek veya gezdiği yerleri sosyal medya hesaplarında paylaşarak tüketim davranışı ile bir yaşam tarzı oluşturmaya çalışmaktadır. Bu durumda o kişinin öz saygısını beslemektedir.

Sosyal medyanın gün geçtikçe yaşamımızda daha etkin bir rol alması ve davranışlarımızı yönlendirmeye başlaması bu alanda çalışmaların yapılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Gün geçtikçe dijitalleşen dünyamızda bu durumun kişilik özelliklerimiz ve davranışlarımız üzerindeki etkisinin araştırılması önemlidir. Covid 19 pandemisi sürecinde kişilerin evde daha fazla vakit geçirmeleri, onların dijital ortamlarda daha fazla zaman harcamalarına neden olmuştur (Sogidem, 2020; Perez, 2020). Sosyal medya kullanımının artması, internetten alışverişe olan talebin çoğalması pandeminin bir sonucu olarak karşımıza çıkmıştır.

Bu çalışmada narsistik kişilik, sosyal medya bağımlılığı ve gösterişçi tüketim arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Geçmiş araştırmalar narsizm ile sosyal medyayı kullanma sıklığı arasında pozitif yönde bir ilişkiyi kanıtlamaktadır (Mehdizadeh, 2010). Bu çalışmada geçmiş çalışmalara ek olarak internetten alışveriş yapma sıklığı ile sosyal medya bağımlılığı, gösterişçi tüketim ve narsistik kişilik arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu araştırmanın yapılmasındaki temel nedenlerden birisi de Covid 19 salgınında, internette vakit geçirme süresindeki artışın kişilerin sosyal medya bağımlılığını arttırdığının düşünülmesidir. Bu araştırma da aynı zamanda Covid salgını sürecinde internette vakit geçirme sürecindeki artışın sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ve gösterişçi tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisi de incelenmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Covid 19 Sürecinde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

2019 yılının sonlarına doğru Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve oradan tüm dünyaya yayılan Covid 19 salgını önlemleri kapsamındaki sokağa çıkma yasakları, insanların evde vakit geçirme süresini arttırmıştır. Bu süreçte insanlar evden çalışmak, iş toplantılarını çeşitli internet uygulamaları aracılığıyla gerçekleştirmek zorunda kalırken, öğrenciler eğitimlerine evden devam etmek ve insanlar alışverişlerini internet aracılığıyla yapmak mecburiyetinde kalmıştır. Karantina uygulamaları kapsamında vaktinin çoğunu evinde geçiren kişiler, haber alma ve iletişimde kalma ihtiyacını bu koşullar nedeniyle internet ve sosyal medya aracılığıyla sağlamıştır.

Yapılan araştırmalar, salgının başlangıcından itibaren internet ve sosyal medya ve diğer dijital uygulamaların kullanımlarında bir artış olduğunu saptamıştır. Bu araştırmalara örnek olarak Amerika'da 4.500 Influenster topluluğu üzerinde yapılan bir araştırmaya göre salgın sürecinde katılımcıların sosyal medya kullanımları %72, paylaşımları %43 oranında artmıştır. Kullanılan sosyal medya araçlarından en fazla tercih edileni ise %44 ile Instagram olmuştur (Wold, 2020). Sosyal medya ve internet kullanımındaki artış dünyadaki diğer ülkelerde de benzer şekilde artmıştır. Bu süreçte Hindistan'da günlük sosyal ağ kullanım süresi 3 saatten 5 saate çıkmıştır (Keelery, 2020). Facebook ve Instagram, Şubat 2020'den Mart 2020'ye kadar dünya genelinde % 40'tan fazla

artış görülmüştür; Facebook Messenger, WhatsApp ve Instagram'daki mesajlaşma bu dönemde %70 artmış ve canlı yayınlardaki görüntülemeler iki katına çıkmıştır. Çin'in yerel sosyal medya uygulamaları (örneğin WeChat ve Weibo) kullanımında %58 artış görülmüştür (Perez, 2020). Türkiye'de de benzer artışlar yaşanmıştır. Salgın sürecinde 73 ilde 1293 kişi üzerinde gerçekleştirilen araştırmaya göre bilgisayar kullanımı %70, cep telefonu kullanımı %80 oranında artmıştır. Görüntülü konuşma ve video konferans uygulamalarını kullanma sıklığı da yüzde 78 oranında artmıştır. Yakın çevresiyle video konferans programları aracılığıyla görüşme yapanların sayısı, salgın öncesi döneme göre %273,5 oranında yüksek bir artış göstermiştir (Sogidem, 2020).

2.2. Gösterişçi Tüketim ve Sosyal Medya İlişkisi

Gösterişçi tüketim kavramının temelleri Amerikalı ekonomist ve sosyolog olan Thorstein Bunde Veblen'in (1899) çalışmasına dayanmaktadır. Veblen Theory of Leisure Class kitabında varlıklı kişilerin servetlerini göstermek için malları ve hizmetleri tüketerek daha güçlü bir statüye ulaştığını iddia etmiştir. Gösterişçi tüketim (conspicuous consumption), genel olarak kişilerin lüks ürünleri satın alıp kullanmaları esnasında diğer insanlara gösteriş yapma, prestij amacı ile sunması olarak tanımlanabilir. "Geçmiş dönemlerde insanlar gösterişçi tüketimi sahip oldukları gücü ve statüyü çevreye göstermek amacı ile sergilerlerken, günümüzde de özellikle küreselleşmenin etkisi ile rekabet artmıştır. Böylece markalara ve bunların özelliklerine ilişkin yapılan vurgu giderek artmaya başlamıştır" (O'Cass and McEwen, 2004: 25).

Tüketim malları, içlerinde saklı olan sembolik anlam ile tüketicilere hizmet vermektedir (Solomon, 1983). Pazarlama ve tüketici araştırmacıları tarafından, bireylerin ürün ve markaları işlevsel faydaları kadar sembolik özellikleri için de tükettikleri genel olarak kabul edilmektedir (Elliott, 1999). Thompson (1995), benlik kavramını, sembolik tüketim davranışıyla inşa edilen ve korunan bir "sembolik proje" olarak tanımlamaktadır. Charles vd. (2008) araştırmalarında siyahların ve İspanyolların, benzer Beyazlara göre gelirlerinin daha büyük bir yüzdesini bu görünür tüketim maddelerine ayırdıklarını bulmuşlardır. Bu bulgular, göze çarpan tüketimin, insanların toplumsal hiyerarşideki düşük statülerini telafi etmek için kullanılabileceğinin bir kanıtı olarak yorumlanabilir (Charles, Hurst ve Roussanov, 2008).

Gösterişçi tüketim alanında yapılmış çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Tosun ve Cesur, 2018; Bagwell ve Bernheim, 1996; Kapferer, 2014). İnternet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasının kişilerin tüketim davranışlarında önemli değişiklikler meydana getirdiği bilinmektedir. Kişilerin sosyal medyayı, tüketimi sergileme alanı olarak kullanmaya başlaması ile birlikte gösterişçi tüketim ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar yapılmaya başlamıştır. Yapılan bazı çalışmaların bulgularına göre sosyal medya kullanımı ile gösterişçi tüketim arasında pek çok yönden anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Efendioğlu'na (2019) göre insanlar, göze çarpan tüketim davranışlarını başkalarına göstermek için sosyal medyayı bir kanal olarak kullanmaktadır. Efendioğlu (2019) çalışmasında, tüketici katılımı, kişisel imaj temsili ve paylaşım memnuniyetinin satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşmıştır. Veblen tarafından kavramsallaştırıldığı haliyle, gösterişçi tüketim, insanların boş zaman metaları seçimlerini artıran bir şekilde, kullanım değerleri için değil, kimlik ve statü açısından anlamlarını etkilemektedir. Wearing ve Wearing (2000) gençlik çağındaki kızların sigara içmeyi bir eğlence etkinliği olarak seçmelerinin kimlik oluşumu üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu çalışmaya göre sigara kullanımı bir moda aksesuarı veya gösterişçi tüketim biçimi olarak, dış görünüşü, statüyü ve akran grubu onayını geliştirebilir ve bir özerklik imajı yansıtabilmektedir.

Widjajanta vd. (2018), sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve dikkat çekici tüketim arasındaki ilişkiyi ortaya çıkardığı çalışmada, sosyal medya kullanımının ve benlik saygısının göze çarpan tüketim üzerinde yüksek bir etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Widjajanta vd. (2018)

aktif sosyal medya kullanımının yüksek bir özgüvenle sonuçlandığını ve Instagram'da göze çarpan tüketimlerini etkilediğini göstermiştir. Thourunroje (2014) çalışmasında sosyal medya kullanımının yoğunluğunu tüketicilerin elektronik ağızdan ağza (EWOM) olan güvenine ve göze çarpan ürünleri tüketmelerine bağlayan bir model önermektedir. Araştırma modelinden elde edilen sonuçlar, sosyal medya kullanım yoğunluğunun göze çarpan tüketim üzerindeki hem doğrudan hem de dolaylı etkilerini (yani EWOM aracılığıyla) ortaya koymaktadır. Bu nedenle, sosyal medya ve EWOM'un, göze çarpan ürünlere olan talebi teşvik etmek için etkili araçlar olduğunu ifade etmektedir.

2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya tanımlanmadan öncelikle internet teknolojisiyle bağlantılı olarak sıklıkla adlandırılan iki kavramın açıklanmasını gerektirir. Bunlar: Web 2.0 ve kullanıcının oluşturduğu içeriktir. Web 2.0 ikinci nesil internet hizmetlerini; toplumsal iletişim sitelerini, wikileri, iletişim araçlarını, folksonomileri yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlamaktadır. Web 2.0'da Web 1.0'dan farklı olarak internet kullanıcıları sadece bilgi alan konumundan, bilgi alan ve veren konumuna geçmiştir. Web 2.0 veya kullanıcı tarafından oluşturulan içerik (User Generated Content), bireylerin sosyal medyada kullandığı tüm uygulamaların tamamı olarak düşünülebilir. Özet olarak sosyal medya şu şekilde tanımlanabilir; Web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temelleri ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin oluşturulmasına ve değişimine izin veren internet tabanlı uygulamalardan oluşan bir gruptur (Kaplan ve Haenlein, 2010:60-61).

Sosyal medya günümüzde yaygın bir şekilde arkadaşlık ilişkisi geliştirmek ve sosyal geri dönüş (seek social feedback) amacıyla kullanılmaktadır (Blackwell vd., 2017:69). Ancak sosyal medyanın aşırı kullanımı kişilerde sosyal medya bağımlılığına yol açabilmektedir. Sosyal medya çağı, kullanıcılarını pek çok yeni kavram, olgu, bağımlılık, sendrom, fobi vb. davranış bozuklukları ile tanıştırmıştır. Bunların başında son dönemlerde meşhur olmaya başlayan cep telefonsuz kalma "nomofobi" kavramı doğmuştur. "Nomofobi, bireylerin cep telefonsuz kalma korkusu temeline dayanan bir fobi olarak insanları cep telefonlarının şarjı bittiğinde kendisini çaresiz hissetmek ve endişelenmek şeklinde etkilemektedir" (Karaca ve Mutlu, 2019: 43). Bu tür davranışlar insanları internet veya sosyal medya ile iletişimleri kesildiği zaman kendileri mutsuz hissetme, eksik hissetme ve endişe gibi durumlara sürüklemektedir. Cep telefonsuz kalma korkusu, bağımlı bireyler için diğer fiziksel bağımlılıklar gibi yoksunluk belirtilerini yaratmaktadır.

Nomofobik olma alışkanlığının bir ileri aşaması FoMO (Fear of missing out) gelişmeleri kaçırma korkusu olarak tanımlanmaktadır (Blackwell, vd. 2017: 69). Bu kavram sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilidir. Özellikle cep telefonsuz kalma korkusu yaşayan kişiler, sürekli Facebook, Instagram, Swarm, Twitter, WhatsApp gibi uygulamalardan durum güncellemeleri yaparak sanal dünya içerisindeki varlıkları gösterme çabası hissetmektedir. Bu kişiler cep telefonsuz kalmaktan veya sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırmaktan endişe etmektedir.

Günümüzde pek çok sosyal medya mecrası bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı bu mecraların kontrolsüz ve aşırı kullanımı ile oluşmaktadır. Bağımlılık yaratacak derecede ve problemleri bir şekilde sosyal medya kullanımı çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Bunlardan bazıları; Problemleri Facebook kullanımı (PFU) üzerine yapılan bir araştırmada kişilik özelliklerinin PFU etkisi araştırılmıştır (Sindermann vd., 2020). Problemleri sosyal medya kullanımına ilişkin literatürde pek çok araştırma bulunmaktadır (Davis, 2001; Blackwell vd., 2017; Griffiths vd., 2014; Montag, vd. 2019). Taylor (2019) çalışmasında FOMO'nun (Fear of Missing Out) sosyal medya kullanıcılarını göze çarpan mal ve deneyim tüketimine (örn. prestijli markalar ve ürünlerle sosyal medyada kendi fotoğraflarını yayınlamanın yanı sıra lüks tatiller gibi statü artırıcı faaliyetlerde

bulunmaya) motive edeceğini söylemektedir. FOMO'nun sosyal medya aracılığıyla göze çarpan tüketime girişmek için güçlü bir motivasyon olduğu öngörülmektedir.

Bağımlılık, literatürde madde bağımlılığı ve madde dışı bağımlılıklar olarak ikiye ayrılmaktadır (Bektaş, 2018). Davranışsal bağımlılık, geniş bir alanı kapsamaktadır. Pek çok davranışsal bağımlılık türü bulunmaktadır. Bu bağımlılıklardan bazıları, alışveriş bağımlılığı, heyecan ve tehlike bağımlılığı, ilişki bağımlılığı, vücut geliştirme bağımlılığı, iş bağımlılığı, teknoloji bağımlılığı vb. olarak sayılabilir (Bektaş, 2018).

Sosyal medyanın aşırı kullanılması da günümüzde bir bağımlılık olarak tanımlanmaktadır. Bağımlılığın altı temel bileşenden oluştuğunu söyleyen Griffiths, bunları; (1) belirginlik (salience), (2) ruh hali değişimi (mood modification), (3) tolerans (tolerance), (4) geri çekilme belirtileri (withdrawal symptoms), (5) çatışma (conflict) ve (6) tekrarlamak (relapse) olarak tanımlamaktadır (Griffiths, 2013: 1). Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya sitelerini kullanmak için aşırı bir istek duymak, sosyal medya siteleriyle ilgili endişe içinde olmak ve sosyal medya sitelerinde harcanan zaman nedeniyle sosyal aktivitelere katılmada iş, okul ve özel hayatta, kişilerarası ilişkilerde ve ruh sağlığı açısından problemlerin ortaya çıkması olarak tanımlanmaktadır (Andreassen ve Pallesen, 2014'ten aktaran, Demirci, 2019: 16). Sosyal medya ile ilgili yapılan araştırmalar yaş, cinsiyet gibi demografik özellikler ile kişilik ve psikografik özelliklerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğunu göstermektedir (Demirci, 2019: 16).

2.4. Narsistik Kişilik, Gösterişçi Tüketim ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi

Narsisizm, kendini sevme ya da “kişinin kendi imgesine duyduğu aşk anlamına gelmekle birlikte, kavramın kökeni Yunan mitolojisindeki Narkissos mitine dayanmaktadır. Suya yansıyan görüntüsüne âşık, kendini seven ve bu anlamda kendine mahkûm olan Narkissos, narsistik olmanın anlaşılmasında temel alınmaktadır” (Alanka ve Cezik, 2016: 551). Narsist kişilik özelliği gösteren bireyler genellikle, teşhircilik, kendini beğenme ve kendisini diğerlerinden üstün görme eğiliminde olabilmektedir (Avcılar ve Atalar, 2019). Narsist kişiler çoğu zaman, kendileri için fazla zaman harcamaktadır ve kendilerini diğer insanlardan daha özel, önemli ve başarılı olduklarını hissetmektedir. Başkalarının dikkatini çekmek, her zaman iyi görünmeye çalışmak, diğerlerinden üstün olmak ve kendisini dış tehditlere karşı korumaya çalışmak narsistlerin düzenli olarak kullandığı taktiklerdendir (Taylor ve Strutton, 2016: 10). Narsist kişiler, başkalarının onlara hayran olmasını ve imrenmesini istediklerinden kendilerini en iyi şekilde yansıtmaya çalışarak diğer insanlarda olumlu bir izlenim bırakmaya çalışmaktadırlar (Taylor ve Strutton, 2016: 10). Campbell, Brunell ve Finkel, (2006), narsisizm, öz saygı geliştirmenin çeşitli sosyal yollarla arandığı, ancak başkalarının düşüncelerine saygı duymayan, bir sistem olarak kavramsallaştırılabileceğini ifade etmiştir. Narsisizm, kendini geliştirmeyi amaçlayan çok çeşitli öz düzenleme (self regulation) çabalarını içermektedir (aktaran Twenge, vd., 2008).

Sosyal medya sayesinde kişiler pek çok şeye tanık olabilmekte ve yüz yüze olmasa bile etkin bir iletişim süreci içinde bulunabilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları internetteki iletişim süreçlerinde birbirlerini etkilemekte ve birbirlerinden etkilenmektedir. Bu nedenle narsistik davranışların sosyal medya aracılığı ile yayılabildiği söylenebilir (Alanka ve Cezik, 2016: 560).

Kişilik bireyin davranışları, düşünceleri ve duyguları gibi karakteristik yapılarını üreten dinamik bir sistem olarak tanımlanabilir (Allport, 1961). Ames vd. (2006) narsistik kişilik boyutlarını; teşhircilik, üstünlük, otorite, sömürücülük, hak iddia etme ve kendine yeterlilik olarak ifade etmektedir (Avcılar ve Atalar, 2019). Bu çalışmada narsistik kişilik boyutları olarak bu altı boyut ele alınmaktadır.

Teşhircilik (Exhibitionism): Teşhircilik kişinin kendisini gösterme ve beden teşhiri gibi kişinin kendisini var etme çabası olarak tanımlanmaktadır (Alanka ve Cezik, 2016:551).

Üstünlük (Superiority): Kişinin diğerlerine kıyasla statü sahibi olması, özgüveninin yüksek olması gibi özelliklere sahip olmasıdır (Raskin ve Terry, 1988:899'den aktaran Atay, 2009)

Otorite (Authority): Hakimiyeti, iddialı olmayı, liderliği, eleştiriye ve kendine güveni yansıtmaktadır.

Sömürücülük (Exploitativeness): İsyankârlık, uyumsuzluk içeren ve başkalarına saygı ve hoşgörü göstermeyen davranışları temsil etmektedir.

Hak iddia etme (Entitlement): Hırslı olma, başarı ihtiyacı, hakimiyet, düşmanlık, kabalık ve inatçılık içeren davranışlar içermektedir.

Kendine yeterlilik (Self-efficacy): Girişkenlik, bağımsızlık, kendine güven ve başarı ihtiyacı anlamına gelmektedir (Çavuşoğlu vd., 2017:151-152).

“Sosyal medya kanallarının çoğu benliği beslemekte ve kişilere kendi inandıkları veya olmak istedikleri sahte kendiliklerini yaratma imkânı sunmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medyanın ontolojik açıdan narsisizmi besleyen bir yönünün olduğu söylenebilmektedir” (Alanka ve Cezik, 2016:550). Sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte bu mecranın kullanımına yönelik yapılan araştırmalar da giderek artmaktadır (Griffiths, 2010). Taylor ve Strutton (2016:15), çalışmalarında Facebook kullanım düzeyi arttıkça imrenme/özenme duygusunun artabileceğini ifade etmiştir. Blachnio, Przepiorka ve Rudnicka (2016) ise benlik saygısı (self esteem) ve narsizmin Facebook'un kişisel öneminin yordayıcıları olabileceği bulgusuna ulaşmışlardır.

Yapılan çalışmalar narsizm ile sosyal medyayı sık kullanma arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Mehdizadeh, 2010:363). Şahin ve Kumcağız (2017) sosyal medya bağımlılığı ile narsisizm arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulmuştur. Buffardi ve Campbell, narsistik kişilik özelliklerinin fazla olmasının kişinin sosyal medyayı daha sık kullanarak kendisini tanıtmaya çalışması ile ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Narsistik kişilik özelliğine sahip insanların sosyal medyayı daha sık kullandığı ve başkalarını kendilerine imrendirmeyi amaçladıkları çeşitli çalışmalarda kanıtlanmaktadır (Buffardi ve Campbell, 2008, Mehdizadeh, 2010).

Geçmiş araştırmalar kişilerin narsistik kişilik özellikleri ile sosyal medya bağımlılığı ve gösterişçi tüketim arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır (Mehdizadeh, 2010; Şahin ve Kumcağız 2017; Buffardi ve Campbell, 2008). Avcılar ve Atalar (2019) 708 kişi üzerinde uyguladıkları anket çalışması sonucunda kişilerin “narsisizm düzeyinin, sosyal medya bağımlılık düzeyi ile gösterişçi tüketim eğilimlerini pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir”. Avcılar ve Atalar (2019) çalışmasındaki “aracı etki analiz sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılık düzeyinin, narsisizm ile gösterişçi tüketim değişkenleri arasında kısmi aracılık etkisine sahip olduğu belirlenmiştir”.

3. Yöntem

Bu araştırmada yöntem olarak nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın amacı kişilerin demografik özellikleri, sosyal medya bağımlılık düzeyleri, narsistik kişilik düzeyleri, gösterişçi tüketim eğilimleri ile internetten alışveriş yapma sıklıkları arasındaki ilişkileri ölçmektir. Bunun yanında kişilerin sosyal medya kullanım sıklıklarının Covid 19 salgını ile birlikte bir artış gösterip göstermediği ve Covid 19 salgını sürecinde internette vakit geçirme sürecindeki artışın sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ve gösterişçi tüketim alışkanlıkları ile bir etkisinin olup olmadığı da incelenmiştir.

Araştırmanın evrenini Yozgat Bozok Üniversitesi öğrencileri, akademisyenleri ve idari personeli oluşturmaktadır. Araştırma evreninde 22.200 kişi bulunmaktadır. Evrendeki herkese ulaşmak olanaklı olmadığından bu araştırmada olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Uygun örnekleme yöntemi araştırmacının ulaşılması kolay araştırmaya katılmak isteyen bireyler üzerinde gerçekleştirdiği örneklem alma yöntemidir (Yıldız, 2017:430). Çalışmada uygun örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılabilen ve ankete katılmayı kabul eden kişilere online bir program (<https://www.onlineanketler.com/>) aracılığıyla anketler uygulanmıştır. Araştırma kapsamında anket uygulaması gerçekleştirildiği için gerekli etik kurul izinleri (Karar No: 10/04) Yozgat Bozok Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan alınmıştır.

Araştırma için veriler Haziran ve Ağustos 2020 tarihleri arasında internet üzerinden kişilere anket linki gönderilerek toplanmıştır. Araştırmaya toplamda 261 kişi katılmıştır. Ancak bazı anketler eksik doldurulduğundan elenmiş olup toplamda 250 anket uygun bulunarak analize tabi tutulmuştur. Anketteki sorular 5 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçen sorular yer almaktadır. Anketin üçüncü bölümünde narsistik kişilik özelliklerini ölçen ölçek yer alırken dördüncü bölümde ise gösterişçi tüketim eğilimlerini ölçen ölçek bulunmaktadır. Beşinci ve son bölümde ise internetten alışveriş yapma ve internetten alışveriş yapma sıklığını ölçen sorular yer almaktadır.

3.2. Veri Toplama Araçları

3.2.1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - (BSMBÖ)

Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile ölçülmüştür. BSMBÖ'nin Türkçe uyarlaması Demirci (2019)'dan alınmıştır. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı eğilimleri 6 maddeli ölçek ile ölçülmüştür. 5'li likert soru tipinin kullanıldığı ölçekte (1= kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) ifadeleri kullanılmıştır. Ölçeğin güvenirlik analizi yapılmış olup, Cronbach's alpha değeri 0,79 olarak belirlenmiştir.

3.2.2. Narsistik Kişilik Envanteri – (NKE)

Bireylerin narsistik kişilik özellikleri ise Narsistik Kişilik Envanteri ile ölçülmüştür. 1979 yılında Raskin ve Hall tarafından geliştirilen 54 ifadeden oluşan Narsistik Kişilik Envanteri (Narcissistic Personality InventoryNPI), 2006 yılında Dr. Ames ve arkadaşları tarafından 16 ifade ile yeniden düzenlenmiştir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlamasını Atay (2009) gerçekleştirmiştir. Kişilerin gösterişçi tüketim eğilimleri ise beş ifadeden oluşan Avcılar ve Atalar (2019)'dan uyarlanmıştır. 5'li likert soru tipinin kullanıldığı ölçekte (1= kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) ifadeleri kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach's alpha değeri 0,85 olarak belirlenmiştir.

3.2.3. Gösterişçi Tüketim Ölçeği - (GTÖ)

Katılımcıların gösterişçi tüketim eğilimlerini ölçmek için ölçek ifadeleri Avcılar ve Atalar (2019)'dan uyarlanmıştır. 5'li likert soru tipinin kullanıldığı ölçekte (1= kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) ifadeleri kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach's alpha değeri 0,88 olarak belirlenmiştir.

Tablo 1
Ölçek Künyesi

Ölçek adı	Ölçek sahibi	Ölçek ifade ve varsa boyut sayısı	Ölçeğin orijinalinin Alfa değeri
1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - (BSMBÖ)	Demirci, 2019	6	0,88
2. Narsistik Kişilik Envanteri Alt Boyutları	Avcılar ve Atalar, 2019	16	
Teşhir		3	0,93
Üstünlük		3	0,84
Sömürücülük		3	0,86
Otorite		2	0,86
Kendine Yeterlilik		3	0,76
Hak İddia Etme		2	0,94
3. Gösterişçi Tüketim Ölçeği		Avcılar ve Atalar, 2019	5

3.3. Araştırma Hipotezleri

Literatürdeki çalışmalar da incelendikten sonra geliştirilen hipotezler şunlardır:

H1: Kişilerin sosyo-demografik özellikleri (cinsiyet (H1a), yaş (H1b), gelir (H1c), eğitim durumu (H1d)) ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Kişilerin sosyo-demografik özellikleri (cinsiyet (H2a), yaş (H2b), gelir (H2c), eğitim durumu (H2d)) narsistik kişilik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Kişilerin sosyo-demografik özellikleri (cinsiyet (H3a), yaş (H3b), gelir (H3c), eğitim durumu (H3d)) gösterişçi tüketim arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Sosyal medya bağımlılığı ile gösterişçi tüketim arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Narsizm ile gösterişçi tüketim arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H7: İnternette alışveriş yapma sıklığı ile ölçekler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Covid 19 salgını sürecinde internet ve sosyal medyada vakit geçirme süreci artmıştır.

H9: Covid 19 salgını sürecinde internet ve sosyal medyada vakit geçirme sürecinin artması ile SMBÖ, NÖ ve GTÖ arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. Bulgular

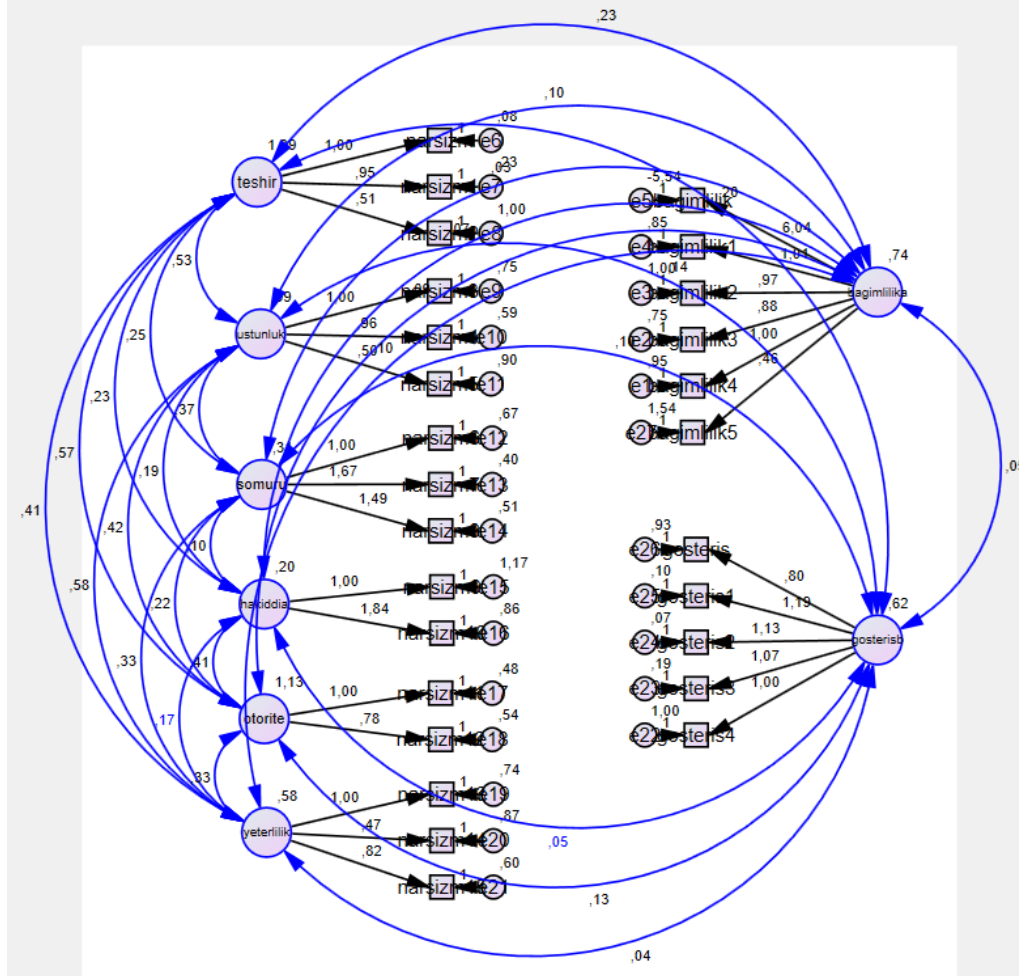
Araştırma da elde edilen veriler istatistik programına aktarılmış ve analiz sonuçları aşağıda tablolaştırılmıştır. Çalışmada öncelikle kullanılan ölçeklerin güvenilirlik değerlerine bakılmıştır. Araştırmada kullanılan üç ölçeğinde Cronbach Alpha değerleri 0,70 üzerindedir ve güvenilir seviyededir.

Tablo 2
Ölçek Güvenirlikleri

Ölçekler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Güvenirlik (BSMBÖ)	,790	6
Narsistik Kişilik Envanteri Güvenirlik (NKE)	,857	16
Teşhir	0,90	3
Üstünlük	0,81	3
Sömürücülük	0,82	3
Otorite	0,81	2
Kendine Yeterlilik	0,72	3
Hak İddia Etme	0,91	2
Gösterişçi Tüketim Ölçeği Güvenirlik (GTÖ)	,882	5

4.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada modeldeki ilişkilerin veri seti ile olan uyumuna bakmak için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği verileri (Model Fit Index) aşağıdaki gibidir. Analizin sonuçlarını gösteren Amos çıktısı aşağıdaki gibidir.



Şekil 1. Ölçme Modeli ve Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Uyum iyiliği verileri bir modeldeki ilişkilerin veri seti ile ne kadar uyum içerisinde olduğunu göstermektedir. Ki-kare/serbestlik derecesi, GFI, IFI, TLI, CFI, RMSEA, RMR sıklıkla kullanılan uyum istatistiklerinden bazılarıdır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda modelin uyum iyiliği değerleri şu şekilde bulunmuştur. Kikare=726,673 ve serbestlik değeri=296 (2,455). Serbestlik değerinin 3'ten küçük olmayı modelin iyi bir uyuma sahip olduğunun göstergesidir. GFI=0,816, IFI=0,890, CFI=0,889, bu değerlerin 0,90'dan büyük olması beklenmektedir. Ancak değerler 0,90'a oldukça yakın olduğundan modelin uyum iyiliği kabul edilebilir bir durumdadır. RMSEA=0,076 değeri 0,080'den küçüktür. Bu sonuç modelin veri seti ile iyi bir uyuma sahip olduğuna işaretir.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen regresyon katsayıları aşağıdaki tabloda verilmektedir. Tablodan da görüleceği gibi bazı maddelerin katsayıları istenilen düzeyde değildir (Bağımlılık5, Narsizm9, Narsizm14). Ancak kullanılan ölçeği daha önceden güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları yapıldığından ölçekten madde çıkarılmak istenilmemiştir. Ölçek olduğu şekli ile kullanılmıştır (Bkz Tablo 1.1).

Tablo 2.1
Ölçme Modeli Regresyon Katsayıları

Gizil Yapı	Gözlenen Değişken	β	<i>B</i>	<i>SE</i>
Sosyal Medya Bağımlılığı	Bağımlılık	1,121	6,038	,368
	Bağımlılık1	0,686	1,010	,083
	Bağımlılık2	0,643	,974	,083
	Bağımlılık3	0,658	,880	,074
	Bağımlılık4	0,662	1,000	
	Bağımlılık5	0,306	,463	,067
Gösterişçi Tüketim	Gösteriş	0,547	,800	,103
	Gösteriş1	0,948	1,188	,102
	Gösteriş2	0,957	1,131	,096
	Gösteriş3	0,885	1,071	,096
	Gösteriş4	0,617	1,000	
Teşhir	Narsizm	0,972	1,000	
	Narsizm1	0,919	,947	,043
	Narsizm2	0,517	,513	,057
Üstünlük	Narsizm3	0,754	1,000	
	Narsizm4	0,780	,957	,096
	Narsizm5	0,460	,495	,077
Sömürü	Narsizm6	0,564	1,000	
	Narsizm7	0,829	1,666	,198
	Narsizm8	0,761	1,495	,182
Hak İddia Etme	Narsizm9	0,382	1,000	
	Narsizm10	0,665	1,845	,382
Otorite	Narsizm11	0,838	1,000	
	Narsizm12	0,749	,780	,079
Kendine Yeterlilik	Narsizm13	0,662	1,000	
	Narsizm14	0,356	,467	,098
	Narsizm15	0,627	,821	,106

Doğrulamalı faktör analizi ile ilgili olarak ölçeklerin yapısal geçerliliği ve benzeşme geçerliliği Tablo 1.2’de verilmektedir. Ölçeklere ait yapı güvenirlilikleri (Composite Reliability) 0,85 ve 0,93 arasında değişmektedir. Ölçeklerin benzeşme geçerlilikleri ise (AVE) 0,50 ve 0,65 arasındadır. Bu sonuçlardan ölçeklerin benzeşme ve yapı geçerliliklerinin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 2.2
Ölçeklerin Uyum Geçerlilikleri ve Yapı Güvenirlilikleri

Gizil Yapı	Gözlenen Değişken	β	Yapı Güvenirliliği		AVE		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Bağımlılık	1,121	0,85		0,51		
	Bağımlılık1	0,686					
	Bağımlılık2	0,643					
	Bağımlılık3	0,658					
	Bağımlılık4	0,662					
	Bağımlılık5	0,306					
Gösterişçi Tüketim	Gösteriş	0,547	0,90		0,65		
	Gösteriş1	0,948					
	Gösteriş2	0,957					
	Gösteriş3	0,885					
	Gösteriş4	0,617					
Narsistik Kişilik	Teşhir	Narsizm	0,86	0,93	0,68	0,50	
		Narsizm1					0,919
		Narsizm2					0,517
Üstünlük	Narsizm3	0,754	0,71		0,462		

Tablo 2.2

Ölçeklerin Uyum Geçerlilikleri ve Yapı Güvenirliklikleri (...Devamı)

Gizil Yapı		Gözlenen Değişken	β	Yapı Güvenirliği		AVE	
Narsistik Kişilik	Teşhir	Narsizm	0,972	0,86	0,93	0,68	0,50
		Narsizm1	0,919				
		Narsizm2	0,517				
	Üstünlük	Narsizm3	0,754	0,71			
		Narsizm4	0,780				
		Narsizm5	0,460				
Sömürü	Narsizm6	0,564	0,76				
	Narsizm7	0,829					
	Narsizm8	0,761					
Hak İddia Etme	Narsizm9	0,382	0,43				
	Narsizm10	0,665					
Otorite	Narsizm11	0,838	0,77				
	Narsizm12	0,749					
Kendine Yeterlilik	Narsizm13	0,662	0,56				
	Narsizm14	0,356					
	Narsizm15	0,627					

Ancak narsistik kişilik ölçeğinde hak iddia etme ve kendine yeterlilik alt boyutlarının AVE ve CR değerlerinin istenilen değerlerin altında olduğu gözlemlenmiştir. Ancak ölçek bütün olarak ele alındığında bu değerlerin AVE=0,50, CR=0,93 istenilen düzeyde olduğu görülmektedir.

4.2. Sosyo-demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Tablo 3’de görüldüğü gibi araştırmaya 250 gönüllü katılmıştır. Katılımcıların %52,4’ü kadın %47,6 ‘sı erkektir. Katılımcıların yaş aralığı ise %61,6 18-30 yaş, %23,2 31-40 yaş, %7,6 41-50 yaş aralığında, %7,6 ise 51 yaş ve üzeridir. Gelir seviyesine bakıldığında katılımcıların %3,2’si 2000 TL’nin altında, %54’ü 3.000 TL -5.000 TL arasında, %38,8’i 5.000 TL ve 10.000 TL arasında ve %4’ü gelirlerini 10.000 TL’nin üzerinde olarak belirtmişlerdir. Son olarak anketi dolduranların %11,2’si lisansöncesi, %58’i lisans ve %30,8’i ise lisansüstü eğitime sahiptir (Bkz Tablo 3).

Tablo 3

Katılımcıların Sosyo-demografik Özelliklerinin Dağılımı

		N	%
Cinsiyet	Kadın	131	52,4
	Erkek	119	47,6
	Toplam	250	100,0
Yaş	18-30	154	61,6
	31-40	58	23,2
	41-50	19	7,6
	51 ve üzeri	19	7,6
Gelir	2.000 TL ve altı	8	3,2
	3.000 TL – 5.000 TL	135	54,0
	5.000 TL – 10.000 TL	97	38,8
	10.000 TL ve üzeri	10	4,0
	Lisans öncesi	28	11,2
	Lisans	145	58,0
	Lisansüstü	77	30,8
Toplam		250	100

4.3. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Tablo 4

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı, Narsistik Kişilik Ölçeği ve Gösterişçi Tüketim Ölçek Puanları Ortalamaları (n=250)

Ölçekler	Min.	Max.	Madde Ortalaması	Standart Sapma
Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam (BSMBÖ)	6	30	18,09	5,25
Narsistik Kişilik Envanteri Toplam (NKE)	16,00	80,00	47,96	10,33
Teşhircilik	3,00	15,00	7,92	3,11
Üstünlük	3,00	15,00	9,78	2,84
Sömürücülük	3,00	15,00	9,55	2,51
Hak iddia etme	2,00	10,00	5,62	1,91
Otorite	2,00	10,00	5,04	2,14
Kendine Yeterlilik	3,00	15,00	10,02	2,33
Gösterişçi Tüketim Ölçeği Toplam (GTÖ)	5,00	25,00	9,37	4,39

Tablo 4’de görüldüğü gibi katılımcıların sosyal medya bağımlılık ölçeği (SMBÖ) puan ortalaması 18,09’dur. Narsistik kişilik envanteri (NKE) puan ortalaması 47,96 ve ölçek alt boyutlarından teşhir 7,92, üstünlük 9,78, sömürü 9,55, hak iddia etme 5,62, otorite 5,04, kendine yeterlilik puan ortalaması ise 10,02 olduğu görülmektedir. Puanlar yükseldikçe sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ve gösterişçi tüketim düzeyi artmaktadır. Burada sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ve gösterişçi tüketim düzeyi artmaktadır. Burada sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ölçeği alt boyutlarından teşhir ve gösterişçi tüketim ölçeği (GTÖ) puanlarının ortalamasının altında olduğu görülmektedir.

Tablo 5

Sosyo-demografik Özellikler ile Sosyal Medya Bağımlılığı, Narsistik Kişilik ve Gösterişçi Tüketim Ölçeği Toplam Puan İlişkisi

		BSMBÖ Toplam X ± SS		NKE Toplam X ± SS		GTÖ Toplam X ± SS	
Cinsiyet	Kadın	18,09 ± 5,4		47,67 ± 9,14		9,54 ± 4,11	
	Erkek	18,01 ± 5,06		48,27 ± 11,54		9,18 ± 4,69	
		t	p	t	p	t	p
		-,014	,989	-,456	,649	,655	,513
Yaş	18-30	19,34±4,93		49,33±10,70		49,33±10,70	
	31-40	16,86±5,10		46,53±9,42		46,53±9,42	
	41-50	15,10±5,22		47,42±11,11		47,42±11,11	
	51 ve üzeri	14,73±5,04		41,73±5,99		41,73±5,99	
		F	p	F	p	F	p
		9,490	,000	3,708	,012	5,800	,001
Gelir	2.000TL ve altı	20,75±5,17		51,75±11,81		11,50±5,34	
	3.000 TL – 5.000 TL	18,52±4,99		47,28±10,36		10,06±4,47	
	5.000 TL – 10.000 TL	17,20±5,38		48,16±10,19		8,07±3,46	
	10.000 TL ve üzeri	18,80±6,57		52,10±10,03		11,00±7,28	
		F	p	F	p	F	p
		1,994	,115	1,097	,351	5,294	,001
Eğitim	Lisans öncesi	18,71±5,52		48,34±11,14		8,34±3,52	
	Lisans	19,08±4,68		49,56±9,68		10,07±4,23	
	Lisansüstü	18,11±4,32		44,61±10,18		8,11±4,13	
		F	p	F	p	F	p
		18,556	,000	4,084	,005	4,453	,004

F= Oneway Anova, * p < 0.05,

Tablo 5 incelendiğinde cinsiyet ve BSMBÖ, NKE ve GTÖ toplam puanları arasında anlamlı bir ilişki görülmemektedir (p=,989, p=,649, p=,513). Sosyo-demografik özelliklerden yaş ve

BSMBÖ, NKE ve GTÖ toplam puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Yaş gruplarından 18-30 yaş aralığı farklılığı oluşturan gruptur. 18-30 yaş aralığı grubundakilerin ortalama ölçek puanları diğer gruplara göre daha yüksektir. Özellikle teknolojiye daha hakim olan grup olduğu düşünüldüğünde sosyal medya bağımlılığı narsistik kişilik özellikleri ve gösterişçi tüketime daha yatkın oldukları söylenebilir. Bu sonuç BSMBÖ ölçeğinde Andreassen vd. (2017); Kırçaburun vd. (2020) ile benzerlik göstermektedir. Çavuşoğlu et al. (2017) üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmada narsistik kişilikle yaş, teşhircilik ve hak iddia etme alt boyutları arasında önemli farklılıklar bulmuştur.

Gelir seviyesi ve BSMBÖ ve NKE toplam ölçek puanları arasında anlamlı bir fark görülmezken ($F=1,994$ $p=,115$, $F=1,097$ $p=,351$), GTÖ toplam puanı ile gelir seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır ($F=5,294$ $p=,001$). Anlamlı farklılığı oluşturan grup ise gelir seviyesi 5.000 TL'nin üzerinde olarak cevaplayanlardır. Buradan kişilerin gelir seviyesi yükseldikçe gösterişçi tüketime olan eğilimlerinin arttığını söylemek mümkündür. Son olarak BSMBÖ, NKE ve GTÖ toplam puanları ile eğitim arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir ($18,556$ $p=,000$, $F=4,084$, $p=,005$, $F=4,453$ $p=,004$). Bu bölümde ise anlamlı farklılığı oluşturan grubun lisansüstü grup olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6

İnternette Alışveriş Yapma Sıklığı ve Ölçek İlişkileri

		BSMBÖ Toplam	NKE Toplam	GTÖ Toplam
		X ± SS	X ± SS	X ± SS
Online Alışveriş Sıklığı	Nadiren	17,55±5,83	48,50±9,96	8,49±2,98
	Bazen	18,46±5,13	46,66±10,41	9,83±4,43
	Sık sık	18,05±4,77	46,94±49,56	9,86±5,85
	Genellikle	17,71±4,97	53,36±10,97	9,23±4,21
	Her zaman	20,18±5,68	20,1818	9,54±3,77
		F=,764 p>,550	F=1,487 p>,207	F=1,079 p>,367

Tablo 6 incelendiğinde internette alışveriş yapma sıklığıyla sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ve gösterişçi tüketim yapma arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p>,550$, $p>,207$, $p>,367$). Araştırma da yer alan H7 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 7

Covid 19 Sürecinde İnternette ve Sosyal Medyada Vakit Geçirme Süresindeki artış oranı ile Sosyal Medya Bağımlılığı, Narsistik Kişilik ve Gösterişçi Tüketim Ölçekleri İlişkisi

Covid 19 salgınından itibaren internet ve sosyal medyada vakit geçirme sürenizde bir artış oldu mu?	Evet	Hayır	Toplam	
	N	201	49	250
%	80,4	19,6	100,0	
	X ± SS	X ± SS	t	p
BSMBÖ Toplam	19,09±4,9 2	13,97±4,5 2	6,624	,000
NKE Toplam	48,73±10, 53	44,79±8,8 9	2,415	,016
GTÖ Toplam	9,83±4,46	7,51±3,57	3,383	,001

Araştırma da katılımcılara yöneltilen “Covid 19 salgını sürecinde sosyal medyada ve internette vakit geçirme sürenizde bir artış yaşandı mı?” sorusuna %80,4’ü evet, %19,6’sı hayır olarak yanıtlanmıştır. Bu durum araştırmanın hipotezlerinden “Salgın sürecinde internette ve sosyal medya da vakit geçirme süresi artmıştır” hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir. Aynı

zamanda Covid 19 salgını esnasında sosyal medyada vakit geçirme süresi artışı ile birlikte kişilerde sosyal medya bağımlılığı ($p<,000$), narsistik kişilik özelliği ($p<,016$) ve gösterişçi tüketim ($p<,001$) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 8

Sosyal Medya Bağımlılığı, Narsistik Kişilik ve Gösterişçi Tüketim Ölçekleri Arasındaki Korelasyon Tablosu(N=250)

		BSMBÖ	NKE Alt boyutları							GTÖ
			NKE Toplam	Teşhircilik	Üstünlük	Sömürücülük	Hak iddia etme	Otorite	Kendine Yeterlilik	
BSMBÖ	Pearson Correlation	1	,306**	,403**	,156*	,081	,253**	,191**	,157*	,284**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,014	,201	,000	,002	,013	,000
NKE Toplam	Pearson Correlation	,306**	1	,698**	,797**	,750**	,575**	,608**	,686**	,268**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Teşhircilik	Pearson Correlation	,403**	,698**	1	,418**	,299**	,337**	,390**	,290**	,328**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
Üstünlük	Pearson Correlation	,156*	,797**	,418**	1	,701**	,266**	,298**	,503**	,164**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,009
Sömürücülük	Pearson Correlation	,081	,750**	,299**	,701**	1	,255**	,212**	,588**	,144*
	Sig. (2-tailed)	,201	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,023
Hak iddia etme	Pearson Correlation	,253**	,575**	,337**	,266**	,255**	1	,503**	,214**	,177**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,005
Otorite	Pearson Correlation	,191**	,608**	,390**	,298**	,212**	,503**	1	,246**	,155*
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,014
Kendine Yeterlilik	Pearson Correlation	,157*	,686**	,290**	,503**	,588**	,214**	,246**	1	,109
	Sig. (2-tailed)	,013	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,085
GTÖ	Pearson Correlation	,284**	,268**	,328**	,164**	,144*	,177**	,155*	,109	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,009	,023	,005	,014	,085	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 8 incelendiğinde tüm ölçekler arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıntılı olarak ölçekler arasındaki ilişki düzeyleri incelendiğinde; BSMBÖ ve NKE toplam puanı arasında zayıf pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmektedir ($r=,306$; $p<,000$). Narsistik kişilik özelliği alt boyutları ile sosyal medya bağımlılığı ölçeği toplam puanı arasındaki korelasyona bakıldığında teşhir ($r=,403$; $p<,000$) ve hak iddia etme ($r=,253$; $p<,000$) alt boyutu ile zayıf, üstünlük ($r=,156$; $p<,014$), otorite($r=,191$; $p<,002$) ve kendine yeterlilik ($r=,157$; $p<,013$) alt boyutları arasında çok zayıf pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sömürü alt boyutu arasında ($r=,081$; $p<,201$) ilişki görülmemiştir.

Analizler sonucu elde edilen bir diğer bulgu BSMBÖ ve GTÖ toplam puanı arasında zayıf, pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğudur. ($r=,284$; $p<,000$). Literatürdeki pek çok çalışma sosyal medya bağımlılığı ve gösterişçi tüketim arasında pozitif yönde bulgulara sahiptir (Taylor ve Strutton, 2016; Widjajanta, 2018; Buffardi ve Campbell, 2008; Thoumrunroje, 2014).

NKE toplam puanı ile gösterişi tüketim ölçeği toplam puanı arasında zayıf, pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmektedir ($r=,268$; $p<,000$). NKE alt boyutları ve GTÖ toplam puanı arasındaki ilişki incelendiğinde teşhir ($r=,328$; $p<,000$) alt boyutu ile zayıf, üstünlük ($r=,164$; $p<,009$), sömürü ($r=,144$; $p<,023$), hak iddia etme ($r=,177$; $p<,005$) ve otorite ($r=,155$; $p<,014$) ile çok zayıf pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmekte, kendine yeterlilik ($r=,109$; $p>,085$) alt boyu ile ise ilişki görülmemektedir.

Sonuçlar göstermektedir ki; sosyal medya bağımlılığının artması, narsistik kişilik özelliği sergileme ve gösterişi tüketim alışkanlıklarının artması davranışlarında zayıfta olsa etkilidir. Bunların birlikte narsistik kişilik özelliğine sahip kişilerin gösterişi tüketim alışkanlıkları gösterdikleri söylenebilir. Bu sonuçlardan araştırma hipotezlerinden H4, H5 ve H6'nın doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 9
Hipotezler

		<i>Hipotezler</i>	<i>p</i>	<i>Sonuç</i>
BSMBÖ (H1)	Cinsiyet	H1a	,989	Red
	Yaş	H1b	,000	Kabul
	Gelir	H1c	,115	Red
	Eğitim	H1d	,000	Kabul
NKE (H2)	Cinsiyet	H2a	,649	Red
	Yaş	H2b	,012	Kabul
	Gelir	H2c	,351	Red
	Eğitim	H2d	,006	Kabul
GTÖ (H3)	Cinsiyet	H3a	,513	Red
	Yaş	H3b	,001	Kabul
	Gelir	H3c	,001	Kabul
	Eğitim	H3d	,004	Kabul
(H4)		H4	,000	Kabul
(H5)		H5	,000	Kabul
(H6)		H6	,000	Kabul
BSMBÖ (H7)		H7	,550	Red
NKE (H7)		H7	,207	Red
GTÖ (H7)		H7	,367	Red
(H8)		H8	-	Kabul
BSMBÖ (H9)		H9	,000	Kabul
NKE (H9)		H9	,016	Kabul
GTÖ (H9)		H9	,001	Kabul

Tablo 9 incelendiğinde araştırma sorularının kabul ve red durumları görülebilmektedir.

5. Tartışma ve Sonuç

Günümüzde lüks ürünlerin demokratikleşmesi ve gösterişi tüketimin yalnız lüks ürünlerin kullanımını esnasında sergilenmesi anlamı ile sınırlı kalmadığı görülmektedir. Günümüzde insanlar lüks olsun olmasın tükettikleri şeyleri sosyal medyada gösterme çabası içerisindedir. Bunun yanında gösterilen şeyler yalnızca hizmet ve mallar olmayıp kişilerin kendilerini de bir tüketim nesnesi haline getirip sosyal medyada sunduklarını görmekteyiz. Satın alınan yeni bir kıyafet eşliğinde kişi o nesneyi giyerek kendisini de gösterilen bir nesne haline getirmektedir. Bu nedenle günümüzde gösterişi tüketimin anlamının genişlediğine tanık olmaktadır.

Günümüzde bireyler özel hayatlarını diğer insanlarla paylaşmak ihtiyacı duymaktadır. Bunun altında yatan en önemli sebeplerden bir tanesi kişilerin toplum tarafından onaylanma ve takdir edilme (like alma) gereksinimleridir. Sosyal medya mecrasında yaratılan kimlikler ile kişiler gerçekte olmadıkları ama olmak istedikleri kişi gibi davranabilme özgürlüğüne sahiptir. İçinde bulunulan yaşamın yetersiz gelmesi, gerçek dünyada istenilen kimliğe ulaşamama, başarısızlık, işinden, ailesinden ve sosyal çevresinden tatmin olmama, sosyal medyanın bireylere bu kadar cazip

gelmesi ve bağımlılık oluşturması nedenlerinden birisi sayılabilir. Çünkü birey gerçekte sahip olduğu ortamdaki mutsuz ise kendisine alternatif bir alan arama ihtiyacı duyabilir. Tam da bu anlamda sosyal medya kişilere yeni bir yaşam alanı ve kimlik yaratma imkânı sunmaktadır. Çünkü sosyal medya sanal kimlikler yaratmak ve bunları sürdürmek için oldukça elverişli bir mecraadır. “İnsanlar, beğeni almak, yemek ve kahve fotoğrafları paylaşmak, lüks ev - cafe ve arabalardan fotoğraflar paylaşmak, çılgın parti fotoğrafları paylaşmak, Swarm’dan çek-in yapmak, Instagramdan like almak ve hikâyelerinin sayıca fazla görüntülenmesi; Facebooktaki durum güncellemeleri yaparak ve yer bildirimlerinde bulunarak duygusal olarak sanal bir gerçeklik oluşturmaktadırlar” (Karaca ve Mutlu, 2019).

Gün geçtikçe dijitalleşen dünyamızda alışkanlıklarımız ve davranışlarımız da bu durumdan etkilenmektedir. Bu nedenle bu kapsamda araştırmaların yapılması literatüre katkı sağlayacağından önem arz etmektedir. Pandemi sürecinde internet ve dijital mecralara daha fazla yöneldiğimiz bir gerçektir. Covid 19 salgını sürecinde sosyal medyada ve internette vakit geçirme süresinde bir artış yaşanmıştır. Yaşanan bu süreçte sosyal medya kullanımının artması öncelikle bireylerin belirsizlikleri hızlı bir şekilde ortadan kaldırmaya yönelik hızlı bilgi edinme ihtiyacı, boş zaman etkinliği, yaşanan kaygı düzeyini azaltma ya da baş etme yolu şeklinde sıralanabilir.

Araştırma sonuçları gözden geçirildiğinde cinsiyet ve BSMBÖ, NKE ve GTÖ toplam puanları arasında ilişki görülmemiştir. Bu sonuç Yılmazsoy ve Kahraman (2017)’in üniversite öğrencilerinin Facebook bağımlılık düzeyi çalışması ile aynıdır. Diğer taraftan Andreassen vd. (2017) ve Bilgiler (2018)’in çalışmalarında kadınların sosyal etkileşimi içeren etkinlikleri erkeklerden daha fazla bağımlılık yaratan şekilde kullanma eğiliminde olduklarını tespit edilmiştir. Benzer şekilde Kırcaburun vd. (2020) ise problemlili sosyal medya kullanımında (PSMU) kadın olmanın anlamlı bir faktör olduğu, ancak üniversite öğrencilerinin Facebook bağımlılık düzeyinin ise cinsiyete göre değişmediğini belirtmiştir. Cinsiyete yönelik yapılan araştırmalarda sonuçlar farklılık göstermektedir. Ancak sosyal medya bağımlılığı ve gösterişçi tüketim açısından bakıldığında kadınların daha yatkın oldukları söylenebilir. Gelecekteki araştırmalara yol göstermesi açısından neden kadınların sosyal medyada daha fazla vakit geçirdiği ve daha fazla benimsediği incelenmesi gereken bir olgudur.

Analizler göstermektedir ki; sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik ve gösterişçi tüketim ölçekleri arasında pozitif yönlü ve zayıf bir ilişki olduğu görülmüştür. Literatür incelendiğinde, çıkan sonuçlardan farklı olarak sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki görülmüştür (Andreassen vd., 2017). Casale ve Banchi (2020), literatür taraması çalışmalarında büyükleme narsizm (grandiose narcissism) ile sorunlu sosyal medya kullanımı (PSMU) üzerine gerçekleştirilen araştırmaların tutarsız olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Casale ve Banchi (2020) aynı çalışmada araştırmaların sorunlu Facebook kullanımı (PFU) üzerine yoğunlaştığında daha tutarlı bulgular elde edildiğini söylemektedir. Buradan çıkan sonuç sadece bir sosyal medya uygulaması üzerine odaklanıldığında narsizmin farklı boyutları da olsa tutarlı sonuçlara ulaşmıştır. Bunu destekleyen bir başka çalışma ise Kırcaburun vd. (2020) farklı sosyal medya araçları üzerinde yaptıkları araştırmada (örn. Instagram, YouTube, Twitter) gibi sosyal medya araçlarının popüler bir benliği ifade etme ile pozitif yönde ilişkili olduğunu bulmuştur. Günümüzde kişiler benliklerini ifade etmek ve imajlarını güçlendirmek için sosyal medya platformlarından yararlanmaktadır. Bu platformlar kişilere gerçekte olamadıkları kimlikleri kazanma ve kendilerini olmak istedikleri gibi sunma fırsatı sunmaktadır. Özellikle günümüzde gençler arasında yayın olan fenomen olma tutkusu kişilerin narsistik bir kimliği benimsemelerini tetiklemektedir. Bu durum sosyal medyada alınan eleştirilerden fazlaca etkilenme, depresyona yatkınlık vb. psikolojik sorunlara yol açabilmektedir. Bu kapsamda problemlili sosyal medya

kullanımı konusunda daha çok gençler üzerinde yeni araştırmalar yapılarak, problemin çözümüne katkı sağlanabilir.

Araştırmada ölçek toplam puanları arasındaki ilişki boyutlarının yanında narsistik kişilik ölçeği alt boyutları ile gösterişçi tüketim arasında da farklılaşan sonuçlar görülmektedir. Ancak Avcılar ve Atalar (2019)'nın ortaya koymuş oldukları çalışma da narsizmin bütün alt boyutları ile gösterişçi tüketim üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışmalar arasındaki bu farklılığın nedeni Atalar ve Avcı'nın çalışmasındaki katılımcıların büyük çoğunluğu genç nüfusun oluşturmasından kaynaklandığı söylenebilir. Avcılar ve Atalar (2019) çalışmasına benzer şekilde Kang ve Park (2016) narsizmin kişileri gösterişçi tüketime yönlendirdiği bulgusuna ulaşmıştır. Narsizmin bir olumsuz sonucu da kişileri gösterişçi tüketime sürüklemesidir. Gösterişçi tüketimde kişi, satın aldıklarını kullanmaktan değil, göstermekten haz almaktadır. Bu durum günümüz tüketim toplumunda, ihtiyaç dışı satınalmaların en temel kaynaklarından biri sayılabilir. Satın alınan şeyler günümüzde çoğu zaman bir ihtiyacı karşılamaktan ziyade bir arzuyu beslemektedir. Bu toplumlara ve gençleri haz odaklı bir yaşama alıştırmakta ve gerçek ve sahte ihtiyaçların birbirine karışmasına neden olmaktadır.

Bulgular incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ve narsistik kişilik ölçeği arasında ise zayıf bir ilişki görülmekle birlikte Avcılar ve Atalar (2019)'nın çalışmalarında narsizmin tüm boyutları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi istatistiksel olarak anlamlı olduğunu bulmuştur. Benzer şekilde Facebook kullanımı ile narsizm ile pozitif ilişki olduğu görülmüştür (Taylor ve Strutton, 2016). Çalışmanın bir özeti olarak şöyle söylenebilir, sosyal medya bağımlılığının artması, narsistik kişilik özelliği sergileme ve gösterişçi tüketim alışkanlıklarının artması davranışlarında zayıfta olsa etkilidir. Bununla birlikte narsistik kişilik özelliğine sahip bireylerin gösterişçi tüketim alışkanlıkları gösterdikleri görülmektedir. 18-30 yaş aralığı grubundakilerin teknolojiye daha hakim olan olmaları nedeniyle sosyal medya bağımlılığına, narsistik kişilik özellikleri göstermeye ve gösterişçi tüketime daha yatkın oldukları söylenebilir.

Çalışmanın diğer bir bulgusu, kişilerin gelir seviyesinin yükselmesi ile gösterişçi tüketime olan eğilimlerinin artmasıdır. Son olarak BSMBÖ, NKE ve GTÖ toplam puanları ile eğitim arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Bu bölümde ise anlamlı farklılığı oluşturan grup lisansüstü eğitime sahip kesimdir. Bu bulgu dikkat çekmektedir. Buradan kişilerin eğitim seviyesi arttıkça sosyal medya bağımlılığı, narsistik kişilik özellikleri gösterme ve gösterişçi tüketim yapma eğilimleri artmaktadır denilebilir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular ışığında, bağımlılık düzeyinde bir sosyal medya kullanımının, narsistik kişilik geliştirme ve gösterişçi tüketimde bir artışa neden olduğu gözlemlenmiştir. Bağımlılıklar konusunda özellikle gençlerin çeşitli eğitici faaliyetler ile bilgilendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bağımlılığın kişilerin kendi benliklerine yönelik duydukları bir eksikliği kapatmak için geliştirdikleri bir davranışsal bozukluk olduğunu düşünürsek, bunu değiştirmenin yolu eğitim ve bilgilendirmekten geçmektedir.

Kaynaklar

- Allport G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. Fort Worth TX: Harcourt College Publisher.
- Alanka, Ö., Cezik, A. (2016). Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme. *TRT Akademi*. Dijital Medya Sayısı. 1(2), 548-569.
- Ames, D. R., Rose, P., Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 As A Short Measure Of Narcissism. *Journal Of Research In Personality*, 40. 440- 450.
- Andreassen, C.S. ve Pallesen S. (2014). Social Network Site Addiction—An Overview. *Curr Pharm Des*, 20:4053-4061.

- Andreassen, C. S., Pallesen, S. ve Griffiths, M.D. (2017). The Relationship Between Addictive Use Of Social Media, Narcissism, And Self-Esteem: Findings From A Large National Survey. *Addictive Behaviours*, 64, 287-293.
- Atay, S. (2009). Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye Standardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 11(1), 181-196.
- Avcılar, M.Y., Atalar, S. (2019). Narsistik Kişilik Özelliklerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ve Gösterişçi Tüketim Eğilimleri Üzerine Etkisinin Tespiti. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal Of Society Researches*, 11(8), 1373-1407.
- Bagwell, L. S. ve Bernheim, B. D. (1996). Veblen Effects In A Theory of Conspicuous. *American Economic Association*, 86 (3), 349-373.
- Bektaş, M. (2018). *Bir Kamu Politikası Olarak Bağımlılıkla Mücadele*, (Editör: Hamza Ateş, Ahmet Koçak, (İçinde, Davranışsal Bağımlılık: Tanımı, Türleri Ve Sınıflandırılması), Ankara: Nobel Yayın.
- Belk, R. W. (1988). *Third World Consumer Culture, Marketing And Development*, (Editör: Erdogan Kumuc, A. Fuat Firat), Greenwich, CT: JAI, 103-127.
- Blachnio, A., Przepiorka, A., ve Rudnicka, P. (2016). Narcissism And Self-Esteem As Predictors Of Dimensions Of Facebook Use. *Personality And Individual Differences*, 90, 296-301.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramosch, R., Osborne, C. ve Liss, M. (2017). Extraversion, Neuroticism, Attachment Style And Fear Of Missing Out As Predictors Of Social Media Use And Addiction. *Personality And Individual Differences*, 116, 69-72.
- Bilgili, H. A. (2018). Sosyal Medya Kullanımı İle Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Ege Üniversitesi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*. (Temmuz, 2018). 5(4), 351-369.
- Buffardi, L. E. ve Campbell, W. K. (2008). Narcissism And Social Networking Web Sites. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 34 (10). 1303-1314.
- Campbell, W. K., Brunell, A. B., ve Finkel, E. J. (2006). *Narcissism, Interpersonal Self-Regulation, and Romantic Relationships: An Agency Model Approach*. In K. D. Vohs ve E. J. Finkel (Eds.), *Self and relationships: Connecting intrapersonal and interpersonal processes* (p. 57-83). The Guilford Press.
- Casale, S.; Banchi, V. (2020). Narcissism And Problematic Social Media Use: A Systematic Literature Review. *Addictive Behaviors Reports*. 11, 1-10.
- Charles, K. K. ve Hurst, E., Roussanov, N. L. (2008). Conspicuous Consumption And Race. SSRN: <Http://Ssrn.Com/Abstract=1014340>.
- Chaudhuri, H. R., Mazumdar, S. ve Ghoshal, A. (2011). Conspicuous Consumption Orientation: Conceptualisation, Scale Development And Validation. *Journal Of Consumer Behaviour*. 10(4), 216-224.
- Çavuşoğlu, G., Yılmaz, A.K., Kabadayı, M., Abacı, S.H. ve Taşmektepligil, M.Y. (2017). Comparison Of Narcissism Levels Of Students In The Faculty Of Sports Sciences In Terms Of Some Demographic Variables. *Turkish Journal of Sport And Exercise*. 19(2), 150-156.
- Davis, R. A. (2001). A Cognitive-Behavioral Model Of Pathological İnternet Use. *Computers In Human Behavior*, 17(2), 187-195.
- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması, Depresyon Ve Anksiyete Belirtileriyle İlişkinin Değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Derneği*, 20 (Ek Sayı.1):15-22. Doi: 10.5455/Apd.41585.
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varyasyonlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Efendioğlu, İ.H. (2019). The Impact Of Conspicuous Consumption In Social Media On Purchasing Intentions. *Journal Of Business Research-Turk*. 11(3). 2176-2190. DOI: 10.20491/İsarder.2019.732

- Eastman, J. K. Ronald E. G. ve Flynn, L. R. (1999) Status Consumption In Consumer Behavior: Scale Development And Validation, *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 7:3, 41-52, DOI: 10.1080/10696679.1999.11501839.
- Elliott, R. (1999) *Symbolic Meaning And Postmodern Consumer Culture*, In *Rethinking Marketing*, Brownlie, D., Saren, M., Wensley, R. And Whittington, R. (Eds) London, UK: Sage Publications.
- Griffiths, M. D. (2010). Trends In Technological Advance: Implications For Sedentary Behaviour And Obesity In Screenagers. *Education And Health*, 28, 35–8.
- Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themes And Issues. *Addiction Research Therapy*, 4(5). 1-2.
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., ve Demetrovics, Z. (2014). Social Networking Addiction: An Overview Of Preliminary Findings. *Behavioral Addictions* (s. 119–141). Elsevier Academic Press.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism And Self-Esteem On Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 13(4). 357-364.
- McWilliams, N. (2010). *Psikanalitik Tanı: Klinik Süreç İçinde Kişilik Yapısını Anlamak* (E. Kalem, Çev). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Montag, C., Wegmann, E., Sariyska, R., Demetrovics, Z., ve Brand, M. (2019). How To Overcome Taxonomical Problems In The Study of Internet Use Disorders and What To Do With “Smartphone Addiction”? *Journal of Behavioral Addictions*, 1–7.
- Kang, Y. J. ve Park, S. Y. (2016). The Perfection of The Narcissistic Self: Aqualitative Study on Luxury Consumption and Customer Equity. *Journalof Business Research*, 69(9). 1-7.
- Kapferer, J. N. (2014). The Artification of Luxury: From Artisans To Artists. *Business Horizons*, 57, 371—380.
- Karaca, M. ve Mutlu, T. (2019). Nispetizm - Mış Gibi Yapmak: Sosyal Medyada Nispet Davranışları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 40-51. <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Anadoluakademi/Issue/42510/499503>
- Kaplan, A.M. ve 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>.
- Keelery, S. (2020). COVID-19 Impact On Weekly Time Spent Using Social Networking Apps India 2020. (Oct. 16, 2020), Retrieved From <https://Www.Statista.Com/Statistics/1114459/India-Coronavirus-Impact-On-Weekly-Usage-Time-Of-Social-Networking-Apps/> (Erişim Tarihi: 7 Aralık 2020).
- Kırcaburun, K.; Alhabash, S.; Tosuntaş, Ş. B.; Griffiths, M.D. (2020). Uses And Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: A Simultaneous Examination Of The Big Five Of Personality Traits, Social Media Platforms, And Social Media Use Motives. *International Journal Of Mental Health And Addiction*, 18, 525–547.
- O’Cass, A. ve Mcewen, H. (2004). “Exploring Consumer Status And Conspicuous Consumption”, *Journal Of Consumer Behaviour*, 4 (1).
- Perez, S. (2020). Report: Whatsapp Has Seen A 40% Increase In Usage Due To COVID-19 Pandemic (March 26 2020). <https://Techcrunch.Com/2020/03/26/Report-Whatsapp-Has-Seen-A-40-Increase-In-Usage-Due-To-Covid-19-Pandemic/> (Erişim Tarihi: 7 Aralık 2020).
- Raskin, R. ve Hall, C. S. (1979). A Narcissistic Personality Inventory. *Psychological Reports*, 45. 590.
- Raskin, R. ve Terry, H. (1988). A Principal-Component Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of its Construct Validity, *Journal of Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 151–161.

- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. İçinde W. G. Austin ve S. Worchel (Editörler), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (33-47). Monterey: Brooks/Cole.
- Taylor, D. G. ve Strutton, D., (2016). Does Facebook Usage Lead To Conspicuous Consumption The Role Of Envy, Narcissism And Self-Promotion. *Journal Of Research In Interactive Marketing*, 10 (3). 231-248. DOI 10.1108/JRIM-01-2015-0009.
- Taylor D.G. (2019) Social Media Usage, FOMO, And Conspicuous Consumption: An Exploratory Study: An Abstract. In: Rossi P., Krey N. (Eds) Finding New Ways To Engage And Satisfy Global Customers. AMSWMC 2018. Developments In Marketing Science: Proceedings of The Academy Of Marketing Science. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02568-7_234.
- Thompson, J. B. (1995), *The Media And Modernity: A Social Theory of The Media, Polity*, Cambridge. UK
- Thoumrungroje, A. (2014). The Influence Of Social Media Intensity And EWOM On Conspicuous Consumption. *Social And Behavioral Sciences*, 148, 7–15. Doi: 10.1016/J.Sbspro.2014.07.009.
- Twenge, J. M., Konrath, S., Foster, J.D., Campbell, W.K. ve Bushman, B.J. (2008). Egos Inflating Over Time: A Cross-Temporal Meta-Analysis of The Narcissistic Personality Inventory, *Journal of Personality* 76(4), August, 875-902.
- Tosun, B.N. ve Cesur, D.K. (2018). The Paranormality of Consumption: The Relationship Between Conspicuous Consumption And Paranormal Beliefs. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 13(49), 167-186.
- Sindermann, C., Duke, E. ve Montag, C. (2020). Personality Associations With Facebook Use and Tendencies Towards Facebook Use Disorder, *Addictive Behaviors Reports*.11.
- Solomon, M. R. (1983) 'The Role Of Products As Social Stimuli: A Symbolic Interactionism Perspective', *Journal Of Consumer Research*, 10, 319–329.
- Sogidem (2020). (Anadolu Üniversitesi Sosyal Medya ve Dijital Güvenlik Eğitim Uygulama Ve Araştırma Merkezi). Pandemi Döneminde Bireylerin Dijital Yaşamları Mercek Altına Alındı. (14.05.2020). <http://Egazete.Anadolu.Edu.Tr/Kampus/39674/Pandemi-Doneminde-Bireylerin-Dijital-Yasamlari-Mercek-Altina-Alindi> [Erişim Tarihi: 07 Aralık 2020].
- Souiden, N., M'Saad, B. ve Pons, F. (2011). A Cross-Cultural Analysis of Consumers' Conspicuous Consumption Of Branded Fashion Accessories. *Journal of International Consumer Marketing*, 23, 329–343.
- Şahin, C. ve Kumcağız H. (2017). Narsizm Ve Benlik Saygısının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(30), 2136–2155.
- Veblen, T. (1899) *The Theory Of The Leisure Class*, New York: Macmillan.
- Yıldız, S. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Sorunu: Nicel ve Nitel Paradigmalarından Örnekleme Kuramına Bütüncül Bir Bakış. *Kesit Akademi Dergisi (The Journal of Kesit Academy)* 3(11), Aralık, 421-442.
- Yılmazsoy, B. ve Kahraman, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı İle Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği. *Journal Of Instructional Technologies ve Teacher Education*. 6 (1), 9-20.
- Wearing, S. ve Wearing, B. (2000) Smoking As A Fashion Accessory in The 90s: Conspicuous Consumption, *Identity And Adolescent Women's Leisure Choices, Leisure Studies*, 19:1, 45-58, DOI: 10.1080/026143600374833
- Widjajanta, B., Senen, S.H., Masharyono, M. ve Lisnawati (2018). The Impact of Social Media Usage And Self-Esteem on Conspicuous Consumption: Instagram User of Hijabers

Community Bandung Member. *International Journal of Ebusiness And Egovernment Studies*, 10(2), Issn: 2146-0744 (Online)

Wold, S. (2020). Covid 19 Changing How, Why And How Much We're Using Social Media. *Dijital Commerce 360*. <https://www.digitalcommerce360.com/2020/09/16/covid-19-is-changing-how-why-and-how-much-were-using-social-media/> [Erişim Tarihi: 11 Ocak 2021].

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

ÖRGÜTSEL GÜVEN İLE SANAL KAYTARMA ARASINDAKİ İLİŞKİDE YÖNETSEL DESTEK ALGISININ DÜZENLEYİCİ ETKİSİ

Gülşah GENÇER ÇELİK¹, Erkan TAŞKIRAN², Gizem KARA³

Öz

Bu araştırmanın temel amacı, işgörenlerin görev yaptıkları örgütlere yönelik sahip oldukları örgütsel güvenleri ile sanal kaytarma davranışları arasındaki ilişkide yönetsel destek algılarının düzenleyici bir etkisi olup olmadığını incelemektir. İstanbul ilinde faaliyet gösteren rehabilitasyon merkezlerinde görev yapan 150 işgören araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan çalışanlardan elde edilen veriler, tanımlayıcı istatistikler, faktör ve güvenilirlik analizi ile korelasyon ve regresyon analizleri yardımıyla incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışı ve alt boyutlarından önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisinde, yönetsel destek algısının düzenleyici rolü olmadığı belirlenmiştir. Diğer taraftan örgütsel güven ile önemli sanal kaytarma arasındaki ilişkiyi, algılanan yönetsel desteğin düzenlediği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Güven, Sanal Kaytarma, Yönetsel Destek Algısı.

THE MODERATING EFFECT OF MANAGERIAL SUPPORT PERCEPTION ON THE RELATION BETWEEN ORGANIZATIONAL TRUST AND CYBERLOAFING

Abstract

The main purpose of this study is to examine whether the managerial support perception has a moderating effect on the relationship between employees' organizational trust in their organizations and cyberloafing. The sample of the study consists of 150 employees working in rehabilitation centers operating in the city of Istanbul. The data obtained from the employees, who were accessed by convenience sampling method, were examined via using descriptive statistics, factor and reliability analysis, correlation and regression analyses. The findings revealed that managerial support perception does not have a moderating role between organizational trust and cyberloafing behavior and minor cyberloafing which is one of the sub-dimensions of cyberloafing. On the other hand it has been found out that managerial support perception moderates the relationship between organizational trust and serious cyberloafing behavior.

Keywords: Organizational Trust, Cyberloafing, Managerial Support Perception.

1. Giriş

Günümüzde iş ortamları, bir yandan hiyerarşik yapılanmanın azaldığı, bir yandan karmaşa ve belirsizliğin giderek arttığı daha profesyonel ve katılımcı yönetim anlayışlarını gerektiren yapılar haline gelmiştir. Söz konusu bu atmosfer içinde örgütsel yaşamı kontrol etmek için güç kullanımı ve doğrudan gözetime nazaran güven daha uygun ve geçerli bir araç olarak değerlendirilmektedir

¹ Dr. Öğr. Üy., Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Bölümü, gulsahg@beykent.edu.tr, orcid: 0000-0001-8610-3673

² Doç. Dr., Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O. Turizm İşletmeciliği Bölümü, erkan_taskiran@hotmail.com, orcid: 0000-0001-9696-9358.

³ Doktora Öğrencisi, Gebze Teknik Üniversitesi, SBE, İşletme, gizemtaskin16@hotmail.com, orcid: 0000-0002-0739-5397

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Çelik, G. G., Taşkiran, E. ve Kara, G. (2021). Örgütsel güven ile sanal kaytarma arasındaki ilişkide yönetsel destek algısının düzenleyici etkisi, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 98-120.

(Özkoç, 2014: 40). İşgörenlerin örgüte karşı duydukları güvenin bazı davranışlarına yön vermesi söz konusudur.

Teknolojinin hızla gelişimi ile birlikte internet kullanımı, gerek bireysel düzeyde gerekse de işletmelerin sunduğu internet erişim olanakları açısından hızla artmaktadır. TÜİK verilerine göre 2020 yılında bireysel internet kullanımı %79 iken, internet erişimine sahip girişimlerin oranı ise %94,9 olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2020a; 2020b). Söz konusu araştırmaların işaret ettiği üzere internet erişiminin oldukça yüksek oranlarda kullanılması, İşgörenlerin bazı davranışlarında farklılara neden olabilmektedir. Bu kapsamda işgörenlerin iş yerlerinde bilinçli ve istekli olarak, internet hizmetlerini iş için gerekli bir amaç dâhilinde olmaksızın şahsi işleri için tercih etmeleri sanal kaytarma davranışlarını tanımlamaktadır (Lim, 2002: 677).

Örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisini düzenleyen değişken olarak ele alınan yönetsel destek kavramı, işgörenlerin örgüte sağladıkları katkılarına yönelik değerlerinin farkında olunmasının yanında işgören mutluluğunun ön planda olmasına yönelik işgören algıları şeklinde ifade edilebilir (Ring, 2011). Bu noktada önemli olan işgörenin sağladığı katkının dikkate alınması, yönetsel bağlamda bir destek algısı yaratmaktadır (Allen vd., 2003; Rhoades ve Eisenberger, 2002). Dolayısıyla yönetsel destek, yönetici ve ast arasındaki pozitif iş ilişkileri ve yüksek performans için işgörenin ihtiyaçlarının karşılanması anlamına gelmektedir (Bhantumnavin, 2003: 79). Söz konusu değer ve destek algısı sonucu işgörenlerin, örgüt içinde göstermeleri muhtemel olan sanal kaytarma gibi üretkenlik karşıtı iş davranışlarının azalması beklenebilir. Diğer taraftan işgörenin örgüte karşı güvenine bağlı olarak sanal kaytarma davranışını sergileme durumunun, yönetsel destek algısı arttıkça daha da azalması gözlemlenebilir.

Bu araştırmanın temel amacı; İstanbul Avrupa yakasında faaliyet gösteren rehabilitasyon merkezlerinde işgörenlerin görev yaptıkları örgütlere yönelik örgütsel güvenleri ile sanal kaytarma davranışları arasındaki ilişkide yönetsel destek algılarının düzenleyici bir etkisi olup olmadığını incelemektir. Bu kapsamda yüksek örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışını azaltma yönünde bir etki yaratacağı ve söz konusu etkinin yönetsel destek algısı yüksek olan işgörenlerde daha da azalacağı yönünde bir sonuç beklenmektedir. Çalışmanın ilk bölümünde literatür taraması yapılarak örgütsel güven, sanal kaytarma ve yönetsel destek konuları ele alınmıştır. Ayrıca ilk bölümde araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler, ele alınan çalışmalar ışığında ortaya konulmuştur. Bir sonraki bölümde ise araştırmanın metodolojisi açıklanarak elde edilen bulgular tartışılmıştır. Son olarak araştırmada bulguları doğrultusunda sonuç ve tartışma bölümleri sunulmuştur. Çalışmanın özellikle yönetsel destek değişkeninin örgütsel güven ve sanal kaytarma davranışı arasındaki ilişkiyi farklılaştırma rolünü ortaya koyması açısından ilgili alan yazına katkı vermesi beklenmektedir.

2. Literatür Taraması

Bu başlık altında araştırmanın değişkenleri olan örgütsel güven, sanal kaytarma ve yönetsel destek algısı ile ilgili yapılan literatür taraması sonuçları verilmiştir. Ayrıca araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik oluşturulan araştırma hipotezleri sunulmuştur.

2.1. Örgütsel Güven

Güven kavramı ile ilgili farklı araştırmacılar tarafından çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Örneğin Persk ve Halliday (2003: 339)'e göre güven, bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerinde, taraflardan birinin karşı taraftan zarar görmeyeceği ve herhangi bir konuda istismara uğramayacağı yönündeki beklentilerini ifade etmektedir. Heimovics (1984: 545)'e göre güven, bireyin başka bir bireyin veya grubun özverili ya da faydalı olacağına ilişkin beklentisini tanımlamaktadır. McAllister (1995: 25) ise güveni, bireyin başka birey ya da bireylerin söz ve davranışlarından emin olup; bu paralelde hareket etme arzusu şeklinde tanımlamıştır. En genel manada güven, dürüstlüğün ön

planda olduğu ve doğruluğu merkezine alan bir kavram olarak karşılık bulmaktadır (Demircan ve Ceylan 2003: 139).

Doney ve Cannon (1997: 37), güven kavramının hem örgüt düzeyinde hem de birey düzeyinde oluşmasına rağmen örgüte duyulan güvenin ve bireye duyulan güvenin farklı olduğunu ifade etmiştir. Zaheer (1998), örgüte güven ve kişilerarası güvenin birbirinden farklı ancak ilişkili kavramlar olduğunu, Nyhan ve Marlowe (1997), bu ilişkinin bir bütün olarak örgütsel güveni ifade ettiğini belirtmiştir. Bu noktadan hareketle güven kavramı, örgütteki tüm ilişkilerin temelini oluşturmaktadır (Demircan ve Ceylan, 2003). Güven, grup içindeki üyeliklerden kaynaklanan genel güven; kişinin bireysel özellikleriyle oluşan kişiliğe dayalı güven ve sosyal ilişkiler paralelinde gelişen, sürece dayalı güven olmak üzere farklı biçimlerde ortaya çıkabilmektedir (Bolle, 1998).

Örgütsel güven kültürel bir değere işaret etmektedir ve örgütteki güvenin düşük düzeyde olması merkezileşmeyi ve katı denetim unsurlarını beraberinde getirebilir (İşcan ve Sayın, 2010). Diğer taraftan örgütsel güvenin varlığı, bilgi paylaşımını artırıp, örgütte meydana gelebilecek bölünmeleri ve belirsizlikleri engellemekte, böylelikle örgütte uyumu sağlamaktadır (Lewicki ve Bunker, 1996). Bir örgütte, örgütsel güven ne kadar yüksek seviyedeysse, kriz yönetimi o derece kolaylaşacak, örgütteki genel uyum o denli yüksek seyredecek ve bu da örgütsel güvene sahip örgütleri daha başarılı, rakiplerine oranla daha yenilikçi, işgörenlerin ise iş memnuniyetini daha yüksek seviyelere taşıyacaktır (Huff ve Kelly, 2003).

Örgütte sorumluluk ve vaatleri yerine getirme, açık iletişim, saygılı olma, tutarlılık, adil olma, işbirliğine yatkınlık, mazeret ve suçlama eğiliminde olmama ve yardımseverlik gibi davranışlar örgütte güven yaratabilecek davranışlar olarak sıralanabilir (Tüzün, 2007). Öte yandan denetimin paylaşılmasının, yöneticinin güven ve dürüstlükteki imajının, yöneticinin işinin ne derece ehli olduğunun, işgörenlere gösterdiği desteğinin ve bilgi paylaşımının da işgörenin yöneticiye karşı güven algısında rol oynadığı ifade edilmektedir (Whitener vd.,1998). Yöneticiye duyulan güvende, yöneticinin öz yeterliği, değerleri ve güvene eğilimi olmak üzere karakteristik özellikleri de belirleyici olabilmektedir (Whitener vd., 1998). Bir işgörenin, örgütünün kendisine faydalı olabilmek üzere çaba sarf ettiği ve o çatı altında zarar görmeyeceği yönündeki düşüncesi sayesinde güven duygusu olgunlaşacak ve kontrolü dışında gelişen eylemler karşısında bile savunmasızlığı göze alabilecektir (Tan ve Tan, 2000).

Örgütlerde, gerek işgörenler arası ve gerekse de örgüt içi güven oluşması ve bu güvenin artırılmasına yönelik çaba, faaliyetlerinde aktif örgütler için oldukça önemlidir. Zira ortak bir vizyon yaratabilmek, örgüte duyulan güvenle yakinen ilişkilidir (Demircan ve Ceylan, 2003). Verimliliği asıl odağa alan, denetim, formelleşme ve merkezileşmenin yüksek olduğu örgütler, örgütsel güveni sekteye uğrattırken; kararların delege edildiği, açık iletişimin olduğu örgütlerde, güven duygusu daha da beslenecektir (Atkinson ve Butcher, 2003). Güvenle bağlanmış bir örgütsel otorite, örgüt hedeflerine ulaşabilmek için çaba gösteren işgörenleri beraberinde getirecek ve otoritenin verdiği kararları destekleme etkisi yaratacaktır (Shamir ve Lapidot, 2003). Bu desteğin sağlanabilmesi ve yöneticiye güven duyulabilmesi, yöneticinin yardımsever bir tutum içerisinde olmasıyla güçlenecektir (Mayer vd., 1995).

2.2. Sanal Kaytarma

Sanal kaytarma, Örucü ve Yıldız (2014: 99)'a göre, işteki faaliyetlerin yerine getirilebilmesi adına sunulmuş teknolojik imkânların, kişisel işlerin yapılması adına kullanılmasıdır. Bir diğer sanal kaytarma tanımı ise, işgörenlerin iş yerinde, iş dışındaki amaçlar doğrultusunda aşırı şekilde internet kullanmaları şeklindedir (Whitty ve Carr, 2006: 238). Sanal kaytarma kavramının literatürde, birbirinden farklı pek çok kullanımın mevcut olduğu görülmektedir. Örneğin, Jia ve meslektaşları (2013), sanal kaytarma şeklinde; Bock ve Ho (2009), işle ilgisi olmayan bilgisayar

kullanımı; Mills ve meslektaşları (2001), sanal otlakçılık; Mahatanankoon ve meslektaşları (2004), kişisel internet kullanımı; Tian ve Sansavini (2018), sanal bağımlılık; Aboujaoude (2010), problemlili internet kullanımı; Urbaczewski ve Jessup (2002) ise sanal tembellik şeklinde kullanarak araştırmalarına konu etmiştir.

Lim ve Teo (2005: 1083), gerek internette boşa zaman harcama ve gerekse zamanın verimsiz kullanılması açısından, sanal kaytarma davranışını işyerinde sapkın bir davranış olarak tanımlamıştır. Sapkın işyeri davranışları, Robinson ve Bennett (1995: 565) tarafından, üretime, ürüne ve hizmete karşı kişisel olarak yapılan bir davranış olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda sapkın bir davranış kategorisinde ele alınan sanal kaytarma davranışı farklı sınıflandırmalar altında incelenebilir. Örneğin, Anandarajan ve meslektaşları (2011: 580), sanal kaytarma davranışını hedonik davranışlar, kendini geliştirmeye yönelik davranışlar, örgütsel vatandaşlık ve iş-aile davranışları başlıkları içerisinde değerlendirmiştir. Li ve Chung (2006:1069)'un sanal kaytarma davranışına yönelik sınıflaması ise sosyal işlev, bilgisel işlev, eğlence işlevi ve duygusal işlev şeklindedir. Literatürde görülen diğer bir sınıflama; geliştirme davranışı, yenilenme davranışı, sapkın davranış ve bağımlılık davranışı olmak üzere dördü şeklinde yapılmıştır (Belanger ve Van Slyke, 2002; McLean vd., 2001; Weatherbee, 2010; Caplan, 2002; Yellowlees ve Marks, 2007). Diğer taraftan Mahatanankoon vd., (2004), sanal kaytarma davranışını, işgörenin iş dışı kişisel ilgi ve araştırma ile kişisel sosyalleşme yapısı şeklinde incelemiştir. Lim (2002), sanal kaytarma davranışını, internette gezme faaliyetleri ve e-posta faaliyetleri olmak üzere iki kategoride ele almıştır. Son olarak, Blanchard ve Henle (2008: 1067) ise, sanal kaytarma davranışını önemsiz ve önemli olmak üzere iki boyutta kategorize etmiştir. Bu ayırımında, haber sitelerinde gezinmek, işgörenlerin şahsi e-posta gönderme ve alma işleri, internet üzerinden çevrimiçi kitaplar okumak vb. davranışlar önemsiz sanal kaytarma davranışı kapsamında değerlendirilirken; oyun, kumar, bahis sitelerine girmek, müstehcen sayfaları ziyaret etmek, işyerine hukuki boyutta problem yaratabilecek müzik ve video sitelerini ziyaret etmek ciddi sanal kaytarma davranışı olarak nitelendirilmiştir. Bu çalışmada Blanchard ve Henle (2008)'in yaptığı sınıflama dikkate alınmıştır.

Sanal kaytarma davranışı, işgörenlerin zamanlarını boşa harcamaları sebebiyle, performans düşüklüğüne sebep olabileceği gibi; örgütteki etik değerlere zarar verme, üretkenliği sekteye uğratma ve maddi kayıplar yaratma gibi sorunları da beraberinde getirebilir. Ayrıca kişisel amaçlar dâhilinde kullanılan bilgisayarlar aracılığıyla ziyaret edilen sitelerden, kurum bilgisayarlarına virüs bulaşması durumuna neden olabilecek sanal kaytarma davranışı, örgütleri hukuki yaptırımlar ve yasal yükümlülüklerle de karşı karşıya bırakabilir (Niaei vd., 2014, Liberman vd., 2011). Tüm bu negatif yönleri ve örgüte verdiği zarara rağmen sanal kaytarma ve işle alakasız konularla kısa süreli olarak ilgilenmenin; stresi, can sıkıntısını ve yorgunluğu azaltarak; boş zamanlarında işgöreni motive edecek uğraşlarda bulunmasının iş tatminine, yaratıcılığa vb. birçok olumlu etkiye sebep olabileceği ifade edilmektedir (Vitak vd., 2011). Bu bağlamda Garrett ve Danziger (2008), sanal kaytarma davranışına yönelen işgörenlerin güncel teknolojileri efektif kullanarak; daha inovatif bir iş ortamının oluşmasına katkı yapma, moral ve motivasyonunu yüksek tutma gibi nedenler göz önüne alınarak zaman zaman hoşgörülle karşılanması gerektiğini vurgulamıştır. Bu görüşü destekler nitelikte Blanchard ve Henle (2008), sanal kaytarma davranışının iyi ya da kötü olarak net bir şekilde kategorize edilmemesi gerektiğini, bu davranışın işgörene zarar verebileceği gibi, fayda sağlayıp örgüte değerli bilgi aktarımının da bu vesileyle sağlanabileceğini ifade etmiştir. Ayrıca sanal kaytarmanın, işgöreni örgüt içindeki standart işlerden belli süre uzaklaştırıp, stresini ve endişesini azaltarak, yaratıcılığının gelişmesine sebep olduğu durumlarda yapıcı bir yönünün olduğu ifade edilmektedir (Beugre ve Kim, 2006).

Bir işgörenin işten kaytarma veya işten ayrılmaya meyilli olması örgütte kayıplara neden olabilmektedir. Bu noktada işgörenin yönetsel destek algısı, gerek örgütün hedefleri ve gerekse de amaç ve değerleri noktasında önemli bir rol oynamaktadır (Çakar ve Yıldız, 2009). Sanal kaytarma davranışının önüne geçmek adına işgörenlerin mesai saatleri içinde takip altına alınması ve adil yöntemlerle cezalandırılması bu davranışın azalmasında etkili olabilecektir. Ancak öte yandan, işgörenlerin bu tarz bir kontrol mekanizmasıyla denetim altında olduklarını bilmiyor olmaları, sanal kaytarma davranışına devam etmelerinin önünü açacak ve kontrol mekanizmalarını işlevsizleştirebilecektir (Urgin ve Pearson, 2013).

2.3. Yönetsel Destek

Yönetsel destek kavramı, sosyal mübadele kuramına dayanmaktadır ve işgörenin refahının, mutluluğunun ve örgüte karşı gösterdiği çabanın, kıymetli ve dikkate değer bulunmasını sağlar. Yönetsel destek ayrıca, işgörelere etki edecek faaliyetlerde gönüllülüğün ön plana alınması ve işgörenin bunu algılama düzeyini ifade etmektedir (Eisenberger vd., 1986: 501). Ring (2011: 157) ise, yönetsel destek kavramını, işgörenlerin örgüte sağladıkları katkıların değerinin farkında olunması ve işgören mutluluğunun ön planda olmasına yönelik işgören algıları şeklinde tanımlamıştır. İşgörenlerin bu değer farkında olması destek algısının oluşmasını sağlayacaktır (Allen vd., 2003; Rhoades ve Eisenberger, 2002). Yönetsel destek, yönetici ve ast arasındaki pozitif iş ilişkileri ve yüksek performans için işgörenin ihtiyaçlarının karşılanması anlamına da gelmektedir (Bhantumnavin, 2003: 79). İşgörenlerin, örgütleri için doğru kararlar alabilmeleri ve muhtemel hataların önüne geçebilmeleri sistematik bir biçimde destek görmeleriyle mümkün görünmektedir (Whittaker ve Marchington, 2003: 246). İşgörenlerin etkin olabilmeleri ve verimlilik esasına göre çalışabilmeleri için, kendilerini örgüte ait ve aynı zamanda da güvende hissetmeleri gerekmektedir (Demir, 2010). Yönetsel desteğin olduğu bir örgütte, işgörenler önemsenmektedir (Shore ve Tetrick, 1991). Bu bağlamda yönetsel desteğin varlığı işgören davranışlarını daha etkili hale getirecektir (Özdevecioğlu, 2003). Öte yandan işgörenin yönetsel destek hissi, kendini güvende hissetmesini de sağlayacaktır (Eisenberger vd., 1990: 52). Nasıl ki örgütler işgörenlerden verimli olmaları yönünde bir beklenti içindeyse, işgörenler de örgütlerinden destek görmek istemektedir (Turunç ve Çelik, 2010). İşgörenler, örgütlerinin kendilerini desteklediği yönündeki algılarıyla birlikte örgütlerinin gücünü yanlarında hissedebilecektir (Özdevecioğlu, 2003).

İşgörenlerin yönetsel destek görmeleri sayesinde, rahat, huzurlu ve mutlu bir çalışma ortamı sağlanabilir (Eisenberger vd., 2002; Wayne vd., 2002; Fuller vd., 2003) ve bu durum örgütte güveni beraberinde getirerek, işten ayrılmaya yönelik eğilimi azaltabilecektir (Lew, 2009: 75; Wayne vd., 1997: 92). İşgörenlerin iş ortamında yöneticilerinden gördükleri davranışlar, yöneticilerin örgütün temsilcileri olması kabulünden hareketle; örgütün bütününe yönelik algılanabilir (Akbaba, 2011). Bu bağlamda, işgörenler herhangi bir problem karşısında kendisine destek olup; sorununu çözen bir yöneticiyle çalışmayı ister ve böylelikle muhtemel umutsuzluklar karşısında gördüğü destekle kendini güçlü hissedecektir (Emhan vd., 2014).

Örgütsel amaçlara ulaşılabilmesi noktasında duygular, oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Raz vd., 2014: 79). Bu bağlamda işgörenlerin görev yaptığı örgütten destek görmesi ve takdir edilmesi, aynı zamanda işgörenin kendisini psikolojik olarak iyi hissetmesine yardımcı olacaktır (Kara vd., 2015). Ayrıca, işgörenler ve örgütler arasında zihinsel olarak var olan psikolojik sözleşme sonucu, işgörenler, yönetsel destek ve güven gibi beklentiler içerisine girmektedir (Turnley vd., 2003). Dolayısıyla yönetsel desteğin işgörenler tarafından algılanması, görev yaptıkları örgüte ve üstlendikleri görevlere yönelik tutumlarını etkiler (Turunç ve Çelik, 2010). Yönetsel destek sağlayan bir örgüt işgörenlerinin fikirlerine önem vererek; başarılı oldukları müddetçe örgütte kalmalarına dair güvence verip, örgütteki ilişkilerin pozitif yönlü olmasını sağlayabilir ve karar alırken işgörenlerini merkeze alma eğilimi gösterebilir (Özdevecioğlu, 2003).

2.4. Örgütsel Güvenin Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi

Örgütsel güven, işgörenlerin görev yaptıkları örgütün güvenilirliğine, dürüstlüğüne ve açıklığına bağlı olarak oluşturdukları olumlu veya olumsuz bir yargı olarak değerlendirilebilir (Şimşek ve Sever, 2016: 3). Örgütsel güven ile farklı değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. İlgili alan yazın incelendiğinde, örgütsel güven üzerine yapılan araştırmalarda, Cook ve Wall (1980), örgütsel güvenin örgüte bağlılığı ve iş tatminini; Fairhurst ve meslektaşları (1997), örgüte ait misyonun iletimi noktasındaki etkililiğini; La Porta ve meslektaşları (1997) ise örgütsel güvenin, örgütteki işbirliği anlayışının gelişmesinde etkili olduğunu; Earley (1986), çalışanların üstlerin duydukları güvenin geri bildirim vermelerinde etkili olduğunu ortaya koyarken; Robinson ve Roussou (1994), örgütsel güvenin, eğitim, geliştirme, ücretlendirme ve ödüllendirme, performans ölçümü, terfi alma gibi insan kaynaklarının hemen hemen tüm süreçlerinde etkili olduğunu ileri sürmüştür. Bu paralelde Becker ve meslektaşları (1996), örgütsel güvenin motivasyonu artıracığını belirtmiş, Porter ve Lilly (1996) ise, örgütsel güvenin işgörenlerin performansına etki edeceğini ifade etmiştir.

Sanal kaytarma davranışının bir madalyonun iki yüzünü temsil ettiği belirtilebilir. Bu kapsamda sanal kaytarma davranışı, bir yandan iş yaşamını olumlu etkilerken; diğer yandan verimlilik kaybı yaratması açısından karanlık bir yönü bulunmaktadır (Örücü ve Yıldız, 2014, 101). Nitekim yapılan bazı araştırmalarla birlikte sanal kaytarma davranışının olumsuz özelliklerinin yanında, öğrenme ve yaratıcılık gibi olumlu davranışları sergileme eğilimini de artırdığı görüşü ortaya konmuştur (Özkalp ve Yıldız, 2018: 57). Örneğin Keklik ve meslektaşları (2015), sanal kaytarma davranışının örgütsel öğrenme kapasitesini artırdığını ortaya koyarken; Yıldız ve meslektaşları (2016), işlemsel psikolojik sözleşme algısının günümüz örgütleri açısından önemli sanal kaytarma davranışı üzerinde pozitif etki yarattığını belirlemiştir. Diğer bir anlatımla iş sözleşmelerindeki belirsizlik ve boşlukların dar kapsamlı ve kısa süreli ilişkileri içeren işlemsel psikolojik maddeler ile doldurulması, işgörenleri önemli sanal kaytarma davranışlarına yöneltmektedir (Yıldız ve Yıldız, 2016). Özkalp ve meslektaşları (2012), işgörenlerin önemli sanal kaytarmaya kıyasla önemsiz sanal kaytarmayı çok daha sıklıkla yaptığını tespit etmiştir. Diğer bir araştırmada, Yıldız ve meslektaşları (2015a), sanal kaytarmanın öncülü olarak örgütsel adalet algısının değerlendirilmediğini belirlemiştir. Fındıklı (2016), sağlık çalışanlarında sanal kaytarma davranışı ile bireysel iş performansı arasında negatif ve anlamlı; tekstil sektöründe çalışanlarda ise sanal kaytarma davranışı ile bireysel iş performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır.

İlgili alan yazın incelendiğinde örgütsel güven ve sanal kaytarma davranışı ile ilgili farklı çalışmalar görülmekle birlikte, örgütsel güvenin sanal kaytarma üzerindeki etkisini inceleyen sınırlı sayıda araştırma olduğu söylenebilir (Örücü ve Özüdoğru, 2018). Bu kapsamda, örgütsel güven ve sanal kaytarma davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar genel olarak değerlendirildiğinde; Örücü ve Özüdoğru (2018), örgütsel güvenin hem önemsiz hem de önemli sanal kaytarma davranışını negatif yönde etkilediğini; Oosthuizen ve meslektaşları (2018), örgütsel güven ile sanal kaytarma arasında anlamlı bir ilişki olmadığını; Yıldız ve meslektaşları (2015b), örgütsel güvenin önemsiz sanal kaytarma davranışını artırdığını ortaya koymuştur.

Yönetime duyulan güven, işgörenin iş ortamındaki davranışlarının temel belirleyicilerinden biridir (Özyılmaz, 2010: 8). Dolayısıyla yaratıcılık ve güvene dayalı örgütlerin sürdürülebilir olmasında sanal kaytarma gibi çalışanın üretkenliğini etkileyen davranışların etkisi araştırılmalıdır (Blanchard ve Henle, 2008). Yöneticinin işgörenlerine karşı davranışları, onların tutum ve işe yönelik davranışlarını etkiler. Bu bağlamda örgüte karşı güven kapsamında olumlu tutumlar sergileyen işgörenler, üretkenlik karşıtı iş davranışlardan uzaklaşacaklardır. Bu kapsamda yukarıda incelenen çalışmalar ışığında aşağıdaki hipotezler test etmek üzere geliştirilmiştir:

H₁: İşgörenlerin örgüte güvenleri, sanal kaytarma davranışlarını anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1a}: İşgörenlerin örgüte güvenleri, önemsiz sanal kaytarma davranışlarını anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1b}: İşgörenlerin örgüte güvenleri, önemli sanal kaytarma davranışlarını anlamlı olarak etkilemektedir.

2.5. Yönetel Destek Algısının Düzenleyici Etkisi

Örgütsel güven kapsamında çalışanların yönetime karşı hissettikleri güven, iş ortamındaki üretkenlik karşıtı davranışlarına katılım olasılığını göstermede kullanılan örgütsel bir faktördür (Alias vd, 2013, 171). İşgörenlerin görev yaptıkları örgüte karşı sahip oldukları güvenleri, onların sanal kaytarma davranışlarını gösterme ya da göstermemeleri açısından bir öncül olabilmektedir (Oosthuizen vd., 2018; Örucü ve Özudoğru, 2018; Yıldız vd., 2015b). Dolayısıyla örgüte karşı güven arttıkça sanal kaytarma davranışı azalması, örgüte güven azaldıkça ise sanal kaytarma davranışının artması beklenmektedir. Peki, bu ilişki yönetel destek algısı artan ya da azalan işgörenler açısından aynı düzeyde mi gerçekleşmektedir? Diğer bir anlatımla, işgörenlerin yönetel destek algısı yüksek ise örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisi daha fazla; işgörenlerin yönetel destek algısı düşük ise örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisi daha az olabilir mi?

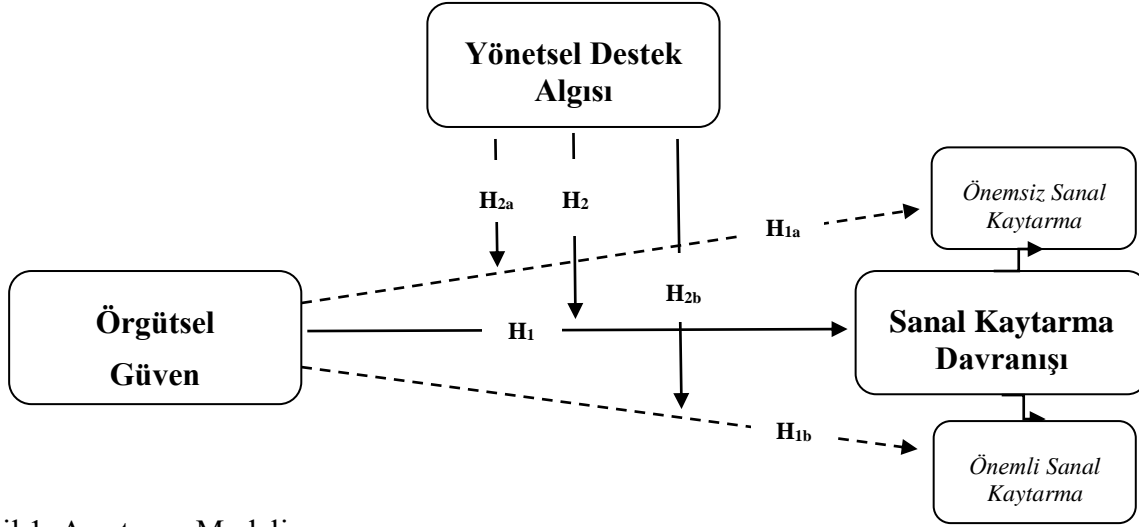
Yönetel davranışlar, yönetici ve işgören arasındaki güven ilişkisinin gelişmesinde önemli bir etki yaratmaktadır (Tüzün, 2007, 108). Alan yazın incelendiğinde, Shore ve Wayne (1993), Fuller ve meslektaşları (2003) ve Özdevecioğlu (2003), yönetel desteğin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini; Ferris ve meslektaşları (2009), yönetel destek ve yönetel sapma arasındaki ilişkiyi; Kara ve meslektaşları (2015), örgütsel destek ve örgütsel güven arasındaki ilişkiyi; Wayne ve meslektaşları (1997), yönetel destek ve lider üye etkileşimi arasındaki ilişkiyi; Randall ve meslektaşları (1999) ise, örgüt politikaları, yönetel destek ve bağlılık, iş tatminini, işten ayrılma niyetini ve örgütsel vatandaşlığı çalışmasına konu edinmiştir. Diğer taraftan yönetel destek algısının, işgörenlerin bağlılık, aidiyet ve iş tatmini gibi olumlu davranışlarına neden olabileceği düşünülebilir. Yönetici desteğini algılayan işgörenler örgüte daha fazla katkı sağlamak üzere yaratıcı ve özgün kararlar alarak, risk alma ve problem çözme gibi davranışlara yönelerek; üretkenlik karşıtı iş davranışlarını azaltabilir (Üstün, 2018: 561-562). Bu bağlamda, örgütsel güveninin sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisinde, çalışanın algıladığı yönetel desteğin olumlu etkiler yaratabileceği durumu söz konusudur. Son ve Kim (2016), algılanan yönetel desteğin işgörenlerin güvenlerini artırdığını ortaya koymuştur. Örgütsel güven ve algılanan destek arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı, işgörenlerin davranışlarını etkileyebilir. Dolayısıyla, Yıldız ve Yıldız (2016)'ın öne sürdüğü üzere örgütsel güven ile sanal kaytarma davranışı arasındaki ilişkiyi düzenleyici değişken olarak yönetel destek algısının nasıl etkilediğinin araştırılma ihtiyacı bulunmaktadır. Bu kapsamda, yukarıda incelenen çalışmalar ve öneriler ışığında, aşığıdaki hipotezler test etmek üzere geliştirilmiştir:

H₂: İşgörenlerin örgüte güvenlerinin sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisinde algılanan yönetel destek algısının düzenleyici etkisi bulunmaktadır.

H_{2a}: İşgörenlerin örgüte güvenlerinin önemsiz sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisinde algılanan yönetel destek algısının düzenleyici etkisi bulunmaktadır.

H_{2b}: İşgörenlerin örgüte güvenlerinin önemli sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisinde algılanan yönetel destek algısının düzenleyici etkisi bulunmaktadır.

Yukarıda ele alından değişkenler arasındaki ilişkiler kapsamında, araştırma için önerilen model, aşağıda Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

3. Yöntem

Bu başlık altında araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkileri gösteren araştırmanın modeli ile ilgili bilgiler verilerek araştırmanın örnekleme, veri toplama süreci, kullanılan ölçekler ve veri analiz yöntemine yönelik süreç aktarılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, işgörenlerin görev yaptıkları örgütlere yönelik örgütsel güvenleri ile sanal kaytarma davranışları arasındaki ilişkide yönetmel destek algılarının düzenleyici bir etkisi olup olmadığını incelemektir. Bu kapsamda yüksek örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışını azaltma yönünde bir etki yaratacağı ve söz konusu etkinin yönetmel destek algısı yüksek olan işgörenlerde daha da azalacağı yönünde bir sonuç beklenmektedir.

3.2. Evren, Örnekleme ve Veri Toplama

Araştırmanın çalışma evrenini İstanbul Avrupa yakasında faaliyet gösteren 15 farklı rehabilitasyon merkezinde görev yapan yaklaşık 350 işgören oluşturmaktadır. Salgın nedeniyle değişen çalışma saatleri, araştırmaya katılmada aranan gönüllük esaslı vb. nedenlerle söz konusu rehabilitasyon merkezlerinde görev yapan 150 işgörene tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılarak araştırma gerçekleştirilmiştir. Çevrimiçi olarak toplanan tüm anketler analize dahil edilmiştir. Çalışma alanı olarak rehabilitasyon merkezlerinde görev yapan işgörenlerin tercih edilmesinin temel nedeni, söz konusu alandaki çalışanların yaşadıkları stresli iş ortamlarından kaçmak için üretkenlik karşıtı iş davranışlarından biri olan sanal kaytarma davranışına yönelme olasılıklarının yüksek olabileceği varsayımı yanında, söz konusu bu eğilimin işgörenlerin örgütlerine karşı duydukları güven ve özellikle yöneticilerinin desteği ile yönetilebileceği düşüncesidir.

Araştırmanın amacını gerçekleştirmek üzere nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda işgörenlerin örgütsel güven algılarını ölçmek üzere Cummings ve Bromiley (1996) tarafından geliştirilen 12 maddelik “Örgütsel Güven Ölçeği”; işgörenlerin sanal kaytarma davranışını önemli ve önemsiz olmak üzere 2 boyutta ölçüm imkânı sağlayan ve Blanchard ve Henle (2008) tarafından geliştirilen 17 maddelik “Sanal Kaytarma Ölçeği”; çalışanların yönetmel destek algısını belirlemek üzere ise McDonald (2001) tarafından geliştirilen ve

Türkçe uyarlaması Kösterelioğlu (2011) tarafından yapılan İş Yaşam Kalitesi ölçeğinin 8 maddelik “Yönetmel Destek Algısı” boyutu kullanılmıştır. Söz konusu üç ölçek ifadelerinin cevaplanmasında, “1=Kesinlikle Katılmıyorum” ve “5=Kesinlikle Katılıyorum” 5’li likert yönteminden yararlanılmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin analizinde, SPSS 25 paket programı ve SPSS Process 2.16 makro programı kullanılmıştır. Bu kapsamda tanımlayıcı istatistikler kapsamında frekans ve yüzde dağılımları ile birlikte güvenilirlik analizi ve faktör analizinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezleri test etmek üzere basit doğrusal regresyon analizi ve düzenleyici etkiye yönelik regresyon analizi kullanılmıştır.

4. Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine yönelik dağılımları aşağıdaki Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1
Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Özellik	1	2	3	4	5	Toplam
Cinsiyet	Kadın	Erkek				-
	112	38				150
	74,7	25,3				100
Medeni Durum	Evli	Bekâr				-
	74	76				150
	49,3	50,7				100
Eğitim Durumu	İlköğretim	Lise	Üniversite	Yük. Lisans	Doktora	-
	6	16	98	29	1	150
	4,0	10,7	65,3	19,3	0,7	100
Yaş	18-25 yaş arası	26-35 yaş arası	36-45 yaş arası	46-55 yaş arası	56 Yaş ve Üstü	
	40	66	29	10	5	150
	26,7	44,0	19,3	6,7	3,3	100
Mesleki Deneyim	1 yıldan az	1-5 yıl arası	6-10 yıl arası	11-15 yıl arası	16 yıldan fazla	-
	15	60	37	21	17	150
	10,0	40,0	24,7	14,0	11,3	100
Kurumda Çal. Süre.	1 yıldan az	1-5 yıl arası	6-10 yıl arası	11-15 yıl arası	16 yıldan fazla	-
	27	75	31	13	4	150
	18,0	50,0	20,7	8,7	2,7	100

Tablo 1’deki verilere göre araştırmaya katılanların %74,7’si kadın ve %65,3’ü üniversitesi mezunudur. Araştırma örneklemini, medeni durum açısından dengeli bir dağılıma sahipken; yaş dağılımları bakımından örneklemin çoğunluğunun (%44) 26-35 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Son olarak mesleki deneyim ve çalışılan kurumdaki süre açısından araştırma örneklemini değerlendirildiğinde, 1-5 yıl arası deneyim (%40,0) ve çalışma süresi (%50,0) çoğunluğu oluşturmaktadır.

4.1. Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini analiz etmek üzere, kullanılan ölçeklere ayrı ayrı keşifsel faktör analizi uygulanmıştır. Bu analizin kullanılmasının temel nedeni, araştırmada kullanılan ölçeklerin değişkenlerini temsil eden ifadelerin altında yatan faktör yapısını ortaya koymak ve keşfetmektir (Yaşlıoğlu, 2017: 75).

Tablo 2
Ölçeklere Yönelik Faktör ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Boyut	İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklayıcılık (%)	Cronbach α
Örgütsel Güven Ölçeği				
Örgütsel Güven	ÖG10	0,801	58,300	0,886
	ÖG12	0,785		
	ÖG5	0,768		
	ÖG6	0,745		
KMO: 0,887; Barlett Küresellik Testi Test: 971,660; p: 0,000; SD: 45				
Algılanan Yönetmel Destek Ölçeği				
Algılanan Yönetmel Destek	AYD7	0,954	73,765	0,743
	AYD6	0,887		
	AYD3	0,870		
	AYD4	0,851		
	AYD5	0,837		
	AYD8	0,800		
	AYD1	0,800		
KMO: 0,920; Barlett Küresellik Testi: 896,857; p: 0,000; SD: 21				
Sanal Kaytarma Ölçeği				
Önemsiz Sanal Kaytarma	SK6	0,723	26,110	0,801
	SK7	0,687		
	SK8	0,662		
	SK1	0,641		
	SK2	0,638		
	SK4	0,632		
	SK3	0,614		
	SK14	0,546		
Önemli Sanal Kaytarma	SK10	0,828	19,690	0,713
	SK11	0,733		
	SK15	0,674		
	SK17	0,631		
	SK9	0,562		
KMO: 0,702; Barlett Küresellik Testi Test: 615,481; p: 0,000; SD: 78				

KMO: Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Testi; p: Anlamlılık değerleri; SD: Serbestlik Derecesi; ÖG: Örgütsel Güven; AYD: Algılanan Yönetmel Destek; SK: Sanal Kaytarma.

Yapılan keşifsel faktör analizi sonuçları kapsamında, araştırmada kullanılan ölçeklerin KMO değerleri, Barlett Küresellik Testi sonuçları, Anti-Image değerleri, ifadelerin faktör yükleri ve her bir boyut altında tek bir soru olmaması (Sipahi vd., 2008) unsurları dikkate alınarak ilgili istatistik değerler izlenmiştir. Bu kapsamda Tablo 2’de sunulan verilere göre, istatistiksel olarak faktör analizi için yeterlilik sağlayan bulgular üzerinden örgütsel güven ölçeği tek boyutta, algılanan yönetmel destek ölçeği yine tek boyutta ve sanal kaytarma ölçeği ise beklendiği üzere önemli ve önemsiz olmak üzere iki boyut altında toplanmıştır.

4.2. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler ve Aralarındaki Korelasyon Değerleri

Tablo 3’de araştırmanın değişkenleri olan örgütsel güven, algılanan yönetmel destek ve iki boyuttan oluşan önemsiz ve önemli sanal kaytarma arasındaki korelasyon değerleri ve ilgili değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri sunulmuştur.

Tablo 3

Değişkenleri Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Ort.	s.s.	1	2	3	4	5
1. Örgütsel Güven	2,33	0,93	1				
2. Algılanan Yön. Destek	3,41	0,71	-0,729**	1			
3. Sanal Kaytarma	2,68	0,54	0,166*	-0,019	1		
4. Önemsiz Sanal Kayt.	3,29	0,73	0,142	0,041	0,917**	1	
5. Önemli Sanal Kaytarma	1,70	0,58	0,120	-0,130	0,594**	0,225**	1

*p< 0.05; ** p< 0.01

Yukarıdaki Tablo 3’de sunulan verilere göre, araştırmaya katılan işgörenlerin örgütsel güvenlerinin düşük (Ort.2,33) olduğu saptanmıştır. Örgütsel güvenleri düşük olan işgörenlerin genel sanal kaytarma davranışının ise beklenileceği üzere yüksek değil yine düşük (Ort.2,68) olarak tespit edilmesi dikkat çekici olarak değerlendirilebilir. İşgörenler görev yaptıkları örgütlere düşük güven göstermelerine rağmen sanal kaytarma gibi üretkenlik karşıtı bir davranışa yönelme eğiliminde değildir. Bu bulgunun nedeni, araştırmanın düzenleyici değişkeni olan algılanan yönetsel desteğin (Ort.3,41) yüksek olmasının etkisi olabilir. İşgörenlerin sanal kaytarma davranışları boyutları düzeyinde incelendiğinde, beklenildiği üzere önemsiz sanal kaytarma (Ort=3,29), önemli sanal kaytarmaya (Ort.1,70) kıyasla çok daha yüksek bir düzeyde gerçekleşmiştir.

Değişkenler arasındaki korelasyonlara baktığımızda, örgütsel güven ile sanal kaytarma arasındaki korelasyon ($r=0,166$), pozitif yönlü ve $p<0.05$ düzeyinde anlamlı olarak tespit edilmiştir. Buna göre işgörenlerin örgütsel güvenleri arttıkça sanal kaytarma davranışları azalmamaktadır. Sanal kaytarmanın boyutları bağlamında değerlendirme yapıldığında, örgütsel güvenin hem önemsiz sanal kaytarma ($r=0,142$) hem de önemli sanal kaytarma ($r=0,120$) arasındaki korelasyonların pozitif yönlü ancak anlamlı olmadığı saptanmıştır. Örgütsel güvenin genel sanal kaytarma üzerindeki pozitif ilişki, sanal kaytarmanın boyutları düzeyinde yine pozitif olmasına rağmen anlamlılığını kaybetmektedir. Yine bu sonuç, düzenleyici değişken olarak algılanan yönetsel destek ile açıklanabilir. Söz konusu bu açıklayıcılığı test etmek üzere, düzenleyici etkiyi belirlemeye yönelik yapılan analizler aşağıda sunulmuştur.

4.3. Hipotez Testleri

Araştırmanın bağımsız değişkeni olan örgütsel güvenin bağımlı değişken olan sanal kaytarma davranışı ve alt boyutları arasındaki etkiyi inceleyen H_1 , H_{1a} , H_{1b} hipotezlerini test etmek üzere SPSS programı üzerinden basit doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2008, 159). Yapılan regresyon analizi sonucu, Tablo 4’de sunulmuştur.

Tablo 4

Örgütsel Güvenin Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken			Bağımlı Değişken			Bağımlı Değişken		
	Sanal Kaytarma			Önemsiz Sanal Kaytarma			Önemli Sanal Kaytarma		
	β	t	p	β	t	p	β	t	p
Sabit	2,458	20,66	0,000	3,034	18,93	0,000	1,536	12,08	0,000
Örgütsel Güven	0,97	2,050	0,042	0,111	1,746	0,083	0,074	1,497	0,144
F	4,024			3,049			2,153		
Model (p)	0,042			0,083			0,144		
R ²	0,028			0,020			0,014		

Tablo 4’deki bulgulara göre, **H_1 hipotezi desteklenirken** ($p<0,05$), **H_{1a} ve H_{1b} hipotezleri desteklenmemiştir** ($p>0,05$). Diğer bir anlatımla örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi söz konusu iken; sanal kaytarma davranışının alt boyutları olan önemsiz ve önemli sanal kaytarma davranışı üzerinde ise anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Bu bulgulardan hareketle işgörenlerin örgütsel güvenlerinin sanal kaytarma davranışları üzerindeki

etkisinin pozitif yönlü olduğu ($\beta=0,97$), dolayısıyla işgörenlerin örgüte güvenleri arttıkça sanal kaytarma davranışlarının arttığını söylemek mümkündür.

Araştırmanın ikinci hipotezi kapsamında, örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisinde, algılanan yönetsel desteğin düzenleyici rolü test edilmiştir. Process makro uygulaması Bootstrap tekniğini kullanarak düzenleyici etki analizi yapma imkânı verdiği için daha kullanışlı ve basit işlem basamakları içermesi nedeniyle tercih edilmiştir (Gürbüz, 2019, 87). Söz konusu program kapsamında, Hayes (2018) tarafından geliştirilen 1 numaralı modele göre analizler yapılmıştır. Bağımsız bir değişkenin bağımlı bir değişken üzerindeki etkisinde düzenleyici bir değişken etkisinin varlığından bahsedebilmek için düzenleyici değişkenin farklı değerler almasına bağlı olarak bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin farklılaşması gerekmektedir (Gürbüz, 2019, 86). Bu bağlamda, yapılan düzenleyicilik etkisine yönelik bulgular, aşağıdaki Tablo 5’de gösterilmiştir.

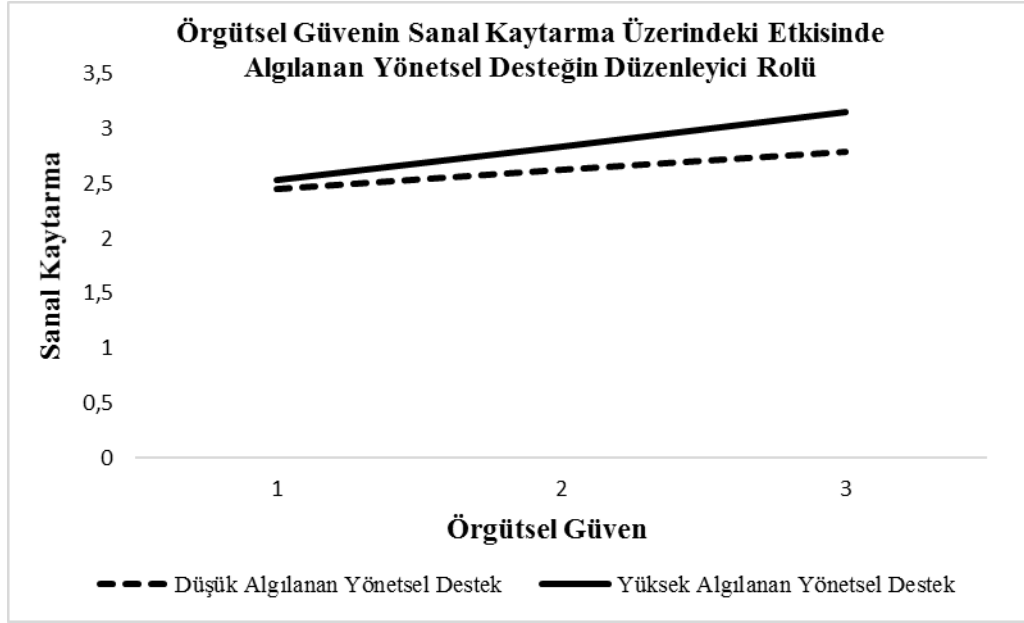
Tablo 5

Algılanan Yönetsel Desteğin Düzenleyicilik Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları (N=150)

Değişkenler	β	S.H.	t	p	LLCI	ULCI
Sabit	2,4749	0,608	4,069	0,001	1,272	3,677
Örgütsel Güven	-0,1497	0,192	-0,778	0,437	-0,529	0,230
Algılanan Yönetsel Destek	-0,0804	0,158	-0,508	0,611	-0,392	0,231
Örgütsel Güven x Algılanan Yönetsel Destek Etkileşimi	0,1113	0,059	1,888	0,061	-0,005	0,227

R=0,269; R²=0,072; S.H: Standart hata; x: çarpım işareti; LLCI: %95 güven aralığında alt sınır; ULCI: %95 güven aralığında üst sınır

Tablo 5’deki sonuçlara göre regresyon analizine dâhil edilen örgütsel güven ve algılanan yönetsel desteğin ve aralarındaki etkileşimin, sanal kaytarma davranışı üzerindeki değişimin %7,2’sini (R²=0,072) açıkladığı ve etki düzeyinin düşük olduğu görülmüştür. Bu bağlamda işgörenlerin sanal kaytarma davranışına, örgütsel güven ($\beta= -0,1497$) ve algılanan yönetsel desteğin ($\beta= -0,0804$) negatif yönde etkilerinin olduğu saptanmıştır. Örgütsel güven ve algılanan yönetsel destek değişkenleri arasındaki etkileşimin (düzenleyici etki), sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisi ise pozitif yönde ancak anlamsız olduğu ($\beta=0,1113$; $p=0,06>0,05$) tespit edilmiştir. Bu bağlamda **H₂ desteklenmemiştir**. Değişkenler arasındaki söz konusu etki grafik şeklinde Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Örgütsel Güven ve Sanal Kaytarma İlişkisinde Algılanan Yönetmel Desteğin Düzenleyici Rolü

Örgütsel güveninin sanal kaytarmanın alt boyutlarından biri olan önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisinde, algılanan yönetmel destek algısının düzenleyici rolüne yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

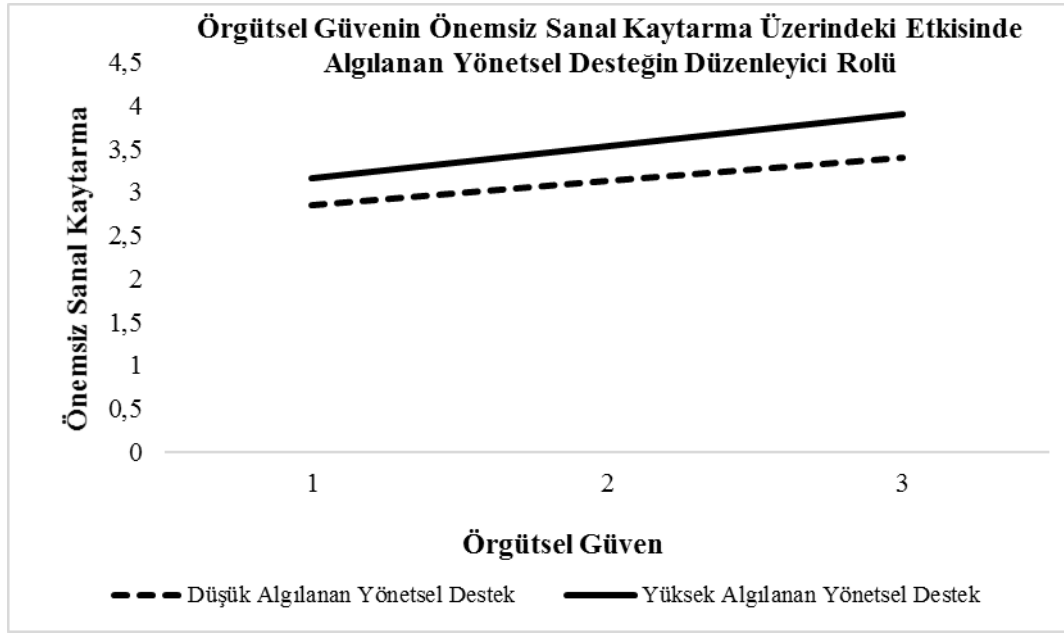
Tablo 6

Örgütsel Güven ve Önemsiz Sanal Kaytarma İlişkisinde Algılanan Yönetmel Desteğin Düzenleyicilik Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları (N=150)

Değişkenler	β	S.H.	t	p	LLCI	ULCI
Sabit	2,0830	0,817	2,549	0,011	0,468	3,697
Örgütsel Güven	0,0584	0,258	0,226	0,821	-0,451	0,568
Algılanan Yönetmel Destek	0,1497	0,212	0,705	0,481	-0,269	0,569
Örgütsel Güven x Algılanan Yönetmel Destek Etkileşimi	0,0752	0,079	0,949	0,343	-0,081	0,231

R=0,265; R²=0,070; S.H: Standart hata; x: çarpım işareti; LLCI: %95 güven aralığında alt sınır; ULCI: %95 güven aralığında üst sınır

Tablo 6'daki sonuçlara göre regresyon analizine dâhil edilen örgütsel güven ve algılanan yönetmel desteğin ve aralarındaki etkileşimin, önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerindeki değişimin %7'sini (R²=0,070) açıkladığı ve etki düzeyinin düşük olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, işgörenlerin önemsiz sanal kaytarma davranışına, örgütsel güven ($\beta=0,0584$) ve algılanan yönetmel desteğin ($\beta=0,1497$) pozitif yönde etkilerinin olduğu saptanmıştır. Örgütsel güven ve algılanan yönetmel destek değişkenleri arasındaki etkileşimin (düzenleyici etki) önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisi ise pozitif yönde ancak anlamsız olduğu ($\beta=0,0752$; $p=0,343>0,05$) tespit edilmiştir. Bu bağlamda, **H_{2a} desteklenmemiştir**. Değişkenler arasındaki söz konusu etki, Şekil 3'de sunulmuştur.



Şekil 3. Örgütsel Güven ve Önemsiz Sanal Kaytarma İlişkisinde Algılanan Yönetsel Desteğin Düzenleyici Rolü

Örgütsel güveninin sanal kaytarmanın alt boyutlarından biri olan önemli sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisinde, algılanan yönetsel destek algısının düzenleyici rolüne yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

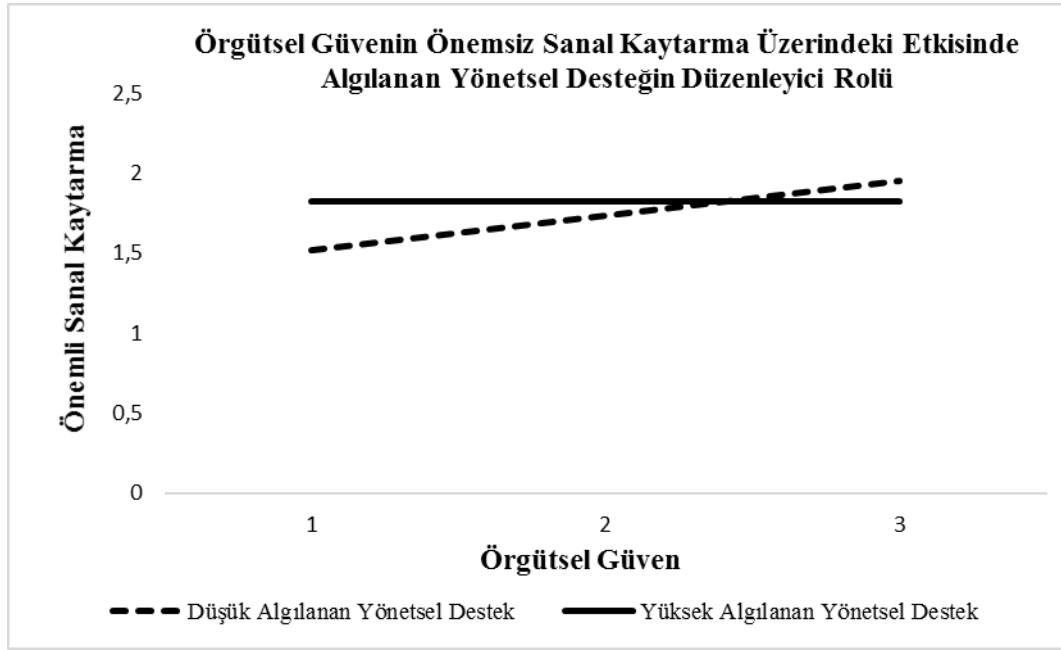
Tablo 7

Örgütsel Güven ve Önemi Sanal Kaytarma İlişkisinde Algılanan Yönetsel Desteğin Düzenleyicilik Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları (N=150)

Değişkenler	β	S.H.	t	p	LLCI	ULCI
Sabit	3,1020	0,648	4,785	0,000	1,820	4,383
Örgütsel Güven	-0,4825	0,204	-2,355	0,198	-0,887	-0,077
Algılanan Yönetsel Destek	-0,4484	0,168	-2,663	0,008	-0,781	-0,115
Örgütsel Güven x Algılanan Yönetsel Destek Etkileşimi	0,1691	0,062	2,690	0,008	0,044	0,293

R=0,254; R²=0,064; S.H: Standart hata; x: çarpım işareti; LLCI: %95 güven aralığında alt sınır; ULCI: %95 güven aralığında üst sınır

Tablo 7'deki sonuçlara göre regresyon analizine dâhil edilen örgütsel güven ve algılanan yönetsel desteğin ve aralarındaki etkileşimin, önemli sanal kaytarma davranışı üzerindeki değişimin %6,4'ünü (R²=0,064) açıkladığı ve etki düzeyinin düşük olduğu görülmüştür. Diğer taraftan işgörenlerin önemli sanal kaytarma davranışına, örgütsel güven (β =-0,4825) ve algılanan yönetsel desteğin (β =-0,4484) olumsuz yönde etkilerinin olduğu saptanmıştır. Örgütsel güven ve algılanan yönetsel destek değişkenleri arasındaki etkileşimin (düzenleyici etki) önemli sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisi ise olumlu yönde ve anlamlı olduğu (β =0,1691; p=0,008>0,05) tespit edilmiştir. Bu bağlamda, **H_{2b} desteklenmiştir**. Değişkenler arasındaki söz konusu etki, Şekil 4'de sunulmuştur.



Şekil 4. Örgütsel Güven ve Önemli Sanal Kaytarma İlişkisinde Algılanan Yönetsel Desteğin Düzenleyici Rolü

5. Sonuç ve Tartışma

Güven kavramı, bir yandan kişiler arasındaki iletişimi, bir yandan da günlük yaşamda ortaya çıkan olaylar sonucu değişen davranışları kapsayan bir olgudur (Börü, 2001: 201). Güvenin yüksek olduğu örgütlerde yaratıcılık ve öğrenme daha hızlı gerçekleşmekte, işbirliği artmakta, rol dışı davranışlara yönelik gönüllük ön plana çıkmakta, çatışmalar azalmakta ve işgörenler arasındaki iletişim kolaylaşmaktadır (Aktuğ, 2016: 29; Tüzün, 2007: 106). Bu bağlamda örgütlerin faaliyet gösterdiği ve değişimin son derece ön planda olduğu günümüz iş yaşamında, yönetici ve ast arasındaki karşılıklılık esasına dayanan etkileşimin, hem örgütün başarılı olmasında hem de işgörenlerin örgütsel ve kişisel hedeflerine ulaşmada kritik bir rol oynadığı söylenebilir. Örgütsel ortama yönelik faydalı yönleri ile ön plana çıkan örgütsel güven olgusu, işgörenler tarafından algılanmadığında ise bazı üretkenlik karşıtı davranışlar ortaya çıkabilmektedir. Bu davranışlardan biri sanal kaytarma davranışıdır. Önemli ve önemsiz olarak sınıflandırılabilen sanal kaytarma davranışı, temel olarak örgütlerin mali açıdan kayıplar yaşamamasına, örgütsel işleyişin yavaşlamasına ve işgörenlerin hedeflerinden sapmalarına neden olabilmektedir. Diğer taraftan, genel olarak olumsuz iş çıktılarının neden olan sanal kaytarma davranışı, çalışan performansını ve işe yönelik motivasyonu artırma, stresi azaltma ve teknolojiyi daha aktif kullanabilme gibi olumlu yönleri de içermektedir.

Örgütsel güvenin olmadığı iş ortamları sanal kaytarma davranışı gibi üretkenlik karşıtı davranışlar ile ilişkilendirilirken, bazı değişkenlerin söz konusu bu ilişkiyi etkilemesi beklenebilir. Bu bağlamda, görev yaptığı örgütte yönetsel destek gören, emek ve çabalarının değerli bulunduğu ve bu değer ödüllendirildiğini hisseden işgören, örgütü adına rasyonel düşünerek; karşılaşılabilecek muhtemel hataların oluşumunu engellemek üzere hareket edebilir. Ayrıca, yönetsel destek hisseden çalışan, mutlu ve huzurlu bir çalışma ortamında bulunmasına bağlı olarak daha verimli olmak üzere rol dışı davranışlardan uzaklaşarak hem örgütsel hem de kişisel hedeflerine yönelebilir.

Bu kapsamda araştırmanın temel amacı, işgörenlerin görev yaptıkları örgütlere yönelik örgütsel güvenleri ile sanal kaytarma davranışları arasındaki ilişkide yönetsel destek algılarının düzenleyici bir etkisi olup olmadığını incelemektir. Yüksek örgütsel güvenin sanal kaytarma

davranışını azaltma yönünde bir etki yaratacağı ve söz konusu etkinin yönetsel destek algısı yüksek olan çalışanlarda daha da azalacağı yönünde bir araştırma yapılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen ilk bulgu, araştırmaya katılan işgörenlerin örgütsel güven düzeylerinin düşük olmasıdır. Diğer taraftan örgütsel güvenleri düşük olan çalışanların genel sanal kaytarma davranışı ise beklendiği üzere yüksek değil yine düşük olarak tespit edilmiştir. Bu bağlamda işgörenler görev yaptıkları örgütlere düşük güven göstermelerine rağmen sanal kaytarma gibi üretkenlik karşıtı bir davranışa yönelme eğiliminde olmadığı söylenebilir. Söz konusu sonucun gerçekleşme nedeni ise araştırmanın düzenleyici değişkeni olan algılanan yönetsel desteğin yüksek olmasına bağlanabilir. Örgütsel güvenin düşük olduğu iş ortamlarında görülebilecek üretkenlik karşıtı iş davranışlardan biri olan sanal kaytarma davranışının yüksek olması beklenirken, düşük güven düzeylerine rağmen, sanal kaytarma davranışı da düşük çıkmıştır. Bu noktada, işgörenlerin örgütlerinde algıladıkları yönetsel desteğin söz konusu ilişkide rol oynayarak, sanal kaytarmaya yönelik eğilimi azalttığını söylenebilir. Önemli sanal kaytarma davranışının örgütte yaratabileceği girift süreçlere bağlı olarak, önemsiz sanal kaytarma davranışına nazaran çok daha düşük düzeyde seyrettiği görülmüştür.

Araştırmaya ilişkin bir diğer bulgu, işgörenlerin örgütsel güven düzeyleri ve sanal kaytarma davranışları arasındaki korelasyonun pozitif yönlü ve anlamlı olmasıdır. Yapılan bu araştırma öncesinde örgütsel güven düzeyinin artmasına bağlı olarak sanal kaytarma davranışının düşmesi beklenirken şaşırtıcı bir biçimde örgütsel güven ile sanal kaytarma davranışının aynı yönde etkileşim gösterdiği saptanmıştır. Bu sonuç, işgörenlerin örgütlerine duydukları güven düzeylerine bağlı olarak sanal kaytarma davranışı göstermelerinin, örgütte negatif bir durum yaratmayacağı yönündeki düşüncelerinden kaynaklanmış olabilir. Nitekim Yıldız ve meslektaşları (2015b) yapıları araştırma sonucunda, örgütsel güvene sahip işgörenlerin, kendilerine sunulan internet erişim olanaklarının kısa süreli rol dışı kullanımını önemsiz olarak değerlendirdiği ve bu kapsamda sanal kaytarma davranışına yöneldiklerini ortaya koymuştur (Yıldız ve Yıldız, 2016). Diğer taraftan, örgütsel güvenin genel sanal kaytarma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmasına karşın, değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklayan R² değerleri incelendiğinde; örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışı üzerindeki değişimin %2,8'ini, önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerindeki değişimin %2'sini ve önemli sanal kaytarma davranışı üzerindeki değişimin ise %1,4'ünü açıkladığı saptanmıştır.

Son olarak araştırmanın temel amacına yönelik yapılan analizler sonucu elde edilen bulgulara göre, işgörenlerin örgütsel güvenlerinin sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisinde yönetsel destek algısının düzenleyici bir etki ($p=0,06>0,05$) yaratmadığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan sanal kaytarmanın alt boyutları düzeyinde analiz yapıldığında; yönetsel destek algısının örgütsel güven ile önemsiz sanal kaytarma üzerindeki etkisinde yine düzenleyici bir rol oynamadığı ($p=0,343>0,05$) ancak önemli sanal kaytarma üzerinde düzenleyici bir etki yarattığı ($p=0,008>0,05$) saptanmıştır. İşgörenlerin özellikle önemli sanal kaytarma davranışına yönelmelerinin getireceği zararlar örgütsel açıdan göz önüne alındığında, yönetsel destek algılayan işgörenlerin söz konusu önemli sanal kaytarma davranışını azaltmaları önemli bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda işgörenlerin örgüte zarar verebilecek önemli sanal kaytarma davranışı göstermelerinde, algıladıkları yönetsel destek önemli bir rol oynamakta ve bu desteğe bağlı olarak önemli sanal kaytarma davranışı göstermekten işgörenler imtina etmektedir.

Literatür incelendiğinde, araştırmaya konu olan değişkenleri kapsayan çeşitli çalışmalar (Örücü ve Özudoğru, 2018; Yıldız, vd., 2015b; Özkalp, vd., 2012) yapılmış olmasına rağmen örgütsel güven ve sanal kaytarma arasındaki ilişkide yönetsel desteğin düzenleyici rolünü inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu yönüyle ilgili alan yazına katkı yapan bu çalışma, ayrıca literatürde daha önce yapılmış (Örücü ve Özdoğru, 2018; Oosthuizen vd., 2018; Alias vd., 2013;

Qui ve Peschek, 2012; Rahim ve Nasurdin, 2008; Colquitt vd., 2006; Marcus ve Schuler, 2004) bir çok araştırmanın aksine örgütsel güvenin sanal kaytarma davranışını artırması açısından dikkat çekici bir sonucun bulgulanmasını sağlamıştır.

Bu çalışma, iş yaşamında sıkça ihtiyaç duyulan ve kişilerarası ilişkilerin önemli belirleyicilerinden biri olan örgütsel güven kavramını, örgütsel boyutta ele alarak, örgütlerde görülen sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisini ve bu etkide yönetsel desteğin aracı rolünü incelemiştir. Bu çalışmada, daha önceki araştırmalara benzer bir biçimde (Özkalp vd., 2012; Lim ve Teo, 2005) önemsiz sanal kaytarmanın daha sıklıkla var olduğu, önemli sanal kaytarmanın ise çok yaygın olarak gözlemlenmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgular eşliğinde sektörel bir değerlendirme yapıldığında, rehabilitasyon merkezinde görev yapan işgörenlerin, gerek çalışma şartlarının zorluğu ve gerekse rehabilitasyon merkezlerinde faaliyet gösterebilecek meslek gruplarının, mesleklerinin doğasından kaynaklanan zorluklar sebebiyle örgütsel güvene fazlasıyla ihtiyaç duydukları söylenebilir. Araştırmaya katılan rehabilitasyon merkezinde görev yapan işgörenlerden elde edilen bulgular paralelinde örgütsel güven düzeyleri düşük çıkmasına rağmen, yönetsel destek algılarının yüksek çıkmış olması, işverenlerine kıyasla çalışmaktan çok daha fazla keyif aldıkları bir yöneticiye sahip olduklarını göstermektedir.

Diğer taraftan, rehabilitasyon merkezlerinin eğitim öğretim örgütleri olmalarının yanı sıra, hizmet verme yönlerinin ağır basıyor olması ve bilhassa İstanbul gibi yüksek nüfuslu illerde rehabilitasyon merkezi alternatifinin çok fazla olması, işverenlerin gözünde çalışanlardan çok öğrenci velilerini kıymetli hale getirmektedir. Öyle ki aldığı hizmetten memnun kalmayan bir öğrenci velisi kolaylıkla alternatif bir merkeze geçiş yapabilmektedir. Bunun bilincinde olan rehabilitasyon merkezi işvereni, işgörenlerinin örgüte duydukları hisleri ikinci plana atabilmektedir. Bu durum ise örgüte duyulan güveni sekteye uğratmakta ve rehabilitasyon merkezinde görev yapan işgörenlerin örgütsel güven düzeylerinin neden düşük çıktığını daha net bir şekilde açıklayabilmektedir. Buradan hareketle rehabilitasyon merkezlerinin daha çok patron şirketi eğiliminde olan örgütler olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim örgütteki süreçlere, işleyişe ve genel düzene dair güvenin düşük olmasına rağmen işgörenlerin örgütteki çabalarının değerli görülmesi, emeklerinin karşılık bulması ve bu paralelde bir takım kazanımları elde etmesi anlamına gelen yönetsel destek algıları, mesai saatlerinde daha fazla yakın ilişki halinde oldukları yöneticilerinden gördükleri destek düzeyinin, örgütsel güvene nazaran daha yüksek çıkmasına sebep olmuştur. Bu sonuç, çalışanların yönetsel destek algılarının, örgütsel güven ve sanal kaytarma davranışı arasındaki ilişkide, önemli sanal kaytarma boyutu dışında, düzenleyici bir rolünün olmamasına rağmen algılanan yönetsel desteğin örgütsel güvene kıyasla neden daha yüksek çıktığını açıklar niteliktedir.

Her çalışmada olduğu gibi yapılan bu çalışmanın da bazı kısıtları vardır. Araştırmanın en önemli kısıtlarından biri zaman kısıtıdır. Veri toplama sürecinde, rehabilitasyon merkezinde görev yapan işgörelere ulaşıp çalışmaya dair genel çerçeve belirgin bir şekilde aktarılmış olmasına rağmen araştırmaya katılmak istemeyen rehabilitasyon merkezleri olmuş ve bu da veri toplama sürecinin uzamasına sebebiyet vermiştir. Ayrıca araştırmaya konu olan kavramlarından özellikle sanal kaytarma davranışı kavramı, rehabilitasyon merkezi çalışanlarınca, ankete katıldıklarında örgütleri tarafından kendilerine negatif yönlü etkisinin olabileceği bir kavram olarak algılanmış ve bu sebeple araştırmaya katılım göstermekte zaman zaman işgörelenler imtina etmiştir. Araştırmanın bir diğer kısıtı, küresel düzeyde mücadele edilen salgın süreci nedeniyle veri toplama aşamasında katılımcılara çalışmaya dair tüm detayların telefon, mail ve mesaj gibi platformlar üzerinden yapılması zorunda kalınması ve böylelikle veri toplama sürecinin sekteye uğramış olmasıdır. Ayrıca anket soruları içinde kontrol sorularının bulunmaması, oluşturulan hipotezlerin desteklenememesine

neden olmuş olabilir. Bu durum da araştırmanın kısıtlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda gelecek araştırmalarda özellikle örneklem sayısı artırılarak daha geniş kitleler üzerinde araştırmalar yapılabilir. Sektörel farklılıkları görmek ve bu bağlamda karşılaştırma yapabilmek üzere farklı sektör çalışanları üzerinde çalışmalar yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca örgütsel özdeşleşme, işe angaje olma, proaktif kişilik gibi farklı değişkenlerin örgütsel güven ve sanal kaytarma davranışı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici etkilerinin araştırıldığı çalışmalar da ilgili yazına katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Aboujaoude, E. (2010). Problematic Internet Use: An Overview. *World Psychiatry*, 9(2), ss. 85-90.
- Akbaba, A. (2011). Eğitim Müfettişleri İçin Örgüt ve Yönetim Algısı Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Mesleki Bazı Değişkenler Açısından Karşılaştırılması. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(3), ss. 67-79.
- Aktuğ, M. (2016). Örgütsel Adalet ve Örgütsel Güvenin Çalışan Performansı Üzerine Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alias, M., Rasdi, R.M., Ismail, M. ve Samah, B.A. (2013). Predictors of Workplace Deviant Behaviour: HRD Agenda for Malaysian Support Personnel. *European Journal of Training and Development*, 37, ss. 161-182.
- Allen, D. G., Shore, L. M. ve Griffeth, R. W. (2003). The Role of Perceived Organizational Support and Supportive Human Resource Practices in the Turnover Process. *Journal of Management*, 29(1), ss. 99-118.
- Anandarajan, M., Simmers, C. A. ve D'Ovidio, R. (2011). Exploring the Underlying Structure of Personal Web Usage in the Workplace. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(10), ss. 577-583.
- Atkinson, S. ve Butcher, D. (2003). Trust in Managerial Relationships. *Journal of Managerial Psychology*, 18(4), ss. 282-304.
- Becker, T. E., Billings, R. S., Eveleth, D. M. ve Gilbert, N. L. (1996). Foci and Bases of Employee Commitment: Implications for Job Performance. *Academy of Management Journal*, 39(2), ss. 464-482.
- Belanger, F. ve Van Slyke, C. (2002). Abuse or Learning? *Communications of the ACM*, 45(1), ss. 64-65.
- Beugre, C. D. ve Kim, D. (2006). Cyberloafing: Vice or Virtue?. *Emerging Trends and Challenges in Information Technology Management*, 1(2), ss. 834-835.
- Bhantumnavin, D. (2003). Perceived Social Support From Supervisor and Group Members' Psychological and Situational Characteristics as Predictors of Subordinate Performance in Thai Work Units. *Human Resource Development Quarterly*, 14(1), ss.79-97.
- Blanchard, A. L. ve Henle, C. A. (2008). Correlates of Different Forms of Cyberloafing: The Role of Norms and External Locus of Control. *Computers in Human Behavior*, 24(3), ss. 1067-1084.
- Bock, G. W. ve Ho, S. L. (2009). Non-work Related Computing (NWRC). *Communications of the ACM*, 52(4), ss. 124-128.
- Bolle, F. (1998), Rewarding Trust: An Experimental Study. *Theory and Decision*, 45(1), ss. 83-98.
- Börü, D. (2001). Örgütlerde Güvenilir İnsan Yaratılmasında İlk Adım. *Güvenilir İnsan Kim? Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri*, 24-26 Mayıs 2001, ss. 189-204.
- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being: Development of a Theory-Based Cognitive-Behavioral Measurement Instrument. *Computers in Human Behavior*, 18(5), ss. 553-575.

- Colquitt, J. A., Scott, B. A., Judge, T. A. ve Shaw, J. C. (2006). Justice and Personality: Using Integrative Theories to Derive Moderators of Justice Effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100(1), 110-127.
- Cook, J. ve Wall, T. (1980). New Work Attitude Measures of Trust, Organizational Commitment and Personal Need Non-Fulfilment. *Journal of Occupational Psychology*, 53(1), ss. 39-52.
- Cummings, L. L. ve Bromiley, P. (1996). *The Organizational Trust Inventory (OTI): Development and Validation* İçinde R.M. Kramer ve T.R. Tyler (Editörler), Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research, ss. 302-330, USA: Sega Publications.
- Çakar, N. D. ve Yıldız, S. (2009). Örgütsel Adaletin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi:" Algılanan Örgütsel Destek" Bir Ara Değişken Mi?. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), ss. 68-90.
- Demir, M. (2010). Duygusal Zekanın İnsan Kaynakları Seçimindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), ss. 1066-1081.
- Demircan, N. ve Ceylan, A. (2003). Örgütsel Güven Kavramı: Nedenleri ve Sonuçları. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), ss. 139-150.
- Doney, P. M. ve Cannon, J. P. (1997). An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), ss. 35-51.
- Earley, P. C. (1986). Trust, Perceived Importance of Praise and Criticism, and Work Performance: An Examination of Feedback in the United States and England. *Journal of Management*, 12(4), ss. 457-473.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. ve Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), ss. 500-507.
- Eisenberger, R., Fasolo, P. ve Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75(1), ss. 51-59.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L. ve Rhoades, L. (2002). Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention", 87(3), ss. 565-573.
- Emhan, A., Mengenci, C., Taşdöven, H. ve Garayev, V. (2014). Yapısal Eşitlik Modeli Kullanılarak İş Memnuniyeti, Yönetici Desteği ve Tükenmişlik Kavramları Arasındaki İlişkilerin Analizi: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(27), ss. 75-96.
- Fairhurst, G. T., Jordan, J. M. ve Neuwirth, K. (1997). Why Are We Here? Managing the Meaning of an Organizational Mission Statement", *Journal of Applied Communication Research*, 25(4), ss. 243-263.
- Ferris, D. L., Brown, D. J. ve Heller, D. (2009). Organizational Supports and Organizational Deviance: The Mediating Role of Organization-Based Self-Esteem. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(2), ss. 279-286.
- Fındıklı, M. A. (2016). Sanal Kaytarma ve İş Performansı İlişkisi: Sağlık ve Tekstil Sektörü Çalışanlarının Karşılaştırılması, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 33-62.
- Fuller, J. B., Barnett, T., Hester, K. ve Relyea, C. (2003). A Social Identity Perspective on the Relationship Between Perceived Organizational Support and Organizational Commitment. *The Journal of Social Psychology*, 143(6), ss. 789-791.
- Garrett, R. K. ve Danziger, J. N. (2008). On Cyberslacking: Workplace Status and Personal Internet Use at Work. *CyberPsychology ve Behavior*, 11(3), ss. 287-292.
- Gürbüz, S. (2019). Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Perspective* (2nd ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Heimovics, R. D. (1984). Trust and Influence in an Ambiguous Group Setting. *Small Group Behavior*, 15(4), ss. 545-552.
- Huff, L. ve Kelley, L. (2003). Levels of Organizational Trust in Individualist Versus Collectivist Societies: A Seven-Nation Study. *Organization Science*, 14(1), ss. 81-90.
- İşcan, Ö. F. ve Sayın, U. (2010). Örgütsel Adalet, İş Tatmini ve Örgütsel Güven Arasındaki İlişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 195-216.
- Jia, H., Jia, R. ve Karau, S. (2013). Cyberloafing and Personality: The Impact of the Big Five Traits and Workplace Situational Factors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20(3), ss. 358-365.
- Kara, S. B. K., Güneş, D. Z. ve Aydoğan, N. N. (2015). Perceived Organizational Support and Organizational Trust in Primary Schools. *Journal of Human Sciences*, 12(2), ss. 385-393.
- Keklik, B., Kılıç, R., Yıldız, H. ve Yıldız, B. (2015). Sanal Kaytarma Davranışlarının Örgütsel Öğrenme Kapasitesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi, *Business and Economics Research Journal*, 6(3), 129-144.
- Kösterelioğlu, M. A. (2011). *İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin İş Yaşam Kalitesi ile İşe Yabancılaşması Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. ve Vishny, R. W. (1997). Trust in Large Organizations. *The American Economic Review Papers and Proceedings*, 87(2), ss. 333-338.
- Lew, T. (2009). The Relationships Between Perceived Organizational Support, Felt Obligation, Affective Organizational Commitment and Turnover Intention of Academics Working With Private Higher Educational Institutions in Malaysia. *European Journal of Social Sciences*, 9(1), 72-87.
- Lewicki, R. J. ve Bunker, B. B. (1996). "Developing and Maintaining Trust in Work Relationships" İçinde R.M. Kramer (Editör), *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*, ss. 114-140, CA: Sage.
- Li, S. M. ve Chung, T. M. (2006). Internet Function and Internet Addictive Behavior. *Computers in Human Behavior*, 22(6), ss. 1067-1071.
- Lieberman, B., Seidman, G., McKenna, K. Y. ve Buffardi, L. E. (2011). Employee Job Attitudes and Organizational Characteristics as Predictors of Cyberloafing. *Computers in Human Behavior*, 27(6), ss. 2192-2199.
- Lim, V. K. (2002). The IT Way of Loafing on the Job: Cyberloafing, Neutralizing and Organizational Justice. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(5), ss. 675-694.
- Lim, V. K. ve Teo, T. S. (2005). Prevalence, Perceived Seriousness, Justification and Regulation of Cyberloafing in Singapore: An Exploratory Study. *Information & Management*, 42(8), ss. 1081-1093.
- Mahatanankoon, P., Anandarajan, M. ve Igbaria, M. (2004). Development of a Measure of Personal Web Usage in the Workplace. *CyberPsychology & Behavior*, 7(1), ss. 93-104.
- Marcus, B. ve Schuler, H. (2004). Antecedents of Counterproductive Behavior at Work: A General Perspective. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), ss. 647-660.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. ve Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), ss. 709-734.
- McAllister, D. J. (1995). Affect-and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), ss. 24-59.

- McLean, L., Tingley, M., Scott, R. N. ve Rickards, J. (2001). Computer Terminal Work and The Benefit of Microbreaks. *Applied Ergonomics*, 32(3), ss. 225-237.
- Mills, J. E., Hu, B., Beldona, S. ve Clay, J. (2001). Cyberslacking! A liability Issue for Wired Workplaces. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(5), ss. 34-47.
- Niaei, M., Peidaei, M.M. ve Nasiripour, A. A. (2014). The Relation Between Staff Cyberloafing and Organizational Commitment in Organization of Environmental Protection. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, 3(7), ss. 59-71.
- Nyhan, R. C. ve Marlowe Jr, H. A. (1997). Development and Psychometric Properties of the Organizational Trust Inventory. *Evaluation Review*, 21(5), ss. 614-635.
- Oosthuizen, A., Rabie, G. H. ve Beer L. T. (2018). Investigating Cyberloafing, Organizational Justice and Work Engagement and Organizational Trust of South African Retail and Manufacturing Employees, *SA Journal of Human Resources Management*, 16(2), ss. 1-11.
- Örücü, E. ve Yıldız, H. (2014). İşyerinde Kişisel İnternet ve Teknoloji Kullanımı: Sanal Kaytarma, *Ege Akademik Bakış*, 14(1), ss. 99-114.
- Örücü, E. ve Özüdoğru, M. (2018). Örgütsel Güven İle Sanal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(3), ss. 66-80.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), ss. 113-130.
- Özkalp E., Aydın U. ve Tekeli S. (2012). “Sapkın Örgütsel Davranışlar ve Çalışma Yaşamında Yeni Bir Olgu: Sanal Kaytarma (Cyberloafing) ve İş İlişkilerine Etkileri”, *Çimento İşveren Sendikası Dergisi*, 26(2), ss. 18-33.
- Özkalp, E. ve Yıldız, H. (2018). “Olumlu ve Olumsuz Sanal Kaytarma Davranışlarının İşteki Stres Üzerindeki Etkisi”, *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 20 (1), ss. 57-74.
- Özkoç, G. A. (2014). “Turizm İşletmelerinde Örgütsel Güven”, *İçinde Ş. Tükeltürk, N. Perçin ve B. Güzel (Editörler) Turizm İşletmelerinde Çalışan İlişkileri Yönetimi*, ss. 39-59, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özyılmaz, A. (2010). “Vertical Trust in Organisation: A Review of Empirical Studies Over the Lastdecade”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), ss. 1-28.
- Perks, H. ve Halliday, S. V. (2003). Sources, Signs and Signalling for Fast Trust Creation in Organisational Relationships. *European Management Journal*, 21(3), ss. 338-350.
- Porter, T. W. ve Lilly, B. S. (1996). The Effects of Conflict, Trust, and Task Commitment on Project Team Performance. *International Journal of Conflict Management*, 7(4), ss. 361-376.
- Qiu, T. ve Peschek, B. S. (2012). The Effect of Interpersonal Counterproductive Workplace Behaviors on the Performance of New Product Development Teams. *American Journal of Management*, 12(1), ss. 21-33.
- Rahim, A. R. A. ve Nasurdin, A. M. (2008). Trust in Organizational and Workplace Deviant Behavior. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 10(2), ss. 211-235.
- Randall, M. L., Cropanzano, R., Bormann, C. A. ve Birjulin, A. (1999). Organizational Politics and Organizational Support as Predictors of Work Attitudes, Job Performance, and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 20(2), ss. 159-174.
- Raz, S., Dan, O. ve Zysberg, L. (2014). Neural Correlates of Emotional Intelligence in a Visual Emotional Oddball Task: An ERP Study. *Brain and Cognition*, 91, ss. 79-86.
- Rhoades, L. ve Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), ss. 698-714.

- Ring, J. K. (2011). The Effect of Perceived Organizational Support and Safety Climate on Voluntary Turnover in the Transportation Industry. *International Journal of Business Research and Management*, 1(3), ss. 156-168.
- Robinson, S. L. ve Rousseau, D. M. (1994). Violating the Psychological Contract: Not the Exception but the Norm. *Journal of Organizational Behavior*, 15(3), ss. 245-259.
- Robinson, S. L. ve Bennett, R. J. (1995). A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study. *Academy of Management Journal*, 38(2), ss. 555-572.
- Shamir, B. ve Lapidot, Y. (2003). Trust in Organizational Superiors: Systemic and Collective Considerations. *Organization Studies*, 24(3), ss. 463-491.
- Shore, L. M. ve Tetrick, L. E. (1991). A Construct Validity Study of the Survey of Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 76(5), ss. 637-643.
- Shore, L. M. ve Wayne, S. J. (1993). Commitment and Employee Behavior: Comparison of Affective Commitment and Continuance Commitment With Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 78(5), ss. 774-780.
- Sipahi, E., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. (2008). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Son, S. ve Kim, D. Y. (2016). "The Role of Perceived Management Support and Trust in Mentors on Proteges' Organizational Citizenship Behavior", *Asia Pasific Journal of Human Resources*, 54(4), ss. 481-497.
- Şimşek, M. ve Sever, G.N. (2016). "Hizmet Personeline Güvenin Belirlenmesi İçin Yeni Bir Ölçek Önerisi", *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 4(1), ss. 1-11.
- Tan, H. H. ve Tan, C. S. (2000). Toward the Differentiation of Trust in Supervisor and Trust in Organization. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126(2), ss. 241-260.
- Tian, D. A. ve Sansavini, G. (2018). Impact of Cyber Dependencies in Critical Infrastructures: The Reliability of Grid Splitting in Power Systems. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part O: Journal of Risk and Reliability*, 232(5), ss. 491-504.
- TUIK, (2020a). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679), Erişim Tarihi: 28.05.2021.
- TUIK, (2020b). Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Girisimlerde-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2020-33677>, Erişim Tarihi: 28.05.2021.
- Turnley, W. H., Bolino, M. C., Lester, S. W. ve Bloodgood, J. M. (2003). The Impact of Psychological Contract Fulfillment on the Performance of in-role and Organizational Citizenship Behaviors. *Journal of Management*, 29(2), ss. 187-206.
- Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2010). Çalışanların Algıladıkları Örgütsel Destek ve İş Stresinin Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), ss. 183-206.
- Tüzün, İ. K. (2007). Güven, Örgütsel Güven ve Örgütsel Güven Modelleri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), ss. 93-118.
- Ugrin, J. C. ve Pearson, J. M. (2013). The effects of Sanctions and Stigmas on Cyberloafing. *Computers in Human Behavior*, 29(3), ss. 812-820.
- Urbaczewski, A. ve Jessup, L. M. (2002). Does Electronic Monitoring of Employee Internet Usage Work?. *Communications of the ACM*, 45(1), ss. 80-83.
- Üstün, F. (2018). Yönetmelik Destek Algısının İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisinde Ücret ve Ek Gelirlerin Düzenleyici Rolü: Konaklama İşletmeleri Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), ss. 560-580.
- Vitak, J., Crouse, J. ve LaRose, R. (2011). Personal Internet Use at Work: Understanding Cyberslacking. *Computers in Human Behavior*, 27(5), ss. 1751-1759.

- Wayne, S. J., Shore, L. M. ve Liden, R. C. (1997). Perceived Organizational Support and Leader-Member Exchange: A Social Exchange Perspective. *Academy of Management Journal*, 40(1), ss. 82-111.
- Wayne, S. J., Shore, L. M., Bommer, W. H. ve Tetrick, L. E. (2002). The Role of Fair Treatment and Rewards in Perceptions of Organizational Support and Leader-Member Exchange. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), ss. 590-598.
- Weatherbee, T. G. (2010). Counterproductive Use of Technology at Work: Information & Communications Technologies and Cyberdeviancy. *Human Resource Management Review*, 20(1), ss. 35-44.
- Whitener, E. M., Brodt, S. E., Korsgaard, M. A. ve Werner, J. M. (1998). Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behavior. *Academy of Management Review*, 23(3), ss. 513-530.
- Whittaker, S. ve Marchington, M. (2003). Devolving HR Responsibility to the Line: Threat, Opportunity or Partnership?. *Employee Relations*, 25(3), ss. 245-261.
- Whitty, M. T. ve Carr, A. N. (2006). New Rules in the Workplace: Applying Object-Relations Theory to Explain Problem Internet and e-mail Behaviour in the Workplace. *Computers in Human Behavior*, 22(2), ss. 235-250.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması, 46, ss. 74-85.
- Yellowlees, P. M. ve Marks, S. (2007). Problematic Internet Use or Internet Addiction?. *Computers in Human Behavior*, 23(3), ss. 1447-1453.
- Yıldız, H., Yıldız, B. ve Ateş, H. (2015a). “Sanal Kaytarma Davranışlarının Sergilenmesinde Örgütsel Adalet Algısının Rolü Var mıdır?”, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 10(2), ss. 55-66.
- Yıldız, H., Yıldız, B. ve İyigün, N. Ö. (2015b). “Çalışanların Sanal Kaytarma Davranışları Örgütsel Güven ile Açıklanabilir Mi? Ampirik Bir Araştırma”, 14. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 7-9 Mayıs 2015, Aksaray Üniversitesi, Aksaray, ss. 480-484.
- Yıldız, H. ve Yıldız, B. (2016). “Sanal Kaytarma Yapmak Kötü Bir Şey Değildir Ama?”, *Harvard Business Review Türkiye*, Eylül, ss. 108-115.
- Yıldız, H., Yıldız, B. ve İyigün, N. Ö. (2016). “Psikolojik Sözleşme Algısının Sanal Kaytarma Davranışları Üzerindeki Etkisi”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 47, ss. 147-165.
- Zaheer, A., McEvily, B. ve Perrone, V. (1998). Does Trust Matter? Exploring the Effects of Interorganizational and Interpersonal Trust on Performance. *Organization Science*, 9(2), ss. 141-159.

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

THE ROLE OF EMOTIONAL SATISFACTION IN GIFT GIVING BEHAVIOR: A QUALITATIVE RESEARCH¹

Nilgün SARIKAYA², Nilgün KÖKSALAN³

Abstract

Gift giving is an important ritual in all societies. Although the gift-giving behavior is not a traditional marketing exchange, the gift-giving phenomenon can be defined as the presentation of all kinds of goods, services and experiences that the parties give to the other party on a voluntary basis and sincerely as an indicator of love or to help achieve other goals. The gift-giving behavior, which is so important in social life, has important implications for the marketing profession. The gift-giving behavior that attracts the attention of scientists from many different disciplines continues to be an attractive area of interest for marketing researchers as it is one of the main activities of consumer behavior in today's society. The aim of this study is to determine the factors affecting emotional satisfaction in gift giving behavior. For this purpose, a conceptual framework has been established regarding gift giving behavior through a field study conducted in the form of in-depth interviews following the literature review. An in-depth interview has been conducted on 50 participants residing in the Edirne province selected via a purposeful/judgemental sampling method for determining the factors affecting emotional satisfaction in the gift-giving behavior. The data obtained as a result of the interviews were subjected to content analysis using the MAXQDA-18 qualitative analysis program. According to findings, factors affecting emotional satisfaction in gift giving behavior are gift factor, gift-giving factor, emotional factor and social factors. Also a new model regarding emotional satisfaction in gift-giving was introduced through a code-subcode hierarchical model approach. Sub-themes related to the gift factor are relationship type, purchasing channel, gift type, gift context and frequency of gifts, while sub-themes of the gift factor are the motives of the gift giver, the reactions of the recipient, the suitability of the gift, the continuation of the gift giving behavior, thinking of the recipient's preference, the continuation of the relationship, the value of the gift, the size of the surprise, the acquisition, the characteristics of the gift giver, the gift giver's expectations and preparation. While the sub-themes of the emotional factor were named as the emotions and perceived emotions of the gift giver, the sub-themes of the social factor were named as social approval and advice.

Key Words: Gift Giving, Emotion, Emotional Satisfaction.

HEDİYE VERMEDE DUYGUSAL TATMİNİN ROLÜ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Öz

Hediyeleşme tüm toplumlarda önemli bir ritüeldir. Her ne kadar hediye verme davranışı geleneksel pazarlama mübadelesi olmasa da hediye verme olgusu tarafların gönüllülük esasına göre ve içtenlikle sevgi göstergesi olarak veya başka amaçların gerçekleştirilmesine yardımcı olması amacıyla karşı tarafa verdiği her türlü mal, hizmet ve deneyimlerin sunulması şeklinde tanımlanabilir. Toplumsal yaşamda bu derece önemli olan hediye verme davranışının pazarlama açısından önemli çıkarımları bulunmaktadır. Birçok farklı disiplinden bilim insanının ilgisini çeken hediye verme davranışının, günümüzde tüketici davranışının yaygın bir şekli olması sebebiyle pazarlama araştırmacıları açısından da dikkat çeken bir konu olmaya devam etmektedir. Bu çalışmanın amacı hediye verme davranışında duygusal tatmini etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Bu amaçla, literatür taramasını takiben derinlemesine mülakatlar

¹ Bu araştırma, "Hediye Verme Davranışında Duygusal Tatmini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden üretilmiş ve 02-04 Nisan 2020, Kuşadası- Türkiye, 4. Congress of International Applied Social Sciences, C-iasoS kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

² Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, nilguns@sakarya.edu.tr, orcid: 0000-0002-1696-4950

³ PhD, Trakya Üniversitesi, Edirne Sosyal Bilimler MYO, Türkiye, nilgunkoksalan@trakya.edu.tr, orcid: 0000-0002-2338-8074.

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Sarıkaya, N. ve Köksalan, N. (2020), The role of emotional satisfaction in gift giving behavior: A qualitative research, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 121-132.

şeklinde yapılan bir saha çalışması üzerinden hediye verme davranışıyla ilgili olarak bir kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Hediye verme davranışında duygusal tatmini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik olarak Edirne ilinde ikamet etmekte olan ve amaçlı/kasti örnekleme metoduyla belirlenen 50 katılımcı üzerinde derinlemesine mülakatlar yürütülmüştür. Mülakatlar neticesinde elde edilen veriler MAXQDA-18 nitel analiz programı kullanılarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Bulgulara göre, hediye verme davranışında duygusal tatmini etkileyen faktörler hediye faktörü, hediyeleşme faktörü, duygu faktörü ve sosyal faktör temaları olarak adlandırılmış olup, duygusal tatmine ilişkin bir kod-alt kod hiyerarşik modeli ortaya konulmaya çalışılmıştır. Hediye faktörüne ilişkin alt temalar ilişki türü, satın alma kanalı, hediye türü, hediye bağlamı ve hediye sıklığı olurken, hediyeleşme faktörüne ait alt temalar vericinin güdüleri, alıcının tepkileri, hediye uygunluğu, hediye verme davranışının devamı, alıcının tercihini düşünme, ilişkinin devamı, hediye değeri, sürpriz boyutu, bilgi edinme, vericinin özellikleri, vericinin beklentileri ve hazırlık olmuştur. Duygu faktörüne ait alt temalar vericinin duyguları ve algılanan duyguları şeklinde adlandırılırken, sosyal faktöre ait alt temalar ise sosyal onay ve tavsiye olarak isimlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hediye Verme, Duygular, Duygusal Tatmin

1. Introduction

Gift giving is an important ritual in all societies. Although the gift-giving behavior is not a traditional marketing exchange, the gift-giving phenomenon can be defined as the presentation of all kinds of goods, services and experiences that the parties give to the other party on a voluntary basis and sincerely as an indicator of love or to help achieve other goals. The gift-giving behavior, which is so important in social life, has important implications for the marketing profession. The gift-giving behavior that attracts the attention of scientists from many different disciplines continues to be an attractive area of interest for marketing researchers as it is one of the main activities of consumer behavior in today's society.

Gift-giving behavior, a phenomenon that has taken place in the cultural, economic and social structure of many societies from past to present, is widely studied by social sciences researchers such as anthropology (Mauss, 1950), sociology (Gouldner 1960), economics (Belshaw, 1965), psychology (Schwartz, 1967) and consumer research (Banks, 1979). One of the most important reason for researching gift-giving behavior by different research disciplines is that the phenomenon, is a universal and social phenomenon that extends from primitive societies to modern societies (Mauss, 1950). The value and importance of the gift for both the gift-giver and recipient makes gift giving behavior an important field of study.

The fact that gift-giving behavior is essentially a consumption activity makes the gift phenomenon to be within the scope of marketing as well. While the gift-giving behavior, which was examined within the consumer behavior especially as of the 1970s, was restricted to subjects such as the gift-giving party's perspective, material gift-oriented and gift-giving process in the first studies. However, today it is addressed in a multidimensional way using symbolic, cultural, mental approaches and various theories.

In this study, it is aimed to examine the gift giving behavior and the factors affecting emotional satisfaction in gift giving behavior. For this purpose, first of all, a literature review was made and a conceptual framework was created regarding gift giving behavior. In this study, "How are emotional factors formed in gift giving behavior by the gift giver?" The main research question and sub-research questions that form the basis of the study are answered.

2. Literature Review

The concept of gift, which is defined as "goods and services offered to a person or group voluntarily through rituals and ceremonies" is expressed as "something given to please and make someone happy" (Belk and Coon, 1993: 394; TDK, 2020).

In another definition, it is defined as the economic and social change of some goods or services voluntarily and under social relations governed by the relationships existing between the recipient and the donor (Garner and Wagner, 1991: 368). Gift concept is also emphasized that there is a benefit provided by the person who gives the gift to the person who accepts the gift (Sherry, 1983: 159).

Mauss (1950) states in his study that there is a self-sustaining reciprocity that takes place in three stages as “gift giving, receiving gifts and reciprocating gifts” in his study. Sherry (1983) states in his study that gift-giving behavior occurs in three stages: gestation, presentation and reformulation. While the gestation stage focuses on the gift giving party's decision-making process regarding the gift, the presentation stage refers to the stage in which the gift giving party interacts with the receiving party, in other words, the gift presentation takes place. In the final reformulation phase, the parties re-examine their post-gift relations.

In gift-giving behavior that has various functions such as social and economic exchange. Communication function emphasized that a message transmission occurring between two parties, while a benefit is presented between the parties in economic exchange and symbolic worth according to the social exchange. (Belk and Coon, 1993).

Regarding gift-giving behavior, factors affecting the gift-giving decision also have an importance in gift literature. These factors are presented mainly as psychological, social, socio-economic and socio-demographic factors (Schwartz, 1967; Caplow, 1982; Beatty, Kahle and Homer, 1991; Garner and Wagner, 1991).

One factor affecting gift-giving behavior is emotions. Many studies on gift-giving behavior emphasize the importance of emotions in gift-giving behavior. (Ruth, Otnes and Brunel, 1999). Emotion is a relatively new topic in consumer behavior, but has recently played an important role in understanding consumer experience. As gift-giving provides a medium for the communication of emotions between giver and recipient, emotions are extremely important factor for both parties.

Ekman (1994) identified six major emotions: happiness, sadness, fear, disgust, anger, and surprise. Ruth et al. (1999) mentions ten emotions related to gift-giving behavior: love, happiness, gratitude, reward, fear, anger, sadness, guilt, anxiety and distress.

Emotions have various effects on individuals' behavior. While positive emotions enable individuals to continue with their decisions, negative emotions cause negative decisions such as leaving. (Bagozzi, Gopinath and Nyer, 1999). In addition to emotions another concept “satisfaction” is an important research area. Satisfaction is a consumer-based and process-based concept that can be considered as the sum of benefits and releases (Roest and Pieters, 1997). According to some researchers, it was stated as a key factor in gift-giving behavior (Sherry, 1983).

The emotional satisfaction can be expressed as giving what the emotions need and reaching emotional satisfaction. There is no consensus in studies that satisfaction itself is entirely an emotional element or has a cognitive structure that has an emotional element (Bagozzi et al., 1999). However, in recent studies, it is stated that consumer satisfaction should definitely be an element of emotional satisfaction (Cronin, Brady and Hult, 2000).

3. Research Methodology

In this study, in order to determine the factors affecting emotional satisfaction of gift-giver in gift-giving behavior, a qualitative research approach was adopted. For this purpose, data was obtained through observation, focus group and in-depth interview technique, and a conceptual model proposal was presented at the end of the study.

Qualitative research includes approaches such as ethnographic research, grounded theory, phenomenological research, action research, story analysis and case study. The grounded theory approach that is one of the qualitative research methods, was adopted in this study. According to grounded theory method, there is a close relationship between data-collection, analysis, and theory put forward. In a grounded theory research, it is necessary to determine the problem that will be the subject of the research. (Güler, Halıcıoğlu and Taşgın, 2013: 201-206). In accordance with this purpose, initially, a literature review was made based on previous studies about gift-giving behavior, then a field study was conducted with the qualitative research approach to determine the factors affecting emotional satisfaction.

It is possible to state that the non-probabilistic sampling method is preferred more in qualitative research. In this study, one of the non-probabilistic sampling methods, "purposeful sampling" method was used. If the selection of a sample depends on the researcher's own knowledge of the universe and the purpose of the study, this type of sampling is expressed as purposeful sampling (Maxfield and Babbie, 1998).

In-depth interviews ranging from 30 minutes to 1 hour between April and May 2019, with a total of 50 participants of different ages, professions and marital status residing in the province of Edirne, were recorded using a voice recorder, and the recordings obtained afterwards were made into written texts using a dictation program has been bought. The obtained data were analyzed by applying the MAXQDA-18 Qualitative Analysis Program and various findings were obtained as the result of analysis.

4. Evaluation of Analysis and Findings

In this section, first of all, demographic data regarding the participants in the research are included. Then, the themes and codes obtained in the research are stated. Finally the findings of qualitative analysis are included in detail.

4.1. Demographics

The demographic data of the total 50 participants of the study are given in the table below (Table-1):

Table 1
Demographics of Participants

		N	%		N	%	
Gender	Female	25	50,0%	Marital Status	Married	25	50,0%
	Male	25	50,0%		Single	25	50,0%
Age	≤ 24	9	18,0%	Monthly Income	≤1000 TL	0	0,0%
	25-34	18	36,0%		1001-2000 TL	1	2,0%
	34-44	6	12,0%		2001-3000 TL	6	12,0%
	45-54	10	20,0%		3001-4000 TL	22	44,0%
	55-64	5	10,0%		4001-5000 TL	12	24,0%
	≥ 65	2	4,0%		> 5000 TL	9	18,0%
Occupation	Employee	8	16,0%	Education	Primary	5	10,0%
	Officer	10	20,0%		Secondary	7	14,0%
	Retired	4	8,0%		Vocational School	15	30,0%
	Artisan	2	4,0%		University	15	30,0%
	Student	8	16,0%		Masters and above	8	16,0%
	Housewife	3	6,0%				
	Other	15	30,0%				

In this study, semi-structured interview technique was preferred among the data collection methods used in in-depth interviews. In this way, it was aimed to reach a wide data set without exceeding the objectives of the interview. After the preparation of the interview questions, a pre-interview test was conducted with five people. According to the results of pre-interview tests, the interview questions were finalized and face-to-face interviews were conducted. After the recorded data were encoded, code tags were created. The themes and codes obtained in the research are as follows:

Table 2
Themes and Code List

Themes	Codes
Gift	Gift type Gift context Nature of the relationship Purchase channel Gift-giving frequency
Gift Exchange	Gift-giver motives Consideration of recipient's preference Information search Surprise extent Value, importance and prestige of gift Relevance of gift Preparation of gift Recipient reaction Characteristics of gift-giver Expectations of gift-giver Continuation of post-gift relationship Continuation of gift-giving behavior after gift exchange
Emotion	Emotions of gift-giver Perceived emotions
Social	Pay attention to advice Social approval

At this stage, paying attention to the fact that codes and themes are related to each other, emotional satisfaction and gift-giving behavior, a total of 5 academicians were consulted, two of them at the level of Professor and one of them at the associate professor level. After the necessary arrangements and changes were made regarding the coding and themes, the necessary codings were made on the deciphered interview texts.

In qualitative research, the principle of credibility comes to the fore in order to increase objectivity. Credibility means the accuracy and validity of the data collected (Güler et al., 2013: 336). In order to increase the credibility and reliability of the qualitative data of the study, all of the participants were confirmed with the interview text. At the same time, in order to provide validity in the research, descriptions are used extensively. In addition, the information given about the theme was given in detail.

According to qualitative analysis by MAXQDA-18 program, the hierarchical code-sub-code model of the sub-themes obtained is given in Figure-1.

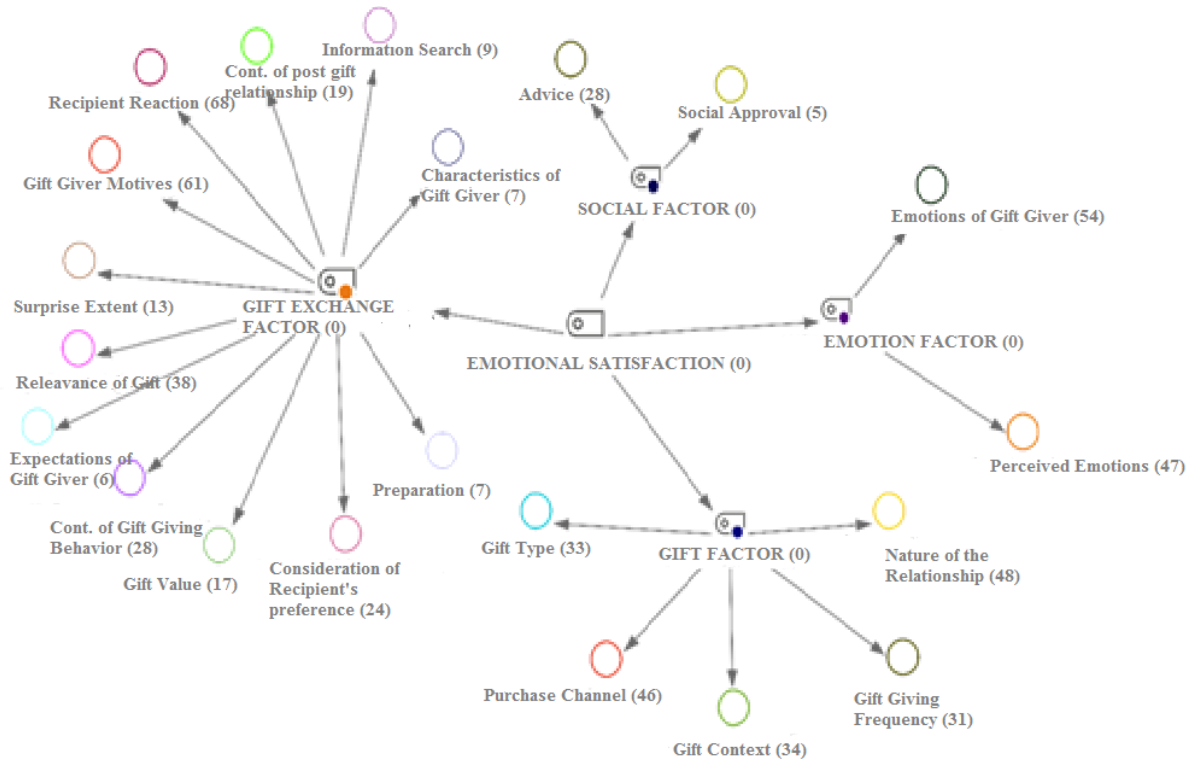


Figure 1. Hierarchical Code-Sub-Code Model for Emotional Satisfaction

4.2. Sub-Themes Related to Gift Factor

The qualitative analysis results of the gift factor, which is one of the factors affecting emotional satisfaction, showed that the subthemes of nature of relationship, purchasing channel, gift type, gift context and gift frequency were observed, respectively. It is seen that the participants mostly used expressions related to the subthemes of nature of relationship (n = 44) and purchasing channel (n = 43). Then, the subthemes of gift type (n = 31), gift context (n = 31) and gift frequency (n = 30) were observed, respectively. There is distribution of sub-themes related to gift factor below:



Figure 2. Distribution of Sub-themes Related to Gift Factor

The nature of relationship indicates the relationship of the individual with the person he/she interacts with the gift-giving process. For example, it refers to the network of relationships that a person has with individuals such as mother, father, spouse, children, and friends. When the participants were asked about with whom they gave more gifts, it was observed that their parents, spouses and children came to the fore.

The purchasing channel was found to be one of the sub-themes frequently expressed by the participants in this study. The purchasing channel states how and where the individual received or purchased the gift. The statement of one of the participants about the purchasing channel is as follows:

“I usually buy it from stores. It happened when I bought it from the internet. For example, I bought a vacuum cleaner with wireless charging which is my mom needed from the internet, but I prefer to buy it mostly more from stores. If we have made a joint decision, I will ask my relatives what they need and buy it from there if it is more convenient on the internet.” (Participant 5).

The gift type refers to a concept that reflects which type of gifts the participants prefer more. These preferences reflect emotions and emotional satisfaction of the individuals. The qualitative analysis results showed that gift selection is a concept that reflects the emotional satisfaction of individuals.

The gift context creates an environment for the parties to convey their feelings to each other in the gift exchange. Gifts in various occasions such as mother's day, father's day, graduation gift, marriage proposal, wedding anniversary, wedding gift cause many positive and negative emotions between the parties. These emotional transitions affect emotional satisfaction in terms of creating a value balance between the parties.

Finally, the gift-giving frequency is a concept that indicates how often the donor demonstrates the gift-giving behavior. While a significant majority of the participants associated the frequency of giving gifts to special days, some others stated that they give gifts frequently outside of these days.

4.3. Sub-Themes Related to Gift Exchange Factor

The gift exchange factor has components such as the gift-giver's motives, consideration of the recipient's preference, information search, gift value, relevance of the gift, preparation, surprise, recipient's reactions, expectations of gift-giver, the characteristics of gift giver, the continuation of the gift giver-receiver relationship, and the continuation of the gift-giving behavior. The gift exchange factor is based on stages such as preparation, presentation and evaluation in the gift giving process.

The qualitative analysis results related to the gift exchange factor showed that the subthemes of the gift giver's motives, the recipient's reactions, the relevance of the gift, the continuation of the gift-giving behavior, the consideration of the recipient's preference, the continuation of the relationship, the surprise extent, the giver's characteristics and expectations of gift-giver were observed, respectively.

It is observed that the participants mostly used expressions related to the subthemes of the gift giver's motives (n = 42) and the recipient's reactions (n = 40). The least expressed sub-themes were expectations of gift-giver (GG) (n = 6) and preparation (n = 6). Then, the relevance of the gift (n = 27), the continuation of the gift-giving behavior (n = 22), the recipient's preference (n = 20), the continuation of the relationship (n = 16), gift value (n = 16), surprise extent (n = 12), information search (n = 8) and characteristics of gift-giver (n = 7) were observed. There is distribution of sub-themes related to gift exchange factor in Figure-3 below:

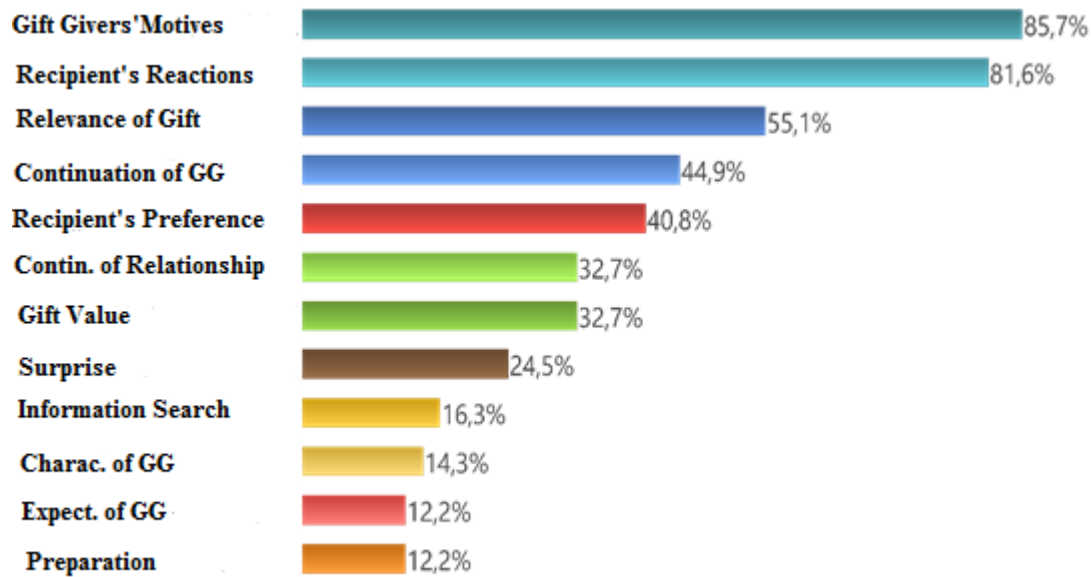


Figure 3. Distribution of Sub-themes Related to Gift Exchange Factor

One of the factors affecting emotional satisfaction in gift giving behavior is motives. Motives guide researchers about the reasons for giving gifts. In this study, the motives of the gift giver were observed among the factors affecting emotional satisfaction in gift giving behavior. One participant used the following statements regarding the gift-giving motive:

“Why are you more happy when giving gifts? First of all, I think there is a factor of passivity between giving and receiving. But the main thing that makes giving gifts attractive for me is to share firstly, secondly is to think that the gift you give will work for that person and that person will benefit from it. I think this is the main factor that makes him happy” to be happy to behave that makes him happy” (Participant 48)

Recipient's reactions is a concept related to the behavior and actions of the gift receiver. The party receiving the gift establishes a symbolic communication with their reactions when receiving the gift. Recipient shows various reactions such as facial expressions, body language, verbal expression and physical contact after presentation of gift. The reactions of the gift recipient cause gift-giver to experience positive and negative emotions and affect emotional satisfaction. It was stated by the participants that receiving physical responses such as hugging and kissing the gift-giver after a gift provided emotional satisfaction.

Another important sub-theme obtained after the qualitative analysis is the relevance of the gift. This concept is about whether the items given in gift giving behavior are suitable as gifts. The qualitative analysis results revealed that factors such as gender, age and recipient needs are taken into account in gift giving. For example, some participants stated that they consider the needs of other person while buying gifts, while others stated that they prefer things that will make them happy in addition to the needs of the recipient.

The continuation of the gift-giving behavior, in other words, “the decision of the gift-giving party to continue to give a gift after a given gift” is included in the gift exchange factor as another factor that affects emotional satisfaction, as the previous gift will direct their feelings positively or negatively in the next possible gift-giving behavior.

The concept of consideration of recipient's preference refers to the gift-giver's decision to gift by considering the preferences of the gift-receiving party. The preference rule demonstrates the gift giver's ability to predict the recipient's preferences. The qualitative analysis results conducted within the scope of this study showed that the participants who made statements regarding this sub-theme prioritized the emotions that the recipient would experience while receiving the gift.

The continuation of the relationship, in other words, "the change in the giver-recipient relationship with the giving of a certain gift" affects the feelings of the gift giver and thus the emotional satisfaction. According to the findings of the analysis, it is possible to state that if the gift giving party continues the relationship after giving a certain gift, this situation affects the gift choices in the next gift giving and affects their emotional satisfaction.

The concept of value is defined as the measurement tool used to determine the importance and prestige of the gift. The value of the gift affects the passage of emotions between the parties and therefore emotional satisfaction. According to the qualitative analysis results made in this study, a significant majority of the participants stated that the gift should have a spiritual value beyond its material value.

The surprise extent means when the preferences of the gift giver are kept confidential about the preferences of the gift recipient, in other words, when the preference is estimated, a surprise is realized for the gift recipient. Participants who stated that they gave a gift by surprise in the study stated that they received more positive feedback from this situation.

Information search refers to the method of obtaining information about the wishes and preferences of the gift recipient. The fact that the gift giver has information about the recipient affects the choice of the gift and therefore transition of emotion and emotional satisfaction between the parties. One participant expressed the issue of obtaining information as "*I look where I buy it, I read the comments.*" (Participant 4).

The characteristics of the gift-giver means the personality of the gift-giver, the socio-economic and demographic characteristics and the sub-culture and cultural structure in which the gift is located affect factors such as gift selection, gift context, gift value. It is possible to say that the characteristics of gift giver are among the factors affecting emotional satisfaction, since these factors cause emotional transitions in gift-giving.

One of the factors affecting emotional satisfaction is the gift-giver's expectations. It refer to the expectation of the gift-giver as to how the recipient will respond to the gift. The expectations of the gift-giver affect the positive and negative emotions that the recipient will develop in response to their reactions and are included in the study as another factor that determines their emotional satisfaction. One participant said, "... *I didn't know when I was buying a gift for my son. He said you never knew me, mother, it was very difficult for me.*" (Participant 20).

The last sub-theme related to the gift exchange factor is the preparation theme. The concept of preparation refers to the preparation of the object to be presented as a gift for presentation. According to the qualitative analysis results preparation for the presentation in gift giving increased emotional satisfaction by causing an emotional transition between the parties.

4.4. Sub-Themes Related to the Emotion Factor

Many studies on gift-giving behavior emphasize the importance of emotions and how they affect interpersonal relationships. The qualitative analysis results of the emotion factor showed that the emotion factor consists of two components: the feelings of the gift giver and the perceived feelings: the feelings of the donor and the perceived emotions. When the descriptive statistics are examined as the result of the analysis, it is seen that the subthemes of perceived emotions (n = 37)

and the gift giver's emotions (n = 36) are expressed at a close rate. There is distribution of sub-themes related to emotion factor below:



Figure 4. Distribution of Sub-themes Related to Emotion Factor

The giver's emotions reflects the feelings that the gift giver has experienced. Emotions have an effect on individuals' behavior. While positive emotions enable individuals to continue in their decisions, negative emotions cause negative decisions such as leaving and not continuing (Bagozzi et al., 1999). The qualitative analysis results showed that the positive emotions experienced by the individual during and after the gift giving process had a positive effect on satisfaction.

The perceived emotion, which is another sub-theme related to the emotion factor, is the situation where the gift giver perceives the recipient's emotions positively or negatively. Perceived emotion individuals' any event, situation, object, etc. it refers to interpreting the reactions of the other party from his own perspective. The findings of study show that emotion perceived by the participants is another factor that affects emotional satisfaction of the individual. One participant said: *"...I dreamed that he would be happy. I was not with you. I sent it by courier. He was very happy. I was happy too "* (Participant 5).

4.5. Sub-Themes Related to the Social Factor

The last theme that affects emotional satisfaction in gift-giving behavior considered within the scope of this study is the social factor. In this study, the social factor consists of two components: advice and social approval. When the analysis results are examined, it is seen that the participants express receiving advice (n = 26) sub-theme according to the sub-theme of social approval (n = 4). There is distribution of sub-themes related to social factor below.



Figure 5. Distribution of Sub-themes Related to Social Factor

The concept of social approval is expressed as a need that people consider others' expectations important, give importance to other people's judgments, and individuals who engage in social interactions endeavor to exhibit adaptive behaviors. The results of the analysis showed that the approval of the participants in their social relationships for gift behavior was effective on their emotional satisfaction.

In the social factor, a significant portion of the participants stated that they received advice on gift behavior. Communication between consumers can shape their product purchasing decisions by affecting the attitudes and behaviors of consumers about a particular product. The recommendation affects gift choices, affecting the emotional transitions between the parties and therefore emotional satisfaction. When the qualitative analysis results conducted within the scope of this study were examined, it was shown that recommendations were received from people such as the person who knew the buyer, the seller, and those who used the product.

"... I just don't do anything about him, I talk to the people around me. If he has such a need, does he have experience, does he have experience?" (Participant 4).

5. Conclusion

Gift-giving has been an important phenomenon throughout the human history in terms of its economic and social importance. On the one hand, the contribution of the gift to the establishment and strengthening of interpersonal relationships, on the other hand, its economic share in the household budget has made gift-giving behavior an important field of study. Gifting continues to attract the attention of researchers from many different fields such as anthropology, psychology, economics, and consumer research. The fact that the gift is also a consumption factor makes it important for marketing.

Gifts play an important role in relationships between individuals. As a symbol expression of love between the gift giver and the recipient, a gift provides the bond between them to be established, strengthened or weakened. Individuals also convey their emotions to the other party through the gift. The emotional satisfaction of both parties makes gift giving a unique and unforgettable experience. There are many factors that affect the emotional satisfaction of the gift giver during the thought, selection, presentation and post-presentation evaluation of the gift to the recipient.

In conclusion, in this study, which was conducted to determine the factors affecting emotional satisfaction in gift giving behavior, it was observed that the participants generally stated that they liked giving and receiving gifts. As a gift type, it is seen that the needs-oriented, personalized and personal gifts are generally preferred. Participants state that they give gifts to

people like family, spouse, children, close friends, whom they express that they are more closely related. When the context of gift giving is examined, various special days such as birthday, graduation, mother's day, father's day come to the fore. The purchasing channel has been observed as another factor that has been neglected in gift researches but has been found to have an effect on emotional satisfaction. The motives of the gift giver and the recipient reactions appeared as another important factor influencing emotional satisfaction. In addition, the relevance of gift, the proximity to the preference of the recipient, the material and sentimental value, the surprise factor, obtaining information about the recipient, various characteristics and expectations of the gift giver were other prominent concepts. The gift giver's own feelings and perceived feelings were observed as an effective factor on emotional satisfaction. Finally, when gift giving behavior studies are examined, it is possible to state that social approval and advice receiving behavior as an inconspicuous concept is another important factor affecting emotional satisfaction in gift giving.

References

- Bagozzi, R. P., Gopinath, M., ve Nyer, P. U. (1999). The Role of Emotions in Marketing. *Academy of Marketing Science*, 184-206.
- Banks, S. K. (1979). Gift Giving: A Review and an Interactive Paradigm. *Advances in Consumer Research*, 6, 319-324.
- Beatty, S. E., Kahle, L. R. ve Homer, P. (1991). Personal Values and Gift-Giving Behaviours: A Study Across Cultures. *Journal of Business Research*, 22(March), 149-157.
- Belk, R. W. ve Coon, G. S. (1993). Gift-Giving as Agapic Love: An Alternative to the Exchange Paradigm Based on Dating Experiences. *Journal of Consumer Research*, 20(December), 393-417.
- Belshaw, C. S. (1965). *Traditional Exchange in Modern Markets*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Caplow, T. (1982). Christmas Gifts and Kin Networks. *American Sociological Review*, 47, 383-392.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., ve Hult, T. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing* 76(2), 193-218.
- Ekman, P. (1994). "All Emotions Are Basic". In (Eds.) Ekman P. Davidson, J. R. *The Nature of Emotion: Fundamental Questions*. New York: Oxford University Press, 15-20.
- Garner, T. I. ve Wagner, J. (1991). Economic Dimensions of Household Gift-Giving. *Journal of Consumer Research*, 33(2), 283-290.
- Gouldner, A. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25, 176-177.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., ve Taşgın, S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma: Teorik Çerçeve Pratik Öneriler, Altı Farklı Nitel Araştırma Yaklaşımı*, Kalite ve Etik Hususlar. Ankara: Seçkin.
- Mauss, M. (1950). *The Gift Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies* (I. Cunnison, Trans.). London: CohenveWest Ltd.
- Roest, H. C. ve Pieters, R. (1997). The Nomological Net of Perceived Service Quality. *International Journal of Service Industry Management* 8(4), 336-351.
- Ruth, J. A., Otnes, C. C., ve Brunel, F. F. (1999). Gift Receipt and The Reformulation of Interpersonal Relationships. *Journal of Consumer Research*, 25(March), 385-402.
- Schwartz, B. (1967). The Social Psychology of The Gift. *The American Journal of Sociology*, 73(1), 1-11.
- Sherry, J. J. (1983). Gift-Giving in Anthropological Perspective. *Journal of Consumer Research*, 10(September), 157-168.
- TDK (2020). Türk Dil Kurumu Sözlüğü. <https://www.tdk.gov.tr/>, (Date of Access: 26.08.2020).

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

SİBER SALDIRILARA KARŞI KOBİLERİN FARKINDALIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ: ANKARA İLİ ÖRNEĞİ

Abdulhamit EŞ¹, Nurşah SERDAR²

Öz

Son yıllarda siber saldırı ve suçlarının internet teknolojisindeki gelişmeye paralel olarak büyük bir artışa geçtiği görülmektedir. Bu artış işletmeler açısından ciddi bir güvenlik riskine yol açmakta ve işletmeler için büyük bir tehdit oluşturmaktadır. İşletme yönetici ve yetkililerinin bu tehditlere karşı tedbir almaması işletmelerin sahip olduğu bilgi ve sermaye unsurlarını savunmasız bırakmaktadır. Türkiye'deki işletmelerin çoğunluğunu oluşturan KOBİ'lerin siber saldırılara daha çok maruz kaldığı KOBİ yöneticilerinin siber saldırılara karşı tedbir almaları kaçınılmazdır. Bu çalışmada KOBİ'lerin maruz kaldığı siber saldırılara karşı çalışanların bilgi farkındalık düzeyleri analiz edilmiştir. Çalışmanın verileri Ankara'daki KOBİ çalışanlarının anket sorularına verdikleri cevaplardan elde edilmiştir. Çalışanların bilgi farkındalık düzeyleri çeşitli demografik özelliklerine göre T testi ve ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Cinsiyete göre çalışanların bilgi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, orta ve üst düzey yöneticilerinin diğer pozisyondaki çalışanlara göre, yaşlıların gençlere göre, lisans mezunlarının diğer alt eğitim düzeylerine göre, yüksek gelir düzeyine sahip çalışanların daha az gelir düzeyine göre, karmaşık şifre belirleyenlerin basit şifreleme kullananlara göre daha yüksek bilgi farkındalığına sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Siber Saldırı, KOBİ, Siber Güvenlik, Bilgi Farkındalık Düzeyi*

INVESTIGATION THE AWARENESS LEVELS OF SMEs AGAINST CYBER ATTACKS: CASE OF ANKARA

Abstract

In recent years, it is seen that cyber attacks and crimes have increased in parallel with the development in internet technology. This increase leads to a serious security risk for businesses and poses a great threat to businesses. The fact that business managers and officials do not take precautions against these threats leaves the information and capital elements of businesses vulnerable. It is inevitable that SME managers, who make up the majority of businesses in Turkey, are more exposed to cyber attacks, to take precautions against cyber attacks. In this study, information awareness levels of employees against cyber attacks that SMEs are exposed to were analyzed. The data of the study were obtained from the answers given by the SME employees in Ankara to the survey questions. Employees' knowledge awareness levels were analyzed by T test and ANOVA test according to their various demographic characteristics. There was no significant difference between the knowledge awareness levels of the employees by gender. It has been determined that middle and senior managers compared to the employees in other positions, the elderly compared to the young, undergraduate graduates compared to other lower education levels, the employees with high income levels compared to have a lower income level and those who set complex passwords compared to those who use simple encryption have higher information awareness.

Keywords: *Cyber Attacks, SME, Cyber Security, Information Awareness Level*

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İşletme Bölümü, abdulhamit.es@gmail.com, orcid: 0000-0002-4120-0768

² Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Tezli Yüksek Lisans, nursahserdar@gmail.com, orcid: 0000-0002-4576-523X

Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Eş, A. ve Serdar, N. (2021). Siber saldırılara karşı kobi'lerin farkındalık düzeylerinin incelenmesi: Ankara ili örneği, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 133-151.

1. Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin son yüz yılda hayatın her alanında kullanılması birçok avantaj ve dezavantajı beraberinde getirmektedir. Teknolojik gelişmelere işletmeler arasındaki fiziksel mesafeler ortadan kaldırılmakla bilgi ve ihtiyaçların elde edilmesi çok daha kolay ve hızlı hale gelmektedir. Elektronik imza, e-posta, bulut teknolojisi vb. birçok bilgi teknolojileri işletmelerin siber güvenlik problemini ortaya çıkarmaktadır. Bilgi teknolojisi güvenliği veya elektronik bilgi güvenliği olarak da bilinen siber güvenlik, internet ortamında bilgisayarları, sunucuları, ağları ve verileri, kurum, kuruluş ve kullanıcıların karşılaşılabilecekleri risklere karşı güvenliğini sağlamak için kullanılan bir uygulamadır. Temel hedefi, gizlilik, bütünlük ve erişilebilirliktir.

İşletmelerin internet, intranet ve ekstranet gibi teknolojileri kullanması ve çalışanların birçoğunun internete bağlantılı işlemler yürütmesi işletmeleri elektronik saldırıların hedefi haline getirmiştir (Özmen, 2013:489). Küresel risklerle ilgili en son yayınlanan Dünya Ekonomik Forumu (WEF) raporu, siber saldırıların hem etki hem de gerçekleşme olasılığı açısından büyük riskler arasında olduğunu doğrulamaktadır. Türkiye ekonomisinde önemli rollerden birini üstlenen küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) tüm işletmelerin % 99.77'sini, toplam istihdamın % 78'ini, toplam katma değer % 55'ini, toplam satışların % 65.5'ini, toplam yatırımların % 50'sini, toplam ihracatın % 60.1'ini, toplam kredilerin % 24'ünü gerçekleştirmektedir (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2016). Ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasının temel taşı olan KOBİ'ler stratejik pazarlarda varlıklarını sürdürmek için teknolojiyi çok iyi kullanmaları ve siber saldırılar karşısında gerekli tedbirleri almak zorundadırlar. Büyük şirketlere göre daha az korunan ve risklerden habersiz olan KOBİ'ler, siber ortamda meydana gelen saldırının boyutunu çoğu zaman tespit edemezler. Bunun yanı sıra firma çalışanlarının, yöneticilerinin bilgi güvenliği konusunda yeteri kadar donanıma sahip olmaması ve KOBİ'lerin finansal kaynaklarının kısıtlı olması, yeterli teknik bilgiye ve deneyime sahip olmamaları nedeniyle her türlü siber saldırıya ve bu saldırılardan doğabilecek zararlara karşı savunmasız kalmaktadır.

Birleşik Krallık hükümeti tarafından yakın zamanda yapılan araştırmaya göre, KOBİ'lerin üçte ikisinden fazlasının hiçbir zaman siber suç mağduru olabileceğini düşünmediğini ortaya koymuştur. Ancak Price waterhouse Coopers (PWC) tarafından yayınlanan rapor, KOBİ'lerin %60'ının bilgisayarlarının ihlal edildiğini ve siber saldırıların hafife alınmaması gerektiğini göstermektedir (Lecisotti, 2015:10).

İşletmelere yönelik yapılan siber saldırılarda sisteme yetkisiz erişim, sistemin bozulması veya engellenmesi, bilgilerin değiştirilmesi, yok edilmesi, ifşa edilmesi ve çalınması gibi çeşitli yollarla, KOBİ'lerin faaliyetlerinin kesintiye uğramasına, itibarına zarar vermesine ve varlığını tehlikeye atmanın yanı sıra gelir kaybı, müşteri ve yatırımcı güven kaybına neden olmak gibi birçok mali yükü beraberinde getirmektedir (Atalay, 2014). Oluşan bu mali yükün tespiti ve olayın ne kadar ciddi olduğunu gösteren çeşitli şirketlerin yapmış olduğu araştırmalar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları veri ihlalini engellemek üzerine yapılan harcamaları ve siber saldırı oranlarını ön plana çıkarırken bazı araştırmalarda veri sızıntısı ve veri kaybından kaynaklanan maliyeti ön plana çıkarmaktadır (Çetin vd., 2015). KOBİ'lerin siber suçların neden olduğu zararı hafifletmek, farkındalık oluşturmak, gerekli yazılım ve donanım önlemlerini almak, çalışanlarını tehditler hakkında bilgilendirmek, güvenlik tehditleriyle ilgili gelişmeleri takip etmek ve güvenlik varlıklarını artırmak için desteğe ihtiyacı olduğu bulunmaktadır.

Bu çalışmada giriş bölümünden sonra literatür bölümünde KOBİ'lerin temel özellikleri, siber güvenlik ve siber saldırı kavramları açıklandıktan sonra siber güvenlik ve siber saldırı alanında literatürde yer alan çalışmalara yer verilmiştir. Yöntem kısmında çalışmanın amacı, anakütle

örneklemi, önemi ve kullanılan ölçekler hakkında bilgiler verilmiş, kullanılan analiz teknikleriyle elde edilen değerler bulgular kısmında yazılarak sonuç kısmında tartışılmıştır.

2. Literatür

2.1 KOBİ'lerin Tanımı

2018 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Avrupa Birliği (AB) Bakanlığı, Kamu Gözetimi Kurumu (KGK), Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) katılımıyla oluşturulan yeni yönetmeliğe göre KOBİ, “250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 125 milyon lirayı aşmayan ve yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükte işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimler”dir. 2018 yılı itibariyle KOSGEB veri tabanına kayıtlı işletme sayısı 1.417.995’e ulaşmıştır (KOSGEB, 2018).

Günümüz küresel ekonomik şartlarında KOBİ'ler büyük ölçüde internet ve bilgi teknolojilerine bağımlıdır. Ancak BT Güvenliği söz konusu olduğunda, çoğu KOBİ'nin genellikle sistemlerini siber tehditlere karşı koruyacak bilgi korumayla ilgili kurumsal politikalar ve görevler oluşturacak teknik uzmanlık ve bilgiye sahip olmadıklarını görülmektedir.

Son yapılan araştırmalara göre Türkiye’de gerçekleştirilen siber saldırıların %71’inin KOBİ'lere yönelik olduğu ortaya konmuştur. KOBİ'ler için siber saldırı riskinin ise %61'e yükseldiğini söyleyen uzmanlar, siber güvenlik okur-yazarlığının düşük olduğu KOBİ'lere karşı tehditlerin giderek artacağını öngörüyor. Bu bağlamda bütçe kısıtlamaları veya personel eksikliği nedeniyle KOBİ'ler için siber saldırılara karşı güçlü güvenlik önlemleri uygulamak ve internet güvenliği ihlallerini kontrol etmek oldukça zordur.

Ponemon Enstitüsü tarafından yakın zamanda yapılan bir araştırma, KOBİ'lerin karşılaştığı siber güvenlik zorluklarına dair net bir çerçeve sunmaktadır. “KOBİ'lerde Küresel Siber Güvenlik Durumu” isimli raporda üst üste üç yıl, KOBİ'lerdeki güvenlik ihlallerinde önemli bir artış olduğu bildirilirken, aynı zamanda işletmelerin veri ihlallerini tespit etme süresinin de ortalama 197 gün sürdüğü belirtilmektedir (CyberMag, 2020). National Technology Security Coalition tarafından yapılan araştırmada 2019 yılında dünya çapındaki tüm işletmelerin %28'inin DDoS saldırılarına maruz kaldığı ve bu saldırıların başarılı olması fidye yazılımı gibi yıkıcı sonuçlara neden olabildiği belirtilmektedir. Aynı araştırmada global tüm kuruluşların %27'sinin mobil ve bulut platformlarına yönelik saldırılardan etkilendiği ve 2019 yılının çalışan ve müşteri bilgilerinin çalınmasına dair rekor sayıda veri ihlali olduğu raporlanmıştır (Ntsc, 2020: 22,23). Ayrıca yapılan araştırmalar işletmelerin uğradığı siber saldırıların her geçen gün daha da arttığını ve buna bağlı olarak marka ve imaj kayıplarının yanı sıra bir takım finansal kayıplarla da karşı karşıya kaldıklarını ortaya koymaktadır.

Zurich Insurance'nin 2019 yılında yayınladığı rapor hızlı dijitalleşmenin ve nesnelere internetin gelişmiş dünyanın ve altyapısının bağlantısını genişlettiğini ortaya koyarken (Mangat, M. 2020), ABD merkezli KOBİ'lere finansman desteği sağlayan Fundera'nın KOBİ'ler üzerinde gerçekleştirdiği siber güvenlik araştırmaları ise, siber saldırıların yarısının KOBİ'lere yönelik gerçekleştiğini ve büyük çoğunluğunun BT güvenliğinden sorumlu uzman çalışana sahip olmamasından kaynaklı olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle küresel ortamda KOBİ'lerin yılda 2.2 milyon dolarlık bir zarara uğramasının nedeni olan saldırganların yaptıkları saldırılarda başarıya ulaşma konusunda çok da zorlanmadıklarına dikkat çekilmiştir. Uzmanlar 2020 yılında işletmelerin neredeyse %25'inin IoT cihazları aracılığıyla veri ihlallerine yenik düştüğünü belirtmiştir. Siber saldırılara uğrayan KOBİ'lerin %60'ının ABD'de 6 ay sonra iş faaliyetlerini sonlandırdığı da

düşünüldüğünde, finansal ve itibar kaybı yaşamak istemeyen KOBİ'lerin dikkat etmesi gereken siber güvenlik adımlarının olduğu belirtilmektedir (Hürriyet, 2020).

2.2 Siber Güvenlik ve Siber Saldırı

KOBİ ve Kurumların penceresinden siber güvenlik kavramına bakıldığında bilgi güvenliği kavramı sıkça karşımıza çıkmaktadır. Bilgi güvenliği, bilginin işlenirken, depolanırken ve taşınırken izinsiz veya yetkisiz bir biçimde erişimi, kullanımı, değiştirilme, yeni veriler ekleme, silinme, el değiştirme ve hasar verilmesini önlemek olarak tanımlanırken, “gizlilik”, “bütünlük” ve “erişilebilirlik” olarak isimlendirilen üç temel unsurdan oluşmaktadır. Başaranoğlu (2016), bu unsurları şu şekilde tanımlamaktadır:

- **Gizlilik:** Bilginin işlenirken, depolanırken ve taşınırken yetkisiz kişilerin eline geçmesinin engellenmesi ve yetkisiz erişimlerden korunmasıdır.
- **Bütünlük:** Bilginin yetkisiz kişiler tarafından bozulmasının, yeni veriler eklenmesinin, silinmesinin ve değiştirilmesinin engellenmesidir.
- **Erişilebilirlik:** Bilginin ihtiyaç duyulduğu zaman tam ve eksiksiz olarak ulaşılabilir ve kullanılabilir durumda olmasıdır.

Siber güvenlik; bilgi teknolojisi güvenliği olarak bilinen ve bireylerin, kurumların veya hükümetlerin bilgi işlem sistemlerini güvenilir bir şekilde sürdürebilmesini sağlamanın yanı sıra siber saldırılara ve izinsiz erişimlere karşı koruyan uygulama olarak bilinmektedir.

Ürünlerini pazarlamak ve potansiyel müşterilere ulaşmak için sosyal ağları aktif kullanan KOBİ'ler, Siber suçlardan etkilenme ihtimalleri oldukça yüksektir. Bilgisayar korsanları ve diğer siber suçluların saldırıları sonucunda KOBİ'ler yaşayacakları finansal kayıpların yanı sıra, KOBİ'lerin marka ve imaj kayıplarıyla birlikte müşterilerinin güvenini kaybetme riski ile de karşı karşıya kalmalarıdır. Başlıca siber saldırıları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

- **Phishing (Oltalama) Saldırıları:** Rastgele kullanıcı hesaplarına e-mail gönderilerek şifreleri ve kredi kartı bilgilerini çalmaya yönelik yapılan bir tür çevrimiçi saldırdır.
- **Kötü amaçlı yazılım:** Bir kullanıcının bilgisayarına zarar vermek üzere tasarlanmış bir program veya dosyadır.
- **DoS ve DDoS:** Bazı çevrimiçi hizmetlerin düzgün çalışmasını engellemeye çalışmak için yapılan saldırılardır. Yani başka bir deyişle, saldırganlar sistemi meşgul etmek amacıyla bir web sitesine veya bir veri tabanına çok sayıda istek yollarlar ve bu da sistemlerin durmasına neden olur.
- **SQL Injection:** Bu yöntemde SQL güvenlik açıklarından faydalanılarak veri tabanları kontrol altına alınır.

Siber Güvenlik ve siber saldırı alanında literatürde yer alan çalışmalara aşağıda değinilmiştir. Çalışmaların Siber saldırılara karşı kullanılacak program ve yazılımlara ve kurumların uğradığı finansal kayıplara odaklandığı görülürken, personellerin bilgi farkındalığına dair bir çalışma bulunmamaktadır.

Önder ve Ender Şahinaslan (2019: 494) ise, yaptığı araştırmalarda Symantec güvenlik firmasının 2012 yılında yapmış olduğu “Endpoint Security En İyi Uygulamalar Araştırması” sonucuna göre 2011 yılında araştırmaya katılan ülkelerden 1.425 kurumun %81'inin siber saldırılara maruz kaldığını belirtmiştir. Ortaya çıkan en belirgin kayıplar arasında kurumsal kimliğin ve marka imajının zarar gördüğü, motivasyon kaybının yaşandığı, müşterilere ya da personele ait veri ihlallerinin yaşandığı belirtilmiştir. Symantec tarafından 2012 yılında yapılan bu araştırmada,

siber saldırıların şirketlere verdiği zararlardan doğan finansal kaybın 470.000\$ olduğu belirtilmektedir. 2011 yılında Britanya’da gerçekleşen siber saldırıların ülke ekonomisine maliyetinin 27 milyar pound olduğu, ABD’de ise gerçekleşen siber saldırılardan kaynaklı finansal kayıpların oldukça yüksek bir rakama ulaştığı raporlanmaktadır. Bu bağlamda işletmeler için başarılarının devamlılığını sürdürmeleri açısından cari sermayelerini korumak, veri ihlalleri karşısında depolanan verilerin türünü, nerede depolandığını, veri güvenliği ve kurtarma eylemlerini uygularken olası yükümlülüklerin neler olduğunu özetleyebilmek adına “iş sürekliliği planı”na sahip olmak, bunların yanı sıra marka ve imajlarını da korumaya çalışmak ve siber saldırıları kurumsal sistemleri ihlal etmeden önce önlemek stratejik zorunluluk olmalıdır.

Boateng ve Osei (2013), yaptıkları çalışmada güvenlik açıklarının çok sayıda tehdit tarafından istismar edildiğinden, KOBİ’lerin bu durumdan olumsuz etkilendiğini ve bunun da bazı durumlarda işletmenin kapanmasına neden olabileceğini belirtmişlerdir. Son zamanlarda siber saldırıların kapsamının artmasıyla uzmanlar, bu konuda hiçbir şey yapılmazsa gelecekteki saldırıların ciddiyetinin bugüne kadar gözlemlenenden çok daha büyük olabileceğine inanıyorlar. Ayrıca yapmış oldukları çalışmada, bu güvenlik açıklarının ortaya çıkma ve ele alınma hızının belirsiz olduğunu da vurgulamışlardır. Bu durum, KOBİ’lerin sık sık güvenlik açığı değerlendirmesine tabi tutulmasını gerekli kılmaktadır.

Dr. Göztepe ve diğerleri (2014), yaptıkları çalışmada Estonya’da 2007 yılında gerçekleşen siber saldırıların, siber tehdit kavramının dikkate alınması açısından dünyayı alarma geçirmesi hususunda dönüm noktası olması gerekirken, siber saldırılara maruz kalan ilk hedef ülkelerden biri olan Türkiye’nin, doğrudan veya dolaylı olarak bu saldırıların temeli haline geldiğini de belirtmişlerdir. İşletmelerde özellikle kullanıcı sayısının artmasının ve işletmenin büyümesinin bilgi güvenliği seviyesinde azalma meydana getireceğini vurgularlarken, dışarıdan gelecek saldırılara karşı önlem alınmasının yanında yerel alan ağ güvenliğinin de önemli bir husus olarak karşımıza çıktığını belirtmişlerdir. Ayrıca, çalışmada uygulama düzeyinde saldırıları önlemenin kullanıcı nedeniyle zor olduğu belirtilirken bu konuda fiziksel katmanda, ağda ve sistemde güvenliği sağlamaya yönelik geleneksel yaklaşımın, yazılım güvenliği ile tanımlanması gerektiği ve önümüzdeki on yıl içinde siber saldırıların, dünyadaki güvenlik için en büyük tehditlerden biri haline geleceği vurgulanmaktadır.

Nabila Amrin (2014), yaptığı çalışmada KOBİ veri güvenliğine yönelik en büyük 10 tehdidin bilinen bir güvenlik açığından otomatik olarak yararlanma, kötü amaçlı HTML e-posta, çalışanlar tarafından pervasız web sörfü, web sunucusu uzlaşması, taşınabilir bir cihazda veri kaybı, Wi-Fi etkin noktalarının dikkatsiz kullanımı, otel ağlarının ve kioskların dikkatsiz kullanımı, uzlaşmaya yol açan zayıf konfigürasyon, olasılık eksikliği, içeriden saldırılar olduğunu belirtirken güvenliği ihlal eden varlıkların ise bilgisayarların işletim sistemi, e-postayı görüntüleyen cihazlar, bilgisayarlar, dizüstü bilgisayarlar vb., web sitesi ve sunucu, Taşınabilir cihazlar ve veriler, Şirketin verileri, çalışanın cihazı, tüm internet ağı, tüm BT altyapısı, tüm BT altyapısı olduğunu vurgulamıştır.

İbrahim Kurnaz (2016), yaptığı çalışmada ağlara dayalı güvenlik kategorisinde bulunan siber saldırıların, dünya çapında sonuçları bakımından 21. yüzyılın önemli güvenlik tehditlerinden biri olduğunu belirtmiştir.

Kerem Yaylacı (2020), araştırmasında bir siber saldırı sonucunda oluşabilecek finansal kayıpların tam olarak hesaplanabilmesinin oldukça güç olmasının ötesinde şirketlerin çoğunlukla ağlarının siber saldırıya maruz kaldığını ve bunun sonucunda da oluşan bir takım hasarları müşteri, marka-imaj, güven kaybı ve yasal sorunlar gibi pek çok nedenlerden ötürü gizleme yoluna gittiğini belirtmiştir. Ayrıca buna ilişkin verilerin oldukça kısıtlı olduğunu da belirten Yaylacı, açıklanan bazı verilere bakıldığında maddi hasarın da oldukça yüksek olduğunu raporlamıştır.

Çetin vd. (2015), çalışmada siber güvenlik tehditleri ortaya konarak Türkiye'de ve Dünya'da e-ticaret üzerindeki etkileri incelenmiş ve siber saldırıların maliyetleri üzerinde durulmuştur.

Taner ve Kılıç (2019), Siirt'te görev yapan 404 emniyet personelinin bilgi güvenliği farkındalık düzeyleri anket çalışmasıyla belirlemiştir. Çalışmada personelleri saldırı ve tehditler alt faktöründe ve kişisel verileri koruma faktörlerinde elde edilen sonuçların yetersiz olduğu ve bilgi farkındalık düzeylerinin artırılması için personele bu konular hakkında gerekli eğitimlerin verilerek tedbirlerin artırılması gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

3. Yöntem

3.1 Araştırmanın Amacı

Siber güvenlik konusu özellikle son yıllarda birçok araştırmacının ilgi odağı haline gelmiş ve çalışmalara konu olmuştur. Yeni teknoloji sistemlerinin uygulanması, KOBİ'lerin işlerini yürütme şeklini değiştirmiştir. KOBİ'lerde hedeflere ulaşmak için kötü amaçlı yazılım, veri ihlalleri, güvenli olmayan ağ gibi açık riskleri dikkate almadan yeni teknolojiyi benimsemek iş dünyasında sorunlara yol açar. Bu çalışmanın temel amacı; Ankara'da faaliyet gösteren KOBİ'lerin siber güvenlik yönetimine ilişkin mevcut düzeylerinin analiz edilmesi ve siber güvenlik yönetimine ilişkin sorunlarının tespit edilmesidir.

3.2 Araştırmanın Önemi

National Technology Security Coalition tarafından yapılan araştırma da 2019 yılında dünya çapındaki tüm işletmelerin %28'inin DDoS saldırılarına maruz kaldığı belirtilmiştir. Bu tür bir saldırının başarılı olması fidye yazılımı gibi yıkıcı sonuçlara neden olabilmektedir. Aynı çalışmada global olarak tüm kuruluşların %27'sinin mobil ve bulut platformlarına yönelik saldırılardan etkilendiği ve 2019 yılının çalışan ve müşteri bilgilerinin çalınmasına dair rekor sayıda veri ihlali olduğu raporlanmıştır (Ntsc, 2020:22). Ayrıca yapılan araştırmalar işletmelerin uğradığı siber saldırıların her geçen gün daha da arttığını ve buna bağlı olarak marka ve imaj kayıplarının yanı sıra bir takım finansal kayıplarla da karşı karşıya kaldıklarını ortaya koymuştur. Dolayısıyla işletmeler bu tehditlere ve risklere karşı gereken önlemleri almak zorunda olsalar da çoğu işletme siber saldırıları önemsememektedir. Bu çalışma Ankara'da faaliyette bulunan KOBİ'lerin siber saldırılara yönelik bilgi güvenliği farkındalığının ve mevcut durumlarının analiz edilmesi açısından önem arz etmektedir.

3.3 Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmada Ankara ilinde varlığını sürdüren tüm KOBİ çalışanları ana kütle (evren) olarak kabul edilmiş ve örneklemin evreni daha iyi temsil edebilmesi için farklı sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ çalışanlarına ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma da kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırmada kullanılacak ana kütlenin büyüklüğü çalışmanın geçerliliği yönünde etkili olacaktır. Ölçek geliştirme çalışmaları incelendiğinde araştırmacılar örneklem büyüklüğü olarak 100 ve 200 ü zayıf, 300 ve 500 ü iyi olarak değerlendirirken 1000'i mükemmel olarak tanımlamışlardır (Çatuk, 2018:70). Bu nedenle bu çalışma da tek bir il üzerine odaklanılmasından dolayı toplam da 300-500 boyut aralığında bir veri seti kullanılmıştır.

3.4 Veri Setinin Toplanması

Araştırmaları yürütebilmek adına genellikle nitel, nicel ve karma olarak üç yöntem kullanılır. Araştırmada birincil veri toplama aracı olarak kullanılan anket, Google form da hazırlanarak katılımcılara internet ortamında ulaştırılmıştır.

Araştırmada nicel verilerin toplanması için iki kısımdan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Birinci kısımda katılımcıların özelliklerini belirlemeye yönelik demografik soruların yanı sıra KOBİ'lerin bilgi güvenliklerine yönelik siber saldırılara karşı uyguladıkları yöntem ve teknikleri belirlemeye yönelik sorular sorulurken, ikinci kısımda çalışanların bilgi güvenliği farkındalığını belirlemeye yönelik 5'li likert tipi sorularla beraber şirket yöneticilerinin ve çalışanların olası bir siber saldırı da firmalarının yaşayacağı kayıpların farkında olup olmadıklarının ve herhangi bir siber saldırıya maruz kalıp kalmadıklarının, eğer maruz kaldıysa bunun hem finansal hem de finansal olmayan açılardan işleri üzerindeki etkilerinin neler olabileceğine dair farkındalıklarını ölçmek adına açık uçlu sorular sorulmuştur ve açık uçlu soruların cevapları temalara bölünmüştür.

Elde edilen ham veri kümesinin istatistiksel analizinden önce, anketin KOBİ çalışanları tarafından eksiksiz bir şekilde doldurulup doldurulmadığı, sorulara bilinçli bir şekilde cevap verilip verilmediğini belirlemek amacı ile güvenilirlik ve küresellik çalışması yapılmıştır. Güvenilirlik Cronbach alpha, küresellik ise Bartlett testi ve Kaiser Mayer Olkin(KMO) ölçütü ile saptanmıştır (Nunnally, 1967), (Bartlett, 1950). Bu kapsam da verilen cevaplar incelenmiş ve eksik veya uç değer olmadığı saptanmıştır. Tablo 1 hesaplanan test sonuçlarını belirtmektedir.

Tablo 1
Veri Seti Güvenilirlik ve Küresellik Değerleri

Ölçekler	N	KMO	Bartlett Test	Cronbach Alpha
Bilgi Güvenliği Farkındalığı	365	0,962	0,000	0,966

Tabloda görüldüğü üzere hesaplanan güvenilirlik istatistiği (Cronbach alpha) 0.96 olarak tespit edilmiştir. İdeal güvenilirlik seviyesinin %70'ten büyük olması verinin güvenilir ve yansız olduğunu ifade etmektedir (Nunnally, 1967). Bunun yanı sıra, Bartlett test istatistiği de korelasyonun yeterli olduğunu göstermektedir(0,00<0,05). Ayrıca, KMO ölçütü de "mükemmel" değer aralığında ($1,00 \leq KMO \leq 0,90$) çıkmıştır. Bu durum bize verilerin faktör analitik modeli ile modellenebileceğini göstermektedir (Field, 2000).

3.5 Veri Çözümleme Yöntemleri

Bu çalışmada, 365 kişinin anket sorularına vermiş olduğu cevaplardan açık uçlu sorular için temalar belirlenerek kodlanmış örüntüler ortaya çıkarılmıştır. Açık uçlu soruların temaları aşağıdaki gibidir:

- Olası bir siber saldırıda firmanızın yaşayacağı kayıplardan kaçınmak için alınacak önlemler:
 - Sistem ile ilgili önlemler: 1
 - Yedekleme ile ilgili önlemler: 2
 - Eğitim ile ilgili önlemler: 3
 - Kontrol ile ilgili önlemler: 4
- Siber saldırıya maruz kalındıktan sonra yaşanan kayıplar:
 - Veri kayıpları: 1
 - İmaj/Müşteri/Prestij kayıpları: 2
 - Finansal kayıplar: 3
 - İş aksamaları ile ilgili kayıplar: 4

Kapalı uçlu sorular da numerik etiketler ve puanlama kullanılmıştır. Demografik veriler (cinsiyet, yaş, vb.) kategorik olarak belirlenirken, çoktan seçmeli sorular da pozitif negatif

puanlama yapılmıştır. Bu puanlar toplanarak her bir bireyin farkındalık seviyesi tespit edilmiş ve çözümlenmiştir.

Araştırmada kullanılan 5’li Likert tipi ölçeği kapsamında katılımcılardan değişkenlere ait her bir soru için 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum seçeneklerinden birisini tercih etmeleri istenmiş ve ölçek maddeleri olarak da “gizlilik”, “tamlik”, “erişilebilirlik” ve “güvenilirlik” maddeleri kullanılmıştır. Bu analizde de, kapalı uçlu sorulara benzer şekilde ölçekler puanlara çevrilerek her bir bireyin bilgi farkındalığı değişkenlerine verdiği cevaplar puan olarak hesaplanmıştır.

Demografik özelliklerin bilgi farkındalığına dayalı karşılaştırmaları T-Test ve ANOVA kullanılarak yapılmıştır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Tukey HSD testi uygulanmış ve çoklu karşılaştırma tabloları elde edilmiştir.

Melnick (2020), “En yaygın 10 Siber Saldırı Türü” adlı yaptığı araştırmada, parola ile ilgili saldırıların ilk 5 içinde yer aldığını belirtmiştir. Arezina (2019), yaptığı çalışmada şifrelerin (%32) tarayıcıya kaydedildiğini ve %26’sının ise şifrelerini deftere veya yapışkanlı notlara yazdıklarını raporlamıştır. Ayrıca aynı raporda çalışanların %57’sinin parola yönetimini işlerini yapmaktan alıkoyan bir sıkıntı olarak gördüklerini belirtmiştir. Michael (2017) ise, yaptığı araştırmada, dünya çapındaki şirketlerin CEO’larının %30’unun iş e-postalarını kullanabilmek adına bir çevrimiçi hizmete kaydettikleri şifrelerinin sızdırıldığını raporlamıştır. Bu bilgiler ışığında, yönetici pozisyonlarının şifrelere yönelik tutumu arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek için “Firmadaki pozisyonunuz” ve “Şifrelerinizi ne sıklıkla değiştirirsiniz” anket soruları için Ki-Kare (Chi-square) analizi kullanılmıştır.

Bu araştırmada kullanılan anket soruları, Çatuk (2018) tarafından yapılan bir çalışmadan referans alınarak hazırlanmıştır. Bu çalışma, kullanılacak istatistiksel yöntemlerin sonuçlarına göre değerlendirilmiştir ve analiz için SPSS Statistics 26 programı kullanılmıştır.

4. Çalışma Bulguları

4.1 Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde toplanan verilerin istatistiksel analizleri, testleri yapılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır. Araştırmada öncelikle demografik verilerle betimleyici istatistikler tanımlanmıştır.

Tablo 2

Ankete Katılanların Demografik Özelliklerinin Frekans Dağılımı

Cinsiyet	N	%	Firmadaki Pozisyon	N	%
Kadın	178	48,8	İdari çalışan	60	16,4
Erkek	187	51,2	Teknik çalışan	90	24,6
Yaş			Alt düzey yönetici	75	20,5
18-24	60	16,4	Orta düzey yönetici	80	22,1
25-31	91	24,9	Üst düzey yönetici	60	16,4
32-38	90	24,7	Gelir Düzeyi		
39-45	71	19,5	0-2500 TL	57	15,6
46 ve üzeri	53	14,5	2501-4000 TL	113	31,0
Eğitim			4001-6000 TL	90	24,7
İlköğretim	45	12,3	6001-8000 TL	60	16,4
Lise	83	22,7	8001 ve üzeri	45	12,3
Önlisans	71	19,5	Toplam	365	100
Lisans	113	31,0			
Lisansüstü	53	14,5			
Toplam	365	100			

Tablo 2’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan bireylerin 187 (%51,2) sini erkekler oluştururken 178 (%48,8) katılımcı cinsiyetini kadın olarak belirtmiştir. Buna ek olarak ankete cevap veren katılımcıların çoğunluğunun 25-31(%24,9) ve 32-38(%24,7) yaş grubu aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş grubu dağılımının da homojen olduğu tablodaki frekans değerlerinden anlaşılmaktadır. Ayrıca görüldüğü üzere anketi cevaplayan katılımcıların çoğunluğunu 90 kişi(%24,6) ile teknik çalışanlar oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim seviyelerine bakıldığında ise, büyük çoğunluğun(%31) lisans mezunu olduğu görülmektedir. 2501-4000 TL arası gelir düzeyine sahip katılımcıların ankette çoğunluk olduğu(%31) tespit edilmiştir.

Yukarıda bahsedilen tanımlayıcı istatistiklere ek olarak ilgili demografik değişkenlerle çapraz analizler gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerin sonucunda, şu sonuçlara varılmıştır:

- Katılımcılardan erkek çalışanların çoğunluğunun 25 ila 31 yaş arası grubunda olduğu tespit edilmiştir.
- Katılımcılardan üst düzey pozisyona sahip çalışanların %33’ünün kadın olduğu görülmüştür.
- Erkek katılımcıların çoğunluğunun pozisyonunun teknik sorumlu(%29,7) olduğu saptanmıştır.
- Orta düzey çalışanların %43,5’inin 38-45 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir.
- 46 ve üzeri yaş grubunun %60’ının üst düzey yönetici pozisyonunda görev aldığı saptanmıştır.
- 18-24 yaş grubu çalışanlarının büyük bir çoğunluğunun(%56) idari çalışan olduğu görülmüştür.

Demografik verilerin tanımlayıcı istatistiklerinden sonra güvenlik politikası ile alakalı çoktan seçmeli anket sorusunun da tanımlayıcı istatistiği hesaplanmıştır. Aralığı -3 puan ve 6 puan arasında değişmekte olup, ortalaması 1,78’dir. Bu gösteriyor ki güvenlik politikası uygulamaları her ne kadar pozitif bir ortalama çıkarmış olsa da yeterli farkındalık mevcut değildir.

Açık uçlu sorularda tespit edilen temalar için yeni değişkenler atanmış ve tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. 51 katılımcının olası bir siber saldırıdan kaçınmak için alacağı önlemlere ait teması ve sıklığı aşağıdaki gibidir:

Tablo 3
Önlemlere Ait Tema Frekans Dağılımı

Tema	N	%
Sistem Güvenlik Önlemleri	15	29,4
Yedekleme Önlemleri	13	25,5
Eğitim Önlemleri	12	23,5
Kalite Kontrol Önlemleri	11	21,6
Toplam	51	100,0

Tablo 3’te görüldüğü üzere katılımcıların çoğunluğu sistem koruması(%29,4) ve yedeklemenin(%25,5) firmanın olası bir siber saldırıya karşı alacağı önlemler arasında daha etkin olacağını düşünmektedir.

36 katılımcının siber saldırıya maruz kalındıktan sonra firmanın yaşadığı kayıpları belirttiği tema ve sıklığı aşağıdaki gibidir:

Tablo 4

Siber Saldırı Sonrası Yaşanılan Kayıpların Tema Frekans Dağılımı

Tema	N	%
Veri kayıpları	10	27,8
İmaj/Müşteri/Prestij kayıpları	12	33,3
Finansal kayıplar	9	25,0
İş akması ile ilgili kayıplar	5	13,9
Toplam	36	100,0

Tablo 4'te görüldüğü üzere katılımcılar siber saldırıya maruz kaldıktan sonra şirketlerinde gördükleri en büyük kaybın imaj/müşteri/prestij kayıpları(%33,3) olduğunu belirtmişlerdir.

Likert tipi ölçüm sorusundan hesaplanan anket puanlarında katılımcılar en düşük 9 puan almışken en yüksek 45 puan almışlardır. Puan ortalaması ise, 29,47 olup, katılımcı şirketlerde bilgi farkındalığının mevcut olup yeterli olmadığı yorumlanmıştır.

4.2 Bilgi Farkındalığı Analizleri

Araştırmanın bu aşamasında katılımcıların 5'li Likert tipi ölçeği kapsamında yaptığı seçimler puana çevrilerek her bir birey için ortalama puanları yeni bir değişken olarak(farkındalık puanı) tanımlanmıştır. Daha sonra bu demografik değişkenlerin farkındalık değişkeni üzerinde etkisi olup olmadığına dair hipotezler kurularak T-Test ve ANOVA gerçekleştirilmiştir. Bu testler için anlamlılık düzeyini gösteren α değeri, 0,05 olarak alınmıştır.

Yapılan ilk analizde firmadaki pozisyonun bilgi farkındalığı ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığının analizi yapılmış olup test istatistiği 0,001 olarak hesaplanmıştır. Bunun sonucunda, %95 güven aralığında firmadaki pozisyonun bilgi farkındalığı açısından anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir.

Tablo 5

Firmadaki Pozisyona Göre Bilgi Farkındalığı Farklılık Test Sonucu

Firmadaki Pozisyon	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
İdari çalışan	2,73	1,31	0,001
Teknik çalışan	3,21	1,12	
Alt düzey yönetici	3,26	1,07	
Orta düzey yönetici	3,60	1,13	
Üst düzey yönetici	3,48	1,45	

Firmadaki pozisyona göre farkındalık değerleri arasında elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmış ve elde edilen çoklu karşılaştırma sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 6

Firmadaki Pozisyona Göre Tukey Karşılaştırma Sonuçları

Firmadaki Pozisyon	Sig. (P)				
	İdari çalışan	Teknik çalışan	Alt düzey yönetici	Orta düzey yönetici	Üst düzey yönetici
İdari çalışan	-	0,151	0,092	0,00*	0,007*
Teknik çalışan	0,151	-	0,997	0,184	0,616
Alt düzey yönetici	0,092	0,997	-	0,383	0,821
Orta düzey yönetici	0,000*	0,184	0,383	-	0,976
Üst düzey yönetici	0,007*	0,616	0,821	0,976	-

Tablo 6’da hesaplanan istatistiklere göre idari çalışanların farkındalık düzeyleri ile orta düzey yöneticiler ve üst düzey yöneticilerin bilgi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu grupların ortalama değerlerine bakıldığında orta ve üst düzey yöneticilerin farkındalık değerlerinin idari çalışanlara göre yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaş değerlerine göre bilgi farkındalık değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirleme amacıyla ANOVA testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7
Yaşa Göre Bilgi Farkındalığı Farklılık Test Sonucu

Yaş Grupları	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
18-24	2,73	1,32	0,001
25-31	3,46	1,13	
32-38	3,32	1,01	
39-45	3,55	1,14	
46 ve üzeri	3,05	1,54	

Elde edilen p değerinin(0,001) 0,05'ten küçük olması yaş grupları arasında farkındalık düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmış ve elde edilen çoklu karşılaştırma sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 8
Yaşa göre Tukey Karşılaştırma Sonuçları

Yaş Grupları	Sig. (P)				
	18-24	25-31	32-38	39-45	46 ve üzeri
18-24	-	0,003*	0,029*	0,001*	0,612
25-31	0,003*	-	0,928	0,993	0,283
32-38	0,029*	0,928	-	0,761	0,708
39-45	0,001*	0,993	0,761	-	0,164
46 ve üzeri	0,612	0,283	0,708	0,164	-

Elde edilen Tukey test sonuçlarına göre 18-24 yaş grubu farkındalık değerleri ile 25-31, 32-38 ve 39-45 yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır($p \leq 0,05$). Bu yaş gruplarının ortalama değerlerine bakıldığında 18-24 yaş grubunun farkındalık değerinin diğer gruplardan daha düşük olduğu görülmektedir. Diğer grupların birbirleri arasındaki farkındalık değerlerinin birbirinden farklı olmadığı anlaşılmaktadır.

Katılımcıların eğitim düzeyi değerlerine göre bilgi farkındalık değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirleme amacıyla Anova testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9
Eğitim Durumuna Göre Bilgi Farkındalığı Farklılık Test Sonucu

Eğitim Düzeyi	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
İlköğretim	1,77	0,74	0,000
Lise	3,08	1,09	
Önlisans	3,09	0,98	
Lisans	3,83	1,08	
Lisansüstü	3,83	1,21	

Elde edilen p değerinin(0,000) 0,05'ten küçük olması Eğitim düzeyi grupları arasında farkındalık düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmış ve elde edilen çoklu karşılaştırma sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 10
Eğitim Düzeyine Göre Tukey Karşılaştırma Sonuçları

Eğitim Durumu	Sig. (P)				
	İlköğretim	Lise	Önlisans	Lisans	Lisansüstü
İlköğretim	-	0,000	0,000	0,000	0,000
Lise	0,00	-	1,000	0,000	0,001
Önlisans	0,000	1,000	-	0,000	0,001
Lisans	0,000	0,000	0,000	-	1,000
Lisansüstü	0,000	0,001	0,001	1,000	-

Elde edilen Tukey test sonuçlarına göre ilköğretim mezunlarının farkındalık düzeyi ile diğer tüm gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre ilköğretim mezunlarının farkındalık düzeyi diğer tüm grupların farkındalık düzeyinden düşüktür. Ayrıca Lisans mezunlarının farkındalık değeri de lise ve ön lisans mezunlarından yüksek iken lisans üstü mezunlarıyla anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Lisansüstü mezunlarının bilgi farkındalık düzeyleri lisans mezunları hariç tüm gruplardan daha yüksek çıkmıştır.

Katılımcıların gelir düzeyi değerlerine göre bilgi farkındalık değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirleme amacıyla Anova testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11
Gelir Düzeyine Göre Bilgi Farkındalığı Farklılık Test Sonucu

Gelir Düzeyi	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
0-2500 TL	2,32	1,16	0,000
2501-4000 TL	3,22	1,04	
4001- 6000 TL	3,49	1,15	
6001-8000 TL	3,64	1,22	
8001 ve üzeri	3,60	1,37	

Elde edilen p değerinin(0,000) 0,05'ten küçük olması gelir düzeyi grupları arasında farkındalık düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmış ve elde edilen çoklu karşılaştırma sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 12
Gelir Düzeyine Göre Tukey Karşılaştırma Sonuçları

Gelir Düzeyi	Sig. (P)				
	0-2500 TL	2501-4000 TL	4001-6000 TL	6001-8000 TL	8001 ve üzeri
0-2500 TL	-	0,000*	0,000*	0,000*	0,000*
2501-4000 TL	0,000*	-	0,477	0,163	0,333
4001- 6000 TL	0,000*	0,477	-	0,937	0,982
6001-8000 TL	0,000*	0,163	0,937	-	1,000
8001 ve üzeri	0,000*	0,333	0,982	1,000	-

Elde edilen Tukey test sonuçlarına göre gelir düzeyi 0-2500 aralığında olan katılımcıların farkındalık düzeyi ile diğer tüm gelir grupları arasında anlamlı bir r farklılık bulunmaktadır. Elde edilen ortalama değerlere bakıldığında 0-2500 gelir düzeyindeki bireylerin farkındalık değerleri

diğer grupların farkındalığından düşük olduğu görülmektedir. Diğer gelir düzeylerinin farkındalık değerleri arasındaki farklılık p değerlerinin 0,05'ten büyük olması bu gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir.

Bilgi farkındalığının cinsiyete ve firmadaki çalışan sayısına göre anlamlı bir farkı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan t-testi ve Anova testi yapılmıştır. Elde edilen p değerlerinin 0,05'ten büyük olması cinsiyet ve çalışan sayısına göre farkındalık değerleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir.

Tablo 13

Cinsiyete ve Çalışan Sayısına Göre Bilgi Farkındalığı Farklılık Test Sonucu

Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
Kadın	3,17	1,23	0,170
Erkek	3,35	1,23	
Çalışan Sayısı			
1-10	2,96	1,29	0,094
11-49	3,16	1,11	
50-100	3,33	1,15	
101-250	3,44	1,35	

Katılımcıların firmada çalışma yılı değerlerine göre bilgi farkındalık değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirleme amacıyla Anova testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14

Firmada Çalışma Yılına Göre Bilgi Farkındalığı Anova Test Sonucu

Çalışma Yılı	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
0-5	3,37	1,24	0,001
6-10	3,33	1,06	
11-15	3,43	1,31	
16-20	3,06	1,38	
21 ve üstü	2,37	1,19	

Elde edilen p değerinin(0,001) 0,05'ten küçük olması çalışma yılı grupları arasında bilgi farkındalık düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmış ve elde edilen çoklu karşılaştırma sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 15

Firmada Çalışma Yılına Göre Tukey Karşılaştırma Sonuçları

Çalışma Yılı	Sig. (P)				
	0-5	6-10	11-15	16-20	21+
0-5	-	0,999	0,998	0,680	0,001*
6-10	,998	-	0,982	0,800	0,002*
11-15	,998	0,982	-	0,615	0,002*
16-20	,680	0,800	0,615	-	0,169
21 ve üstü	,001*	0,002*	0,002*	0,169	-

Elde edilen Tukey test sonuçlarına göre çalışma yılı 21 ve üstü olan bireylerin bilgi farkındalık düzeyi ile 0-5, 6-10 ve 11-15 yılları grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre çalışma yılı 21 ve üstü olan bireylerin bilgi farkındalık düzeyleri belirtilen gruplara göre daha düşüktür. Diğer grupların bilgi farkındalık düzeylerinin arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Katılımcıların şifre belirleme yöntemine göre bilgi farkındalık değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirleme amacıyla Anova testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16
Şifre Belirleme Yöntemine Göre Bilgi Farkındalığı Anova Test Sonucu

Şifre Belirleme Yöntemi	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
İlk Şifre	2,36	1,09	0,000
Kısa Şifre	2,99	1,06	
En Az 6 Karakterli	3,45	1,11	
Kişisel Anlamlı	3,51	1,15	
Karmaşık	3,45	1,35	

Elde edilen p değerinin(0,000) 0,05'ten küçük olması şifre belirleme yöntemleri arasında bilgi farkındalık düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmış ve elde edilen çoklu karşılaştırma sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 17
Şifre Belirleme Yöntemine Göre Tukey Karşılaştırma Sonuçları

Şifre Belirleme Yöntemi	Sig. (P)				
	İlk Şifre	Kısa Şifre	En Az 6 Karakterli	Kişisel Anlamlı	Karmaşık
İlk Şifre	-	0,068	0,000*	0,000*	0,000*
Kısa Şifre	,068	-	0,167	0,073	0,140
En Az 6 Karakterli	,000*	0,167	-	0,997	1,000
Kişisel Anlamlı	,000*	0,073	0,997	-	0,997
Karmaşık	,000*	0,140	1,000	0,997	-

Elde edilen Tukey test sonuçlarına göre ilk şifreyi kullanan bireylerin bilgi farkındalık düzeyleri ile kısa şifre grubu hariç diğer grupların bilgi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Grupların bilgi farkındalık değerlerine bakıldığında bu grubun farkındalık düzeyi 2,36 değeri diğer tüm gruplardan daha düşüktür. Diğer grupların farkındalık değerleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Katılımcıların şifre değiştirme sıklığına göre bilgi farkındalık değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirleme amacıyla Anova testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 18
Şifre Değiştirme Sıklığına Göre Bilgi Farkındalığı Anova Test Sonucu

Şifre Değiştirme Sıklığı	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (P)
Hiç değiştirmem	2,94	1,17	0,000
Biriyle Paylaştığımda	3,55	1,13	
Çok Sık	3,31	1,17	
6 ayda bir	3,59	1,21	
Yılda 1 kez	2,97	1,34	

Elde edilen p değerinin(0,000) 0,05'ten küçük olması şifre değiştirme sıklığına göre bilgi farkındalık düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden Tukey testi uygulanmış ve elde edilen çoklu karşılaştırma sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 19

Şifre Değiştirme Sıklığına Göre Tukey Karşılaştırma Sonuçları

Şifre Değiştirme Sıklığı	Sig. (P)				
	Hiç değiştirmem	Biriyle Paylaştığımda	Çok Sık	6 ayda bir	Yılda 1 kez
Hiç değiştirmem	-	0,009*	0,373	0,011*	0,822
Biriyle Paylaştığımda	,009*	-	0,706	0,999	0,000*
Çok Sık	,373	0,706	-	0,633	0,055
6 ayda bir	,011*	0,999	0,633	-	0,001*
Yılda 1 kez	,822	0,000*	,055	0,001*	-

Elde edilen Tukey test sonuçlarına göre şifresini hiç değiştirmeyenler ile yılda bir kez şifre değiştirenlerin bilgi farkındalık düzeyleri ile şifresini biriyle paylaştığında değiştiren ve 6 ayda bir değiştiren bilgi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre grupların ortalama değerlerine bakıldığında, şifresini 6 ayda bir değiştiren ve biriyle paylaştığında değiştirenlerin bilgi farkındalık düzeyleri şifresini hiç değiştirmeyen ve yılda bir kez değiştirenlerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca çok sık şifre değiştirenlerin bilgi farkındalık düzeyi ile diğer tüm gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Firmadaki pozisyon ve şifre değiştirme sıklığı arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Ki-Kare ilişki testi kullanılmış ve elde edilen p değerinin 0,05'ten küçük çıkmasıyla iki değişken arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmüştür. Buna göre bireylerin firmadaki pozisyonu yükseldikçe şifre değiştirme sıklığı da artmaktadır.

Tablo 20

Şifre Değiştirme Sıklığı İle Firmadaki Pozisyon Arasındaki İlişki Testi

Ölçüt	Pearson Ki-Kare Değeri	Sig.(P)
Firmadaki Pozisyon* Şifre Değiştirme Sıklığı	178,66	0,001

5. Tartışma ve Sonuç

Ankara ilinde bulunan KOBİ çalışanlarının bilgi güvenliği ve siber saldırılara karşı farkındalığı karşı bir çalışma yapılmış ve elde edilen veri seti test edilmiştir. Bu çalışma için, 365 çalışanın bilgi farkındalığı ve demografik bilgilerine dayalı çevrimiçi anket uygulaması kullanılmıştır. Elde edilen veri setinde güvenilirlik ve küresellik testlerinin sonuçları anlamlı çıkmış olup, veri seti üzerinde analizler gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerde katılımcıların demografik olarak homojen bir dağılım sergilediği görülmüştür. Değişken gruplarındaki farklılıklar için yapılan analizlerde T-Test, ANOVA ve Ki-Kare testleri gerçekleştirilmiştir. İstatistiksel analizler sonucu bazı demografik verilerin farkındalık kazanma ile ilgili anlamlı etkileşimlerin varlığı tespit edilmiştir. Bilgi farkındalığı konusunda idari çalışanların diğerlerine göre bilgi farkındalığı düzeyinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bunun nedeni, kurumlardaki kalite sistemlerinin olgunlaşmış olması ve ilgili bilgi güvenliği standartlarının (ISO 27001 gibi) sistemde oturmuş olmasından kaynaklı olabilir. Bunun yanı sıra, düşük gelir düzeyine sahip çalışanları Tukey HSD test sonucunun diğer gelir düzeylerine sahip katılımcılar ile anlamlı bir farklılığa sahip olup en düşük ortalama puana sahip olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu grubun, siber saldırılara ve bilgi güvenliği farkındalığına önem vermediği sonucunu yorumlamak mümkündür. Eğitim düzeyi ve yaş gruplarında da çıkan bilgi güvenliği farkındalığı testi de anlamlı çıkmıştır. Bu sebeple, bu değişkenler için en az bir grubun diğerlerinden farklı olduğu hipotezi kabul edilmiş olup çoklu karşılaştırma tabloları incelenmiştir. İlköğretim mezunu katılımcıların gelir düzeyinde olduğu gibi diğerleriyle anlamlı bir farklılığa sahip olduğu görülmekte olup en düşük puan ortalamasını yapmakta olduğu tespit edilmiştir. TÜİK (2019) verilerine göre eğitim seviyesi ilköğretim ve lise olan çalışanların yıllık ortalama brüt kazancı 9 bin 640 lira iken lisans ve lisansüstü mezunlarının

kazancı 27 bin 310 liradır. Dolayısıyla düşük gelir düzeyine sahip katılımcıların çoğunluğunu düşük eğitim düzeyi grubu olarak yorumlayabilir ve bilgi farkındalığına önem verilmediği bu analiz için de yapılabilir. Yaş grubunda da en dikkate değer yaş grubunun 18-24 yaş grubu olduğu görülmektedir. Bu durum, bu kuşağın bilişim ve teknoloji konusunda daha bilinçli, daha etkin ve daha bilgili olduğuyula açıklanabilir. Bu demografik değişkenlerin yanı sıra, bu çalışmada cinsiyet ve firmadaki çalışan sayısında farklılık olup olmadığının testleri de yapılmış ancak anlamlı bir değer kaydedilmemiştir. Ertuğrul ve Keskin (2012: 81) bilişim çağıının hüküm sürdüğü sanal ortamda cinsiyet, ırk, kültür vb. gibi gerçek dünyada önemli olabilecek değişkenlerinin önemini yitirdiğini vurgulamaktadır. Haliyle, bu çalışmada cinsiyetin bu ortamdaki güvenlik farkındalığı testinin anlamlı bir değer tespit etmemesi Ertuğrul ve Keskin 'in (2012: 81) bu savıyla yorumlanabilir.

Araştırmada bu çalışmalara ek olarak, açık uçlu sorularla, atak yaşanan KOBİ'lerde çalışanların şirketin en çok zarar gördüğü alanın imaj ve prestij kaybı dolaylı olarak da müşteri kaybı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışanların çoğu bu ataklara karşı önlem olarak sistemin güçlendirilmesini ve yedekleme eylemlerini önermişlerdir. Yapılan anket çalışmasında, bilgi farkındalığına dayalı puanlamanın ortalaması 29,47 çıkmıştır. Bu durum KOBİ'ler de bilgi farkındalığının mevcut ancak yeterli olmadığını göstermektedir.

Son olarak, çalışanların çoğunluğu, bir siber saldırının işletme imajları üzerinde olumsuz etkilere neden olacağını belirtmişlerdir. Bu durum, işletmelerin imajlarının olumsuz etkilenmemesi için, işletmelerin genel güvenlik stratejilerine ve planına, siber güvenlik ihlali raporlamalarına sahip olmaları, siber güvenlik konusunda farkındalık çalışmalarının yapılması ve çalışanların siber riskler konusunda bilinçlenmeleri gibi önlemlere daha fazla önem vermeleri gerektiği sonucunu doğurmuştur.

Çalışanların siber güvenlik ve siber saldırılara karşı bilgi farkındalık düzeylerinin belirlenmesine yönelik literatürde benzer çalışmaların bulunmaması elde edilen sonuçların kurum ve yıllara göre karşılaştırma imkanını ortadan kaldırmaktadır. Çalışanların bilgi farkındalık düzeyleri hakkında özellikle eğitim ve askeriye gibi önem arz eden farklı kurumlarda yapılacak çalışmalarla alan literatürü zenginleştirilecek ve kullanılacak ek değişken ve yöntemlerle konunun farklı boyutları ortaya çıkarılacaktır.

Kaynaklar

- Acılar, A. (2009). KOBİ'lerde Bilişim Teknolojileri Güvenliği Sorunu: Tehditler ve Önlemler, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, (C.X I,S I, 2009).
- Allan, C.Anne, J. , Beck, J. Beveren, J. V. (2003). A Framework for The Adoption of Ict and Security Technologies by SME's, A paper for the Small Enterprise Association of Australia and New Zealand 16th annual Conference, Ballarat, 28 Eylül-1 Ekim 2003. <http://www.africres.org/SMME%20Research/SMME%20Research%20General/Reports/Adoption%20of%20ICT%20by%20SMES.pdf> , (Erişim Tarihi: 25.11.2020).
- Amrin, N. (2014). The Impact of Cyber Security on SMEs, University of Twente, Faculty of Electrical Engineering, Mathematics and Computer Science, 2014. https://essay.utwente.nl/65851/1/Amrin_MA_EEMCS.pdf , (Erişim Tarihi: 09.02.2021).
- Arezina, L. (2019). Password statistics for 2020 – 'iloveyou' and 'sunshine' are most common, Dataprot, Kasım 2019. <https://dataprot.net/statistics/password-statistics/> , (Erişim Tarihi: 07.01.2021).
- Atalay, A. H. (2014). Siber Güvenlik ve Siber Suçlar. Erişim Tarihi: 08.04.2015. <http://www.slideshare.net/ahatalay/sber-gvenlk-ve-sbersularahaaralk2014-43135183>

- Barlett, M. S. (1950). Test of Sigficance in Factor Analysis. *British Journal of Psychology, Statistical Section*, 3, 77-85.
- Başaranoğlu, E. (2016). Bilgi Güvenliği Unsurları (CIA ve Diğerleri), Siberportal, Ocak 2016. <https://www.siberportal.org/blue-team/securing-information/bilgi-guvenligi-unsurlari-cia-ve-digerleri/> , (Erişim Tarihi: 15.12.2020).
- Berqnet, (2018). Siber Güvenlik Nedir? Veri Güvenliğini Nasıl Sağlarız?, Berqnet Blog, Aralık 2018. <https://berqnet.com/blog/siber-guvenlik-nedir> , (Erişim Tarihi: 23.11.2020).
- Boateng, Y. , Osei, E. (2013). *Cyber-Security Challenges with SMEs in Developing Economies: Issues of Confidentiality, Integrity ve Availability (CIA)*, Institut for Elektroniske Systemer, Aalborg Universitet, 2013.
https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/316448052/PhD_Thesis_Boateng_Final_for_print.pdf , (Erişim Tarihi: 09.02.2021).
- Bozgeyik, A. (2018). Gaziantep'te Faaliyet Gösteren Orta ve Büyük Ölçekli İşletmelerin Siber Güvenlik Yönetim Yaklaşımlarının Analizi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Doktora Programı Doktora Tezi, 2018.
- Çatuk, C. (2018). Siber Riskler Karşısında KOBİ'lerin Bilgi Güvenliği Farkındalıklarını Ölçen Bir Ölçek Geliştirme: Gaziantep Örnekleme, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Doktora Programı Doktora Tezi, 2018.
- Digitalage, (2018). KOBİ'lerin cevaplamaı gereken 10 siber güvenlik sorusu, Digitale İş Dünyası Platformu, Nisan 2018. <https://digitalage.com.tr/kobilerin-cevaplamaı-gereken-10-siber-guvenlik-sorusu/> , (Erişim Tarihi: 23.11.2020).
- Chepken, C. (2015). *The Effects of Cyber-crime on E-commerce; a model for SMEs in Kenya*, University of Nairobi School of Computing and Informatics, 2015.
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/95232/Wekunda_%20The%20Effects%20of%20Cybercrime%20on%20E-Commerce%20a%20Model%20for%20SMEs%20in%20Kenya.pdf?sequence=1&isAllowed=y , (Erişim Tarihi: 23.11.2020).
- Çetin H., Gundak İ. ve Çetin H.H. (2015). E-İşletme Güvenliği ve Siber Saldırıları Üzerine Bir Araştırma, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2): 223-240
- Göztepe, K. , Kılıç, R. , Dr. Kayaalp, A. (2014). *Cyber Defense In Depth: Designing Cyber Security Agency Organization for Turkey*, *Journal of Naval Science and Engineering* 2014, Vol.10, No.1, pp.1-24, 2014.
https://www.researchgate.net/profile/Kerim_Goztepe/publication/274733863_Cyber_Defense_In_Depth_Designing_Cyber_Security_Agency_Organization_For_Turkey/links/55290b710cf2779ab78e45a4/Cyber-Defense-In-Depth-Designing-Cyber-Security-Agency-Organization-For-Turkey.pdf , (Erişim Tarihi: 09.02.2021).
- kaynakçada unvan kullanımı?) Leccisotti, F. Z. (2015). *Guidelines for IT Security in SMEs*, United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute (UNICRI), 2015.
<https://www.combattingcybercrime.org/files/virtual-library/phenomena-challenges-cybercrime/guidelines-for-it-security-in-smes.pdf> , (Erişim Tarihi: 27.11.2020).
- Ertuğrul, İ. ve Keskin, N. (2012). İnternet'İN Türkçenin Kullanımında Ve Toplum Birey Yapısının Değişimindeki Rolü. Doğu Akdeniz Üniversitesi, Bilgisayar ve Teknoloji Yüksek Okulu, Mesleki Eğitim Sempozyumu, 3(2), 80-88.

- <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/402505>, (Erişim Tarihi: 11.02.2021)
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics using SPSS for Windows*. London- Thousand Oaks New Delhi: Sage Publications. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/156632>, (Erişim Tarihi: 20.01.2021).
- Her iki KOBİ'den biri siber saldırıya uğruyor, *Hürriyet Teknoloji*, Eylül 2019. <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/her-2-kobiden-biri-siber-saldiriya-ugruyor-41337601> , (Erişim Tarihi: 23.11.2020).
- Ilgaz, B. (2018). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler için Veri Güvenliği ve Standartları*, KTO Karatay Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Adli Bilişim Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi, Temmuz 2018.
- KOBİ'lerin sıkça karşılaştığı siber güvenlik sorunlarına 5 etkili çözüm, *Hürriyet Teknoloji*, Ekim 2020. <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/her-2-kobiden-biri-siber-saldiriya-ugruyor-41337601> , (Erişim Tarihi: 23.11.2020).
- Kurnaz, İ. (2016). *Siber Güvenlik Ve İlintili Kavramsal Çerçeve*, *Cyberpolitik Journal* Vol. 1, No. 1, 2016. <http://cyberpolitikjournal.org/index.php/main/article/view/91/89>, (Erişim Tarihi: 25.12.2020).
- Mangat, M. (2020). *81 Eye-Opening Data Breach Statistics for 2020*, PhoenixNap Global IT Services, 2020. <https://phoenixnap.com/blog/data-breach-statistics> , (Erişim Tarihi: 25.12.2020).
- Melnick, J. (2020). *Top 10 Most Common Types of Cyber Attacks*, Netwrix Blog, Ekim 2020. <https://blog.netwrix.com/2018/05/15/top-10-most-common-types-of-cyber-attacks/> , (Erişim Tarihi: 07.01.2021).
- Michael, M. (2017). *1 in 3 CEOs Have Had Passwords Leaked in Breaches*, F-Secure Blog, Ekim 2017. <https://www.ntsc.org/assets/pdfs/cyber-security-report-2020.pdf> , (Erişim Tarihi: 07.01.2021).
- Ntsc (2020). *Cyber Security Report 2020*, National Technology Security Coalition, 2020. <https://www.ntsc.org/assets/pdfs/cyber-security-report-2020.pdf> , (Erişim Tarihi: 25.12.2020).
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Osborn, E. (2014). *Business versus Technology: Sources of the Perceived Lack of Cyber Security in SMEs*, University of Oxford Centre for Doctoral Training in Cyber Security CDT Technical Paper 1/15, Eylül 2015.
- Özmen, Ş. (2013). *Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu: E-Ticaret*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Ponsard, C. , Grandclaudon, J. , Dallons, G. (2018). *Towards a Cyber Security Label for SMEs: A European Perspective*, CETIC Research Centre, Charleroi, Belgium, 2018. <https://www.scitepress.org/Papers/2018/66576/66576.pdf> , (Erişim Tarihi: 16.12 2020).
- Shojaifar, A. , Fricker, S. A. , Gwerder, M. (2018). *Elicitation of SME Requirements for Cybersecurity Solutions by Studying Adherence to Recommendations*, FHNW, IIT and IMVS, 5210 Windisch, Switzerland 2018. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2007/2007.08177.pdf> , (Erişim Tarihi: 17.12.2020).

- Şahinaslan, Ö. , Şahinaslan, E. (2019). Siber Tehditlerin Toplum Üzerindeki Olumsuz Etkileri, Proceedings of the International Congress on Business and Marketing, 2019 Maltepe University, Istanbul, 13.06.2019-14.06.2019.
- Taner E. Ve Kılıç İ. (2019). Güvenlik Güçlerinin Bilgi Güvenliği Farkındalığını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Güvenlik Bilimleri Dergisi, 8(2), 253-269
- TÜİK (2019). Kazanç Yapısı Araştırması, 2018. Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, Sayı: 30580. <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id> (Erişim Tarihi: 11.02.2021)
- Valli, C. , Martinus, I. C. , Jhonstone, M, N. (2014). Small to Medium Enterprise Cyber Security Awareness: An Initial Survey of Western Australian Business, Security Research Institute Edith Cowan University, 2014.
- Yaşar, H. , Çakır, H. (2015). Kurumsal Siber Güvenliğe Yönelik Tehditler ve Önlemleri, Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi, 3, s.488-507, 2015.
- Yaylacı, K. (2020). Siber Suçların Kurumsal ve Ekonomik Etkileri, Cahit Cengizhan Bilişim Etiği, Şubat 2020. <https://cahitcengizhan.com/siber-suclarin-kurumsal-ve-ekonomik-etkisi-2/> , (Erişim Tarihi: 15.12.2020).

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

SPOR YAPAN KADINLARIN BİREYSEL VE TOPLUMSAL YAŞAM BİÇİMLERİNDE MEYDANA GELEN DEĞİŞİMLER: DÜZCE ÖRNEĞİ¹

Fatma KIZILELMAS²

Öz

Vücut sağlığını koruma ve boş zamanını değerlendirme gibi sebeplerle son yıllarda spora yönelen kadınların sayısında gözle görülür derecede artışlara tanık olunmaktadır. Buna karşın konuyla ilgili yapılan sosyolojik çalışmalar daha ziyade kadınları spor yapmaya yönelten nedenlerle ilgili olup sporun kadınların bireysel ve toplumsal hayatlarında meydana getirdiği değişimler üzerindeki etkisi birkaç çalışmanın dışında neredeyse göz ardı edilmiş vaziyettedir. Bu bakımdan bu makalede, spor yapma alışkanlığının kadınların bireysel ve toplumsal hayatlarında meydana getirdiği etkileşimler ile spor yapmanın mevcut toplumsal değerlerin ve yargıların değişimindeki etkisine odaklanılmıştır. Bu amaçla ilk olarak sportif faaliyetler içinde bulunan kadınların spora başlamasındaki etkenler incelenmiş, ardından sporun kadınlar üzerinde meydana getirdiği ruhsal ve sosyal değişim ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yine konuyla olan irtibatı derecesinde kadının spor yapmasına engel olan faktörler de tespit edilmek istenmiştir. Bu çerçevede, Düzce’de kadınlara ait bir spor salonunda düzenli olarak spor yapan 28 kadınla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma ve incelemeler sonucunda spor yapmanın kadınlara fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan pek çok bireysel ve toplumsal katkıları olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca kadınların, mevcut toplumsal cinsiyet algısının farkına vardıkları ve spor yapmak suretiyle bu algıyı yıkmaya çalıştıkları anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor Sosyolojisi, Toplumsal Cinsiyet, Kadın ve Spor, Fiziksel Aktivite, Spora Katılım.

CHANGES OCCURRING IN THE INDIVIDUAL AND SOCIAL LIFE STYLES OF WOMEN DOING SPORTS: THE SAMPLE OF DÜZCE

Abstract

In recent years, there has been witness a noticeable increase in the number of women who trend to sports for reasons such as protecting their body health and taking advantage of their leisure time. In spite of that, sociological studies on the subject are more related to the reasons that encourage women to do sports, and the effect of sports on the changes occurring in women's individual and social lives is almost ignored except for a few studies. For this aspect, this article focuses on the interactions occurred by the habit of doing sports in women's individual and social lives and the effect of doing sports on the change of existing social values and judgments. For this purpose, at first, it has been examined the factors in which women engaged in sportive activities start sports and then is tried to be revealed the psychological and social change caused by sports on women. Again, in degree of their connection with the subject it was aimed to determine the factors that prevent women from doing sports. In this context, it were held in-depth interviews with 28 women who regularly do sports in a women's gym in Düzce. As a result of researches and examinations, it has been revealed that doing sports has many personal and social contributions to women in terms of physical, mental and social aspects. In addition, it was understood that women were aware of the gender perception about women and tried to destroy this perception by doing sports.

Keywords: Sports Sociology, Gender, Women and Sport, Physical Activity, Sports Participation.

¹ Bu makale, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde 2018 yılında tarafımızdan hazırlanan “Kadınların Spor Yapmasında Toplumsal Beden Algısının Etkisi: Düzce Örnekleme” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Doktora öğrencisi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Göç Çalışmaları Doktora Programı, ftkzllms@gmail.com, orcid: 0000-0001-6738-1758

Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Kızılelmas, F. (2021). Spor yapan kadınların bireysel ve toplumsal yaşam biçimlerinde meydana gelen değişimler: Düzce örneği, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 152-170.

1. Spor Olgusu

Latince birbirinden ayırmak anlamına gelen “disportere” veya “deportere” kelimesinden türeyen, zamanla “disport” ve “sport” şeklini alan (Akkoyunlu, 1996: 81) spor kelimesi, kişilerin eğlenme, dinlenme, efkâr dağıtma, sağlıklı kalma ve serbest zamanını değerlendirmek için yaptığı faaliyetler olarak tanımlanır (Ekmekçi vd., 2013: 95). Daha geniş anlamda ise, bireysel ya da toplu olarak yapılan, boş zaman faaliyeti kapsamı içinde ya da tam zamanlı meslek olarak icra edilen, bireyin fiziksel ve zihinsel yetilerini geliştiren, belirlenen bir hedefe ulaşma gayesiyle önceden belirlenmiş kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen bedensel hareketler olarak tarif edilir (Tanrıverdi, 2012: 1075). Yine kişinin fikren, ruhen ve bedenlen gelişmesini sağlayan, bu unsurlar arasında koordinasyon kuran ve sosyalleşmeye katkıda bulunan bir olgu olarak da görülür (Yetim, 2008: 134). Tanımlara yansıyan bu işlev ve özelliklerinin yanı sıra spor, kişilerin karakter özelliklerinin gelişimini sağlamak, onlara bilgi, beceri ve yetenek kazandırarak çevreye uyumunu kolaylaştırmak ve toplumlar ve uluslararası dayanışma, kaynaşma ve barışı sağlamak bakımından da etkili bir bireysel ve kolektif faaliyetler bütünü halini alabilmektedir (Gündüz, 2010: 34-35).

İlk ortaya çıkışı itibarıyla spor, avcı-toplayıcı toplumların koşmak, takım halinde hareket etmek ve mızrak ve ok atmak gibi avlanmak için yaptıkları hareketlere ve mücadelelere dayandırılmaktadır. Yapılan bu sportif hareketlerin ve mücadelelerin amacı, netice itibarıyla insanların biyolojik ihtiyaçlarını karşılamaktı ve dolayısıyla av sırasında yapılan bedensel hareketlerin hayati derecede önemi vardı. Zamanla ortaya çıkan toplumsal değişim ve dönüşümle birlikte sporun anlamı ve hedefi de farklılaşmış, vücudu geliştiren sportif hareketler artık savaşlarda başarılı olmak ve düşmana karşı hazırlıklı bulunmak için yapılmaya başlanmıştır (Çakır, 2014: 23-41).

Her ne kadar sporu, ilk çağlarda olduğu gibi insanların içerisinde bulunduğu yaşam koşullarıyla mücadele etmesi için sergilediği eylemler ya da insanların varlığını sürdürme çabasıyla savunma ve askerî amaçlı yapılan faaliyetler bütünü olarak tanımlamak tartışmalı bir husus ise de, günümüzde de yapılan okçuluk, cirit, güreş, matrak ve benzeri spor aktivitelerinin askerlik ve savunmayla irtibatı gayet açıktır (Sarıkoca, 2020: 262). Bununla birlikte sanayileşme, endüstrileşme, şehirleşme, bilgi ve teknolojiye ilerlemeyle birlikte toplumların sosyal ve kültürel yaşam tarzının değişmesine bağlı olarak modern çağda sporun anlamı ve işlevi geçmiştekine göre bir hayli farklılaşmış ve spor bireysel ve kolektif anlamlarının ötesinde kurumsal bir hüviyet kazanmıştır (Tanrıverdi, 2012: 1073).

Kurumsallaşma süreci sırasında spor “amatörlük” ve “profesyonellik” kavramlarıyla birlikte anılmaya başlamış; profesyonel sporla, para kazanmak amacıyla mesleki bir faaliyet olarak yapılan eylemler kastedilirken, amatör sporla eğlenmek, dinlenmek, yeni dostlar edinmek, toplumsal hayatın stresinden uzaklaşmak, fiziksel ve ruhsal sağlığını korumak ya da geliştirmek amacıyla yapılan faaliyetler kastedilir olmuştur. Sosyolojide “elit spor” ve “kitle sporu” ile tanımlanan hususlar da yine amatör ve profesyonel spor kavramlarıyla ilgilidir (Amman, 2000: 104-105).

Bireysel sporlardan ve takım sporlarından oluşan elit spor, sporcu için bir iş olmanın yanında aynı zamanda statü ve para kazanmanın da bir aracı olabilmektedir. Elit sporda sporcu, uzun bir zaman dilimi içerisinde belirli bir performansa ulaşmak için zaman harcamakta ve lig veya turnuva şeklindeki belirli programlar dâhilinde ulusal ve uluslararası mahiyetteki çeşitli resmî veya özel yarışma/müsabakalarda yer almaktadır (Yıldız, 2009: 10). Spor yapmak isteyen tüm kesimlere hitap eden kitle sporu ise, 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla belirginlik kazanmaya başlamıştır. Önceleri toplumun üst tabakasına özgü bir serbest zaman faaliyeti olan ya da sadece profesyonel sporcuların yaptığı bir iş olan spor kitle iletişim araçlarıyla popülerlik kazanınca, “spor herkesin olmak istiyor”, “herkes için spor” ve “yaşam boyu spor” gibi sloganlarla tüm dünya ülkelerinde yaygınlaşarak benimsenmiştir. Böylece

aynı kurallar dâhilinde insanları bir araya getirip yarıştıran, farklı toplumlar arasında iletişimi sağlayabilen, insanların toplumsal yaşamına derinlemesine girebilen özelliğiyle spor, toplumun tüm kesimlerinin aktif olarak katıldıkları bir faaliyet olmuştur (Bayraktar, 2003: 33; Erdemli, 1996: 66). Sabahları erkenden kalkıp sahilde yürüyüşe çıkanlar veya akşam iş çıkışı arkadaşlarıyla sahada maç yapanlar ya da evinde aletli-aletsiz sportif faaliyetlerle uğraşanlar da kitle sporu kapsamına dâhil edilmiştir (Amman, 2006: 70).

1.1. Spora Sosyolojik Yaklaşımlar

Spor yoluyla vücut bulan insan ilişkilerini incelerken sporu bir oyun, akılcı ve ödüllendirici bir eylem ve etkileşim biçimi olarak ele alan spor sosyolojisi 20. yüzyılda sosyolojinin bir alt dalı olarak ortaya çıkmıştır (Tezcan, 2000: 30). Spor sosyolojisi alanında yapılan ilk sistematik çalışma, Alman yazar ve kültürel eleştirmen Heinz Risse tarafından 1921'de yazılan "Soziologie des Sports" adlı kitaptır (Turkay, 2020: 55). Risse, bu çalışmada, sporun insanların toplumsallaşmasındaki örgütsel yönünü ve işlevini ele almıştır. Konuyla ilgili çalışmalar 1930'lardan sonra aratarak devam etmiş, 1964 yılında uluslararası spor sosyolojisi komitesinin kurulmasıyla da spor, sosyologların ve sosyal psikologların daha fazla ilgisini çekmeye başlamıştır.

Süreç içerisinde kültürel antropologlar ilkel ve çağdaş toplumlarda oyun ve sporun tasvirini yapmışlar, sosyal psikologlar sporun bireysel ve toplumsal oluşuna değinmişler, sosyologlar da sporun toplumsal anlamını açıklamaya çalışmışlardır (Tezcan, 2019: 30-31). Örneğin sembolik etkileşimci ve diğer yorumlayıcı yaklaşımlar spor kimlikleri ve sembolleri üzerine araştırmalar yaparken, Marksist ve neo-Marksistler sınıfsal bölünmeler, ideolojiler ve çatışmalar açısından kapitalist toplumlarda sporun sosyolojik analiziyle uğraşmışlardır (Hargreaves, 2002: 12-17). Hatta sosyolojideki genel yaklaşımlardan bazılarını, örneğin fonksiyonalist/işlevselci yaklaşım, çatışmacı yaklaşım ve habitus yaklaşımını spor sosyolojisine uygulamışlar, karmaşık bir olgunun farklı açılardan çekilmiş fotoğraflarını sunmak suretiyle sporun tüm yönlerini ve bağlantılarını göstermeye çalışmışlardır (Amman, 2000: 133).

Bilindiği üzere işlevselci yaklaşım, toplumda mevcut bulunan büyük çaptaki yapıların birbirleriyle olan ilişkileriyle, yani toplumsal yapılar ve onun diğer yapılar için işlevsel önemleri (olumlu ya da olumsuz sonuçları) ile ilgilenir (Ritzer ve Stepnisky, 2019: 54-55). İşlevselcilere göre toplumlar birer bütündür ve birbirleriyle ilintili parçalardan meydana gelen sistemlerdir. Her parçanın anlamı yalnızca sistem içinde özel bir işlevi yerine getirdiği zaman ve bütünle ilişkisi içinde ortaya çıkar. Bu yüzden toplum birbirine bağımlı olmakla birlikte sistemin bütünleşmesine ve uyarlanmasına katkıda bulunan öğelerden oluşan bir sistemdir. Toplumsal sistemi meydana getiren bütün öğeler, ihtiyaçlarla ilgili işlevleri yerine getirdikleri ölçüde vazgeçilmez bir önem taşırlar (Swingewood, 2014: 248-249).

İşlevselcilik, biyolojideki organik sistem modeline dayalı olarak geliştirildiğinden, bir organizmanın normal veya sağlıklı durumuna benzer şekilde toplumdaki sistemin de normal ve dengeli bir durumda olması gerektiğini varsayar. Buna göre herhangi bir dengesizlik halinde sistemin bütün kısımlarının normal hale dönmek için yeniden düzenlenmesi gerekir (Wallace ve Wolf, 2020: 43-44). Bu anlayış çerçevesinde işlevselci yaklaşım sporu toplumsal sisteme bir bütün olarak yaptığı katkılar bağlamında ele alırken aynı zamanda onu sosyal bir kurum olarak görmemizi de sağlar. Tüm sosyal grupların spordan eşit şekilde yararlandığını varsayarak daha ziyade sporun toplum için ortaya çıkardığı olumlu sonuçları tespit etmeye ve vurgulamaya çalışır (Craig ve Beedie, 2010: 59). Bu şekilde toplumda sosyalleşme işlevlerini yerine getiren aile, eğitim ve din gibi sosyal kurumlar ile sporu karşılaştırmak suretiyle sporun kişisel gelişime ve sosyal düzeni korumaya katkısını keşfetmeye çaba sarf eder (Coakley, 1990: 24-26).

Bir yönüyle işlevselciliğe tepki olarak ortaya çıkan çatışmacı yaklaşımda ise toplum her an bir değişim süreci içerisinde ve sosyal sistemin her noktasında bir anlaşmazlık ve çatışma

mevcuttur. Çatışma kuramcıları bir taraftan çözülme ve değişimde pek çok toplumsal ögenin etkili olduğunu savunurken diğer taraftan toplumdaki düzenin toplumun üst kademelerindeki kişilerin uyguladıkları baskı ve yöntemlerle oluştuğunu söylerler (Ritzer, ve Stepnisky, 2019: 71). Bu bağlamda devlet ve egemen sınıfların sporu baskı ve sosyal kontrol aracı olarak kullandığını, spor sayesinde ticaret ve ekonominin üretildiğini ve bireylerin buna bağımlı hale getirildiğini, spor üzerinden milliyetçiliğin, devletlerin güç kavgalarının, ırkçılığın ve cinsiyetçiliğin meşrulaştırıldığını iddia ederler (Dever, 2017: 126). Çatışma kuramcıları, sporun toplumdaki seçkin grupların gücünü ve ayrıcalığını sürdürmek için gördüğü işlevlerin yanı sıra, sınıfsal eşitsizliğin spor yoluyla nasıl ortadan kaldırılacağı ve ekonomik özelliklerin dışında sporun toplumun tüm kesimlerine nasıl ulaştırılabileceği üzerinde de dururlar (Craig ve Beedie, 2010: 60).

Çeşitli kültürel alanlardaki üretim, yeniden üretim ve ayrışım mekanizmalarını keşfetmeye çalışan Pierre Bourdieu, sosyolojiye kazandırdığı alan, sermaye ve habitus gibi kavramları spora da uygulamıştır. Sporda ‘alan’ı, her yeni başlayanın hazır olarak bulduğu kurallar, teknikler, semboller, malzemeler ve kendine özgü değerler sistemi olarak açıklamıştır (Bourdieu, 2015: 307). İktisadi anlamlar içeren ‘sermaye’yi sosyal sermaye, kültürel sermaye ve simgesel sermaye şeklinde genişletmiş ve bunları sporla ilişkilendirmiştir. Farklı sportif pratiklerin toplumsal sınıflara göre değişiklik arz ettiğini, yani farklı sporları icra etmenin iktisadi sermayeye, kültürel sermayeye ve boş zamana bağlı olarak değiştiğini söylemiştir (Bourdieu, 2016: 223). Bununla bağlantılı olarak farklı toplumsal sınıfların aynı bedensel egzersizleri yaptığında bekledikleri etkinin aynı olmadığını; bazılarının (alt sınıfın) sporu kaslarını güçlendirmek için yaptığını, diğer bazılarının (üst sınıfın) ise sporu zarafet, rahatlık ve güzellik için yaptığını belirtmiştir (Bourdieu, 2016: 221). Bourdieu, habitus kavramıyla, toplumsal sınıflar ile sportif pratikler arasındaki ilişkiye daha fazla açıklık getirmiş; ‘habitus’u, bireylerin içinde yaşadıkları toplumda sosyalleşirken edindikleri, kimliklerini ve toplumsal yaşamdaki konumlarını belirleyen ve davranışlarını toplumun beklentilerine göre şekillendiren eğilimlerin tamamı olarak tanımlamıştır (Calhoun, 2010: 103). Dolayısıyla Bourdieu’ya göre, insanların habituslarının ve sermaye hacimlerinin farklılığı toplumsal yaşamda birtakım eşitsizlikleri gündeme getirir ve bu eşitsizlikler toplumsal kurumlardan biri olan spor alanında da kendini gösterir. Yani Bourdieu, insanların seçtikleri spor branşlarının (golf ya da futbol), katıldıkları spor türünün (takım sporları ya da bireysel sporlar), spora katılım şeklinin (aktif ya da pasif), spor yapma amaçlarının (sağlık ya da para), spor yaparken giydikleri kıyafetlerin (şort/eşofman ya da günlük kıyafet), spor yaptığı tesislerin (otelde ya da semt sahasında) ve daha birçok sportif eğilimin sahip oldukları habitus ve sermaye ekseninde şekillendiğini belirtmiş olur (Yüksel, 2019: 512-513).

Öyle görünüyor ki her yaş ve her kesimden insanın yaygın olarak spor yapmaya başlaması üzerine, insanların sosyal davranışlarının altında yatan gerçekleri ortaya çıkarmaya çalışan bir bilim dalı olarak sosyoloji de bu olguyla ilgilenmeye başlamış ve konuyla ilgili sosyolojik tanımlarda ve tespitlerde bulunmuştur. Bunun bir neticesi olarak spor sosyolojisi alanı sosyolojinin bir alt dalı olarak gelişme kaydetmiş ve spor yapan ve izleyen insanların sosyal davranışlarının altında yatan unsurları deşifre etmeye ve anlamaya çalışmıştır. Bu şekilde sporun aile, siyaset, ekonomi ve din gibi sosyal hayatın diğer yönleriyle olan ilişkisini, tüm spor dallarında bulunan sosyal organizasyon, sosyal etkileşim ve grup davranışlarını, sporu etkileyen kültürel, yapısal ve konumsal etkenler, sosyalleşme, yarışma, işbirliği, çekişme, sosyal tabakalaşma ve sosyal değişim gibi sporda görülen sosyal süreçleri ele alıp tahlil ederek yoruma tabi tutmuştur (Yetim, 2008: 68-69).

1.2. Sporun Toplumsal İşlevi ve Rolü

Tüm toplumsal kesimlere hitap etmesi, bireyleri sağlıklı tutması ve birçok toplumsal işlevi bulunması yönüyle spor, dolaylı ya da doğrudan bireylerin ilgi odağı haline gelmiş vaziyettedir. Nitekim yapılan gözlem ve incelemelerden de sporun toplumla ve toplumu oluşturan bireylerin birbirleriyle olan ilişkileriyle bağlantılı olduğu (Talimciler, 2006: 37) ve ekonomi, politika, eğitim,

boş zaman, uluslararası ilişkiler, propaganda, reklam, ırkçılık, şiddet, turizm, çevre, örgütler, kitleler, gençlik, kadın, engelliler, meslekleşme ve iş bölümü gibi kavramlarla doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili olduğu (Yetim, 2000: 64) anlaşılmaktadır. Örneğin sporun eğitimle ilgili işlevleri arasında bireyleri topluma hazırlaması ve sorumluluk duygusunu geliştirmesi sayılabilir. Yine gençlerin yaratıcı ve yapıcı olmasını sağlaması da sosyal ve kültürel kalkınmaya sağladığı katkılar olarak değerlendirilebilir (Çokbankır, 2009: 81-82). Bireyin kendi bedenini kontrol ve disipline etmesini sağlaması, birlik ruhu kazandırması ve başarıya yönlendirmesi gibi fonksiyonlarıyla da spor bireye toplumsal yaşam düzenini öğretmek onun donanımlı ve deneyimli hale gelmesine yardımcı olur (Ekmekçi vd., 2013: 113).

Spor, ayrıca, kişilerin gündelik hayatlarında yaşadıkları toplumsal gerginlik, stres, sıkıntı ve gerilimlerin azalmasını sağlayarak bireyin ruhsal sükûnete kavuşmasına katkıda bulunur. Sporun teskin edici bu özelliği izleyici olan insanlar için de geçerlidir. Seyirciler stadyumlarda, spor salonlarında müsabakaları bağırarak, çağırarak, tezahürat yaparak izlerken spor yapanlar gibi deşarj olurlar ve geçici bir rahatlık hissederler (Çaha, 1999, 115-125). Sporun bu teskin edici rolü toplumsal çatışmaların ve huzursuzlukların azaltılması, sapma davranışların normlarla ahenkleştirilmesi, gerginliklerin toplum yararına yöneltilebilmesi çabaları sırasında da önemli işlevler görür (Yılmaz, 2006: 48).

İnsanların gündelik hayatlarında stresle başa çıkabilmesine sağladığı bu katkıların yanında spor bedenleri şekillendirerek kişilerin daha özgüvenli olmasını da mümkün kılar (Öztürk vd., 2013: 152). Diğer bazı hobiler gibi sevilerek ve zevk alınarak yapıldığında sporun kişiyi gerçekçi, neşeli, yapıcı, yaratıcı, hoşgörülü, dürüst, etkin, gelişme çabasında olan, katılımcı, saygılı, cesur, ölçülü, dinç, sevilen ve idealist biri haline getirdiği de görülür. Kişilerin sağlıklı, mutlu, güçlü, kendine güvenen, başarılı, iradeli, sabırlı ve sorumluluk sahibi olmasına, aidiyet duygusu geliştirmesine yardımcı olur (Erdemli, 1999: 107).

Modern toplumun en yaygın sosyal etkinliklerinden biri olan spor, toplumsal anlamda da etkisini hissettirir ve sosyal, ekonomik ve kültürel kalkınmaya katkıda bulunur. Bireyin toplum ile ilişkilerini geliştirerek kültürel etkileşime ve sosyal davranışları düzenlemeye yardımcı olur. Hoşgörülü olma, sorumluluk üstlenme ve güvenilirlik gibi birçok sosyal değer oluşmasına ve bu değerlerin sürdürülmesine katkı sağlar. Bir sosyalleşme aracı olarak önemli işlevler gören spor sayesinde insanlar daha kapsamlı sosyal işlere ve aktivitelere katılım sağlayacak şekilde düşünmeye ve hareket etmeye başlarlar. Kişilere sosyal bir gruba ait olma hissi vererek onları yalnızlık hissinden kurtarır (Yetim, 2008: 175-176). Aynı zamanda bireyin kendi kısıtlı dünyasından çıkarak başka inanç ve düşünceden insanlarla diyaloga girmesine, onlardan etkilenmesine veya onları etkileyerek yeni dostluklar kurmasına yardımcı olur (Çaha, 1999: 116).

Sporla birlikte toplumun yapısında ve toplumu oluşturan sosyal kurumlar arasındaki sosyal ilişkilerde de değişiklikler oluşur. Karşılıklı gelişim ve etkileşimler sporla ilgili tutum ve davranışları değiştirdiği gibi toplumsal yapıda da değişimler meydana gelir. Örneğin eğitim, kültür ve ekonomi alanındaki gelişmeler, ailelerin spor karşıtı olumsuz tutum ve yargılarında değişime neden olur. Sporun medyada fazla görünür olması ve “herkes için spor” anlayışının yaygınlaşması bireyleri spor yapmaya teşvik eder (Yetim, 2008: 182-185).

1.3. Kadın ve Spor

Kadınların geçmişte sportif aktivitelerde bulunup bulunmadıklarına dair konuyla ilgilenen araştırmacılar arasında bir görüş birliği mevcut değildir. Geçmişte yaşam şeklinin zorluğu nedeniyle sportif aktivitelerin sadece erkeklere özgü olarak kaldığını (Erdemli, 1999: 110) söyleyenler olduğu gibi aksini de iddia edenler, yani farklı toplumlarda kadınların da erkekler gibi spor aktivitelerine katıldığını dile getirenler de vardır (Çakır, 2014: 26). Bununla birlikte kadınların sportif pratiklere ilgi göstermesinin moderniteyle birlikte ortaya çıktığı görüşü genel olarak kabul edilen bir husustur

(Amman, 2006: 190, Gündüz, 2010: 4). Nitekim 18. yüzyıldan itibaren İngiliz burjuvazisi ve aristokrasisi arasında revaçta olan sportif pratiklerle kadınlar da ilgilenmeye başlamışlar (Çakır, 2014: 84); daha sonra Avrupa'da, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya gibi ülkelerde yaşayan kadınlar da çeşitli sportif faaliyetlerle ilgilenerek kadınların spor yapma hakkına dair kamuoyu oluşturmaya başlamışlardır (Erdemli, 1999: 115).

Türkiye'de erken cumhuriyet döneminde tenis, yüzme, kürek ve eskrim gibi seçkin spor dalları üst sınıftan kadınların rağbet gösterdikleri spor branşları olmuş, alt sınıftan kadınların bu spor dallarıyla ya da diğerleriyle ilgilenmeleri pek mümkün olmamıştır. Bu dönemde kadınların spora özendirilmesinin temel amacı, kadın beden ölçülerini estetik hale getirmek ve aynı zamanda ulusa sağlıklı evlatlar yetiştirecek sağlıklı anneler üretmek olmuştur. 1950'li yıllardan sonra bu anlayış değişmiş olsa da kadınların spora katılması belli şartlara bağlı kalmış, kadınların kendi zevki, kişisel gelişimi için spor yapmasına ihtiyatla yaklaşmıştır (Cantek ve Yerar, 2009: 206-218).

1990'lardan sonra kadın hareketinin de etkisiyle dünya genelinde kadınlar için yeni yasal düzenlemeler yapılmış, yeni fırsatlar oluşturularak kadınların spor yapması teşvik edilmeye başlanmıştır (Çelik ve Yenilmez, 2019: 12). Bu sırada bilhassa sağlık ve fiziksel uygunluk (fitness) hareketlerinin artmasına bağlı olarak kadınların spora katılımında önemli artışlar olmuştur (Koca ve Bulgu, 2005: 16). Ayrıca kadının iş hayatında daha fazla görünür olmasıyla bedensel özellikleri ve görünümü daha fazla önemsenir olmuş, bunu sağlayacak bir unsur olarak da spor kadınların hayatında daha fazla yer almaya başlamış, hatta spor yapmak kadınlar için gerekli hale gelmiştir. Böylece kadınlar daha fit ve güzel bir bedene sahip olmak, kilo vermek, yaşlanmayı geciktirmek, zinde olmak gibi maksatlarla bedenlerinin daha ön planda olduğu spor dallarına yönelmek durumunda kalmışlardır (Yüksel, 2014: 680). Bu durumun oluşmasında küreselleşme, kentleşme, kadın hareketleri, kadının eğitim düzeyinin artması, kadının iş hayatına katılımıyla birlikte yaşam şeklinin değişime uğraması gibi faktörler etkili olmuştur. Ancak kadının spora yönelmesinde toplumdan topluma veya kültürden kültüre değişen farklı teşvik edici ya da engelleyici unsurların olduğu da göze çarpmaktadır.

Fiziksel görünümü şekillendirmenin yanında sporun kadınların zihinsel, duygusal, sosyal ve psikolojik gelişimi açısından da birçok olumlu etkisi mevcuttur. Yapılan çalışmalarda spor yapan kadınların spor yapmayan kadınlara göre kendilerini tanımada daha bağımsız oldukları, daha zeki, düşünceli, kendine güvenli, zorluklar karşısında dayanıklı, huzurlu ve sakin oldukları ve kendilerini daha mutlu hissettikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca spora ve egzersiz aktivitelerine katılan kadınların özsaygı ve özgüvenlerinde gelişim ve akademik başarılarında artışlar olduğu görülmüştür. Kadınların spora katılımları, onların yaşadıkları toplum içerisindeki genel duruşlarını ve statülerini yansıtmaları açısından da önemli olmaktadır (Peterson vd., 1967; Hargreaves, 2002; Bulgu vd, 2007; Hacısöftaoğlu, 2005).

2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, belirli birey ya da grupların sosyal sorunlarıyla ilgili araştırma problemlerinin ortaya çıkarılması ve söz konusu kişilerin doğal ortamlarında incelenmesi amacıyla (Creswell, 2015: 44) nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırılan konuyla ilgili veriler söz konusu kişilerin deneyimlerini, duygularını, algılarını ve bakış açılarını anlamak için derinlemesine görüşme yöntemiyle ve yarı yapılandırılmış görüşme formuyla toplanmıştır. Araştırmanın kapsamını, Düzce ilindeki spor salonlarında spor yapan farklı yaş, eğitim ve mesleklerde olan 15 bekâr, 13 evli toplam 28 kadın oluşturmuştur. Bu kişilerle görüşülmeden önce Düzce Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü'nden Düzce'de kayıtlı spor salonu sayısı ve bu spor salonlarındaki kadın üye sayısı hakkında bilgi alınmıştır. Düzce il merkezinde kadınların spor yaptıkları salonlardan 6 tanesine gidilmiş ve kadın üye sayıları öğrenilmiştir. Bu spor salonları içinde kadınlara mahsus olan

bir spor salonunda, salon sahibine ve antrenörlere araştırma hakkında bilgi verilerek ve izinleri alınarak görüşmelere başlanmıştır. İldeki en fazla kadın üye sayısına sahip olması nedeniyle görüşmeler için bu spor salonu tercih edilmiştir. Görüşmeye katılanlara, görüşmeye başlamadan önce araştırmanın amacı hakkında bilgi verilmiş, isimlerinin gizli kalacağı anlatılmış ve izinleri alınarak ses kaydı tutulmuştur. Görüşülen kadınların gerçek isimleri kullanılmamış, her birine takma adlar verilmiş, kaç yaşında oldukları ve medenî durumları takma adlarının yanında belirtilmiştir. Görüşmeye katılanlara, görüşme öncesi hazırlanan ve 28 sorudan oluşan mülakat formundaki sorular sorulmuştur. Zaman zaman duruma ve akışa göre soruların yerleri değiştirilmiştir. Bazen de yapılan açıklamaların ayrıntılarını öğrenmek, açık olmayan bölümleri aydınlatmak, görüşülen kişinin soruyu daha iyi anlamasını sağlamak ve daha ayrıntılı yanıtlar vermesini mümkün kılmak için alternatif ifadeler ya da sondalar (ayrıntılı takip soruları) kullanılmıştır. Katılımcıların isteğine bağlı olarak görüşmelerin çoğu spor salonundaki uygun odalarda, bir kısmı da katılımcıların işyerlerinde veya kafelerde yapılmıştır.

Araştırmanın konusunu, sporun kadınların sosyal değişimine ve mevcut değerlerinin değişimine etkisinin incelenmesi oluşturmaktadır. Sportif faaliyetler yapan kadınların öncelikle spora başlamasındaki etkenler incelenmiş, ardından sporun kadınlar üzerinde oluşturduğu ruhsal ve sosyal değişime odaklanılmıştır. Ayrıca toplumda kadının spor yapmasına engel olan faktörler de ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Kadınların spor yapmak istemesinde hangi faktörlerin etkili olduğu, sporun kadınların kendileriyle ve çevrelerindekiyle iletişimlerinde belirli bir değişim ortaya çıkartıp çıkarmadığı, spor yapmanın toplumdaki kadınla ilgili toplumsal kabullerin değişimine etkisinin olup olmadığı ve kadınların spor yaparken karşılaştıkları engellerin neler olduğu araştırma sorularını oluşturmuştur.

Bu şekilde toplanan veriler içerik analizi yöntemiyle tahlil edilmiştir. Nitel veri analizinde kullanılan bu yöntem çerçevesinde, ilk olarak derinlemesine görüşme yoluyla elde edilen ses kayıtları tek tek dinlenmiş ve hepsine ayrı bir word dosyası açılarak yazma/deşifre işlemi gerçekleştirilmiştir. Ardından bu veriler bir daha dikkatlice okunarak anlamlı bölümlere ayrılmış, her bölüm ifade ettiği anlamla ilişkili olacak şekilde kodlanmıştır. Sonra da birbiriyle ilişkili kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Belirlenen bu temalar başlıklar halinde sunulmuş ve veriler yorumlanmıştır.

3. Araştırmanın Bulguları

Araştırma verilerinin toplanması sırasında toplam 28 kişiyle görüşülmüştür. Görüşmeye katılan kadınlar 16-50 yaş aralığında olup, 5 kişi 16-20 yaş aralığında, 11 kişi 21-30 yaş aralığında, 7 kişi 31-40 yaş aralığında, 5 kişi 41-50 yaş aralığındadır. Görüşme yapılan kadınlar medenî durum itibarıyla 16-29 yaş aralığındaki 15 kişi bekâr, 30 yaş ve üstündeki 13 kişi evli durumdadır. Eğitim bakımından 14 kişi lise ve altı, 14 kişi lisans ve lisansüstü mezunudur. Diğer bir ifadeyle 13 kişi üniversite mezunu, 12 kişi lise mezunu, 1 kişi lisansüstü ve 2 kişi de ortaöğretim mezunudur. Meslek itibarıyla da 5 kişi öğrenci, 6 kişi herhangi bir işte çalışmamakta, 17 kişi ise öğretmen, antrenör, hemşire, diş hekimi asistanı, esnaf, muhasebeci, kuaför, tercüman, çağrı merkezi elemanı, tekstil atölyesi personeli gibi farklı iş kollarında çalışmaktadır.

Spor salonunda spor yapan ve görüşmeye katılan kadınların açıklamalarından öğrenildiği kadarıyla görüşülen kadınlar hafta içi her gün spor salonuna gelmekte ve günde en az 1 saat olmak üzere haftada toplam 10 saat kadar spora vakit ayırmaktadırlar. Söz konusu kadınlardan 10'u 5 sene ve daha fazla zamandır spor salonunda spor yapmakta, diğerleri ise ortalama 1 yıldır spora devam etmektedirler. Spor salonunda kadınlara spor yapma amaçlarına göre program uygulanmaktadır. Uygulanan programların bir kısmı bireysel yapılan aktivitelerden, bir kısmı da seanslar halinde topluca yapılan aktivitelerden oluşmaktadır. Bireysel olarak yapılan aktiviteler, spor salonundaki fitness aletleri, yürüyüş bandı, bisiklet, uzay yürüyüşü gibi spor aletleri kullanılmak ve kişisel

programda belirtilen spor hareketleri yapılmak suretiyle gerçekleştirilmektedir. Antrenör eşliğinde toplu bir şekilde yapılan sporlar ise, uygun spor aletleri kullanılarak belli vücut bölgelerini sıkılaştırmak amacıyla yapılan hareketleri içeren plates, step tahtası üzerinde müzik eşliğinde hızlı adımlar ve belirli hareketlerle yapılan ve kilo vermeye ve vücudun sıkılaşmasına yardımcı olan step, uygun müzik ve belli hareket ve danslarla antrenör eşliğinde yapılan zumba seanslarından oluşmaktadır.

Tablo1
Görüşmecilerin Demografik Bilgileri

Görüşülen Kişi Sayısı	Görüşülen Kişiler (Takma Adlar)	Yaş	Medenî Durum	Eğitim	Meslek
1	Deniz	27	Bekâr	Lisans	Antrenör
2	Çağla	38	Evli	Lisans (devam ediyor)	Diş hekimi asistanı
3	Aliye	48	Bekâr	Ortaokul	Ev kadını
4	Kıymet	39	Evli	Lise	Esnaf
5	Sena	29	Bekâr	Lisans	Çağrı merkezi elemanı
6	Serpil	34	Evli	Yüksek Lisans	Öğretmen
7	Hande	40	Evli	Lise	Ev kadını
8	Nalan	16	Bekâr	Lise (devam ediyor)	Öğrenci
9	Oya	26	Bekâr	Lise	Muhasebe elemanı
10	Zeynep	19	Bekâr	Lisans (devam ediyor)	Öğrenci
11	Berna	48	Evli	Lisans	Öğretmen
12	Ezgi	22	Bekâr	Lise	Antrenör
13	Belgin	21	Bekâr	Lisans	Hemşire
14	Nesrin	29	Bekâr	Lise	Çağrı merkezi elemanı
15	Canan	30	Evli	Lise	Tekstil teknikeri
16	Feyza	31	Evli	Lise	Ev kadını
17	Hale	29	Evli	Lisans	Hemşire
18	Nilgün	44	Evli	Lise	Antrenör
19	Filiz	19	Bekâr	Lisans (devam ediyor)	Öğrenci
20	Gaye	19	Bekâr	Lisans (devam ediyor)	Öğrenci
21	Beste	26	Bekâr	Ortaokul	Kuaför
22	Ceyda	39	Evli	Lise	Ev kadını
23	Selin	31	Evli	Lise	Ev kadını
24	Melike	50	Bekâr	Lise	Ev kadını
25	Sezen	22	Bekâr	Lisans (devam ediyor)	Öğrenci
26	Bahar	24	Bekâr	Lisans	Öğretmen
27	Ekin	27	Bekâr	Lisans	Tercüman
28	Mine	38	Evli	Lisans	Antrenör

3.1. Kadınların Spora Yönelmesindeki Toplumsal Etkiler

Her ne kadar spor yapmak farklı amaç ve hedeflerle verilmiş bireysel bir karar ve tercih olsa da toplumun belli-belirsiz bir şekilde çeşitli yollarla bu karar ve tercih sürecinde etkili olduğu görülmektedir. Nitekim görüşülen kadınlar da kilo vermek, sağlıklı kalmak, hastalıklardan kurtulmak, psikolojik olarak rahatlamak gibi nedenlerle spora geldiklerini belirtirlerken çevrelerinin ve yakınlarının spora gelmelerinde bir hayli etkili olduğunu söylemişlerdir. Telkin, uyarı ve kınama yoluyla oluşan çevre baskısı içerisinde eşlerinin isteği, arkadaşlarının baskısı, yakın çevrelerinin ısrarlı önerileri ve sosyal medyanın etkisi gibi nedenler dikkati çekmektedir. Evli kadınlar için özellikle eşleri spora başlamalarında önemli bir faktör olurken, evli olmayan kadınlar için arkadaş çevresi ve aile etkili olmaktadır. Uzun süredir sporla uğraşan ve antrenörlük yapan Nilgün, gözlemlediği kadınlara kadınların çoğunun eşin beğenmemesi ve bunu ifade etmesi nedeniyle spora devam ettiklerini söylemiştir. Erkeklerin evlendikten sonra eşlerinin kilo almasına olumlu bakmadıklarını, kadınların da eşlerinin kilolarıyla ilgili eleştirilerinden rahatsızlık duyduklarını ve bundan kurtulmak için spor yaptıklarını şu şekilde ifade etmiştir:

“Bazıları dediğim gibi eşlerinden dolayı, eşleri istediği için gelenler var... Belki bazısı (eşi) şöyle diyor, evlendiğimde böyle değildin, evlendikten sonra kilo aldın, eski haline dön diyenler de var... Eşi onu beğenmiyor, yani eski halin bu değildi senin, şimdi neden böyle oldun, hep öyle diyen çok var mesela. Önceki halinden şimdiki halin farklı. Bence kendilerini eşlerine beğendirmek için geliyor çoğu kişi. Söylediklerinde zaten, eşim dedi ki diyor şuran çıktı, buran çıktı.” (Nilgün, 44, Evli)

Nitekim daha önce de doğum sonrası kalan kilolarını vermek amacıyla spor yaptığını ve son yedi aydır tekrar spora başladığını ifade eden iki çocuk sahibi Ceyda, spora başlamasında eşinin etkili olduğunu şu ifadelerle vurgulamıştır:

“Spora gelmemde etkili faktör eşim. Eşim 2 yıldır geliyor. Güzel kilo verdi... Eşim işte kendini yormamak şartıyla git, birkaç kilo zaten fazlalığın var, verirsin dedi. Ben de birkaç kiloyu vermek için uğraşıyorum.” (Ceyda, 39, Evli)

Görüşülen diğer evli kadınlar için de eşleri spora devam etmelerinde önemli bir faktör olurken, evli olmayan kadınlar için aile ve arkadaş çevresinin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalarda da benzer şekilde anne-babaların çocukların kilolarıyla ilgili eleştiriler yaptıkları ve kilo vermeleri hususunda çocuklarını teşvik ettikleri görülmüştür. Anne-babaların özellikle kız çocukları için bu endişeyi daha fazla taşıdıkları anlaşılmıştır (Oğuz, 2005: 34). Çocukluğundan beri toplu bir yapısı olduğunu, ortaokul ve lise çağında sınavlara hazırlanırken hareketsiz kalmanın ve fast-food tarzı beslenmenin sağlığını olumsuz etkilediğini belirten Belgin de, spora yazılmasında ailesinin etkili faktör olduğunu, ailesinin sürekli olarak kendisine zayıflaması gerektiği yolunda ikazlarda bulunduğunu şöyle ifade etmiştir:

“Ailem, çünkü ailem ben kendimi bildim bileli zayıfla, zayıfla, dikkat et, yemeğine dikkat et, yürüyüş yap şeklinde. Baktılar benle başa çıkamıyorlar. Spor salonuna yazdırmaya karar verdiler... Dediler ki bu kilolarla gidiş nereye.” (Belgin, 21, Bekâr)

Kadınların spora yönelmesinde eş ya da aile faktörünün yanında sosyal medya etkisinin ve sosyal çevre baskısının da önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan son yıllarda step, aerobik, yoga, plates, fat-burner gibi yeni fiziksel uygunluk hareketlerinin popüler olması ve bununla ilgili medya sunumlarının kadın bedenini öne çıkaran yeni bir spor kültürü oluşturmuş olması dikkate değerdir (Koca ve Bulgu, 2005: 16). Nitekim görüşülen kadınlar da sosyal medyada ideal olarak gösterilen kadın bedeni ölçülerinden etkilendiklerini ve bunu sağlamak için spora gidilmesi gerektiği yönünde bir algı oluşturulduğunu dile getirmişlerdir. Sezen bu düşüncesini şöyle açıklamıştır:

“Mesela kadın zayıf ama kolları sarkıyordur mesela o videoları izleye izleye, oradaki kadını göre göre ben böyle olmak istiyorum deyip de spora gitmesi gerektiğini düşünen insanlar var mesela. Bu yine sosyal medya yüzünden oluyor.” (Sezen, 22, Bekâr)

Lisans mezunu olup tercümanlık yapan ve altı ay önce spora başlayan Ekin de benzer şekilde kadınların spora yönelmesinde sosyal medyanın etkili olduğunu söylemiştir.

“Bence instagram bunun için çok etkili. Ben mesela instagramdan dediğim gibi etkileniyorum çok fazla. Ya mesela şu an şu furya var, herkes ya evde spor yapıyor ya şeyde spor yapıyor. Diyelim ki ben, belki bende bile bu etkili oldu spora şey yapmamda... Zaten ister istemez, gerek sosyal medyayla gerek de televizyondan zaten buna itiliyoruz. Fit anne, fit kız, fit genç kızlar, güzel genç kız...” (Ekin, 27, Bekâr)

Her kesimden insanın spor yapabilir hale gelmesiyle ve sosyal medyada sporla ilgili ve spor yapan kadınlarla ilgili paylaşımların artmasıyla kadınların spora yönelimleri de artış kaydetmiştir. Nitekim görüşülen kadınların ifadelerinden de kadınların spora yönelmesinde sosyal medyanın

etkisinin büyük olduğu anlaşılmaktadır. Yine kadınların yakın çevresindeki eşinin ya da aile ve arkadaşlarının telkin ve yönlendirmesiyle ya da kendi isteğiyle spora başladıkları ortaya çıkmaktadır. Bu durum spor yapmada toplumsal faktörlerin etkisinin fazla olduğunu göstermektedir.

3.2. Spor Yapmanın Kadınların Günlük Hayatlarındaki Değişime Etkileri

Spor yapmanın hem bireysel hem de toplumsal açıdan olumlu katkıları olduğu; düzenli bir şekilde spora devam eden kimselerde kişisel disiplinin gelişmesine yardımcı olduğu, toplumsal açıdan kişilerin sosyalleşmesine etki ettiği bilinmektedir. Belirli ortamlarda spor yapan kişiler, farklı kültür ve düşünceye sahip olan insanlarla bir araya gelerek etkileşimde bulunmakta ve bu sosyalleşme hayatlarının diğer alanlarına da yansımaktadır (Küçük ve Koç, 2004: 135). Nitekim görüşülen kadınlar da sporun yaşamlarında ne tür etkiler bıraktığını ve spordaki disiplinin gündelik hayatlarına nasıl yansıdığını dile getirmişlerdir. Görüşme yapılan kadınların büyük bir çoğunluğu (23 kişi), spor öncesi ve sonrası en az bir saat yemek yememek, seanslara zamanında gelmek, gösterilen hareketleri doğru şekilde ve belirlenen sayıda yapmak, kendileri için yazılan programı belirtildiği şekilde uygulamak gibi spor salonunda uygulanan disipline ve düzene alıştıklarını belirtmişlerdir. Bu durumun yemek rejimini ve uyku alışkanlığını düzene koymak, zamanı verimli kullanma becerisi kazanmak, ev, okul ve işyerindeki sorumlulukları yerine getirirken daha sabırlı ve aktif olmak gibi gündelik hayatlarındaki birçok tutum, davranış ve alışkanlıklara tesir ettiğini açıklamışlardır. Üniversite öğrencisi olan Zeynep spordaki disiplinin yemek düzenini etkilemesini şöyle ifade etmiştir:

“Hayatımı düzene soktu diyebilirim. Spordan bir saat önce yemek yememek çok rahat, emin olun çok rahat hissediyorsunuz kendinizi. Tamamen bir düzen. Spor bir düzendir yani, ona inanıyorum.” (Zeynep, 19, Bekâr)

İlkokuldan itibaren farklı spor dallarında aktif olduğunu ve kızını da belirli spor alanlarına yönlendirdiğini belirten Selin de spor yaparken disiplinli olma halinin zamanı verimli kullanmasına yansıdığını belirtmiştir:

“Saatlerinizi ayarlıyorsunuz. Hani saat konusunda daha disiplinli oluyorsunuz. Evinizin işini bile, diyorsunuz ki a ben spor yapacağım, işte hemen evimi silmeliyim, süpürmeliyim, saat ikide salona gideceğim ya, hemen işlerimi bitireceğim oluyor yani daha düzenli oluyor.” (Selin, 31, Evli)

Kuaför salonunda çalışan ve iş çıkışı düzenli bir şekilde spor salonuna geldiğini söyleyen Gaye ise spordaki disiplinin zamanı verimli kullanmasına etki ettiğini, sorumluluk alma hususunda daha istekli olmasına neden olduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

“Yansıdı evet, dediğim gibi mesela ev işlerinde sorumluluktan kaçan bir insandım. Ev işlerinde mesela yemek yapılacak, bittiği an hemen yapıyorum, hazır olsun, hani sıkıntı yaşamayalım sonrasında diye dakik olmaya çalışıyorum. Sabah uyanma konusunda başlarda iyiydim... Yani sorumluluk evet, sorumluluklarımı zamanında yerine getirmeyi öğrendim az çok.” (Gaye, 20, Bekâr)

Söz konusu aktiviteyle ilgili hareketlerin ve inceliklerin öğrenilmesi ve bunların bir düzen içerisinde uygulamaya konulması, belli bir disiplin içerisinde hareket etmeyi gerekli kılar. Bu durum kişiye davranış kazandırdığı gibi başarıya ulaşmanın belli bir programı sıkı sıkıya takip etmekle mümkün olduğunu öğretir (Erdemli, 2002: 50). Yani sporun ilgili dalını öğrenmek, onu her yönüyle bilmek ve bu bilgiyi davranışa çevirmekle mümkün olur. Bunun için de belli bir disiplin, uygulanması gereken bir program ve gerçekleştirilmesi gereken bir hedefin lüzumlu olduğu anlaşılmış olur.

Bu öğretici ve şekillendirici özelliğinin yanında spor, kişilere belli bir sosyal gruba ait olma hissi vererek sosyalleşmeyi sağlar (Yetim, 2008: 175-176). Kişilerin başka inanç ve düşünceden insanlarla diyaloga girerek onlardan etkilenmesi ya da onları etkilemesi, yeni dostlukların kurulmasına ve pekiştirilmesine yardımcı olur (Çaha, 1999: 116). Spor yapılan mekânlar, aynı zamanda ev kadınları ya da emekliye ayrılmış kadınlar için ev ve alışveriş merkezleri dışında sosyalleşebilecekleri farklı bir toplumsal ortam oluşturur (Hacısoftaoğlu ve Bulgu, 2012: 188). Yapılan bu araştırmada da spor salonlarının kadınların sosyalleşmesine katkıda bulunduğu gözlemlenmiş ve görüşülen kadınlar tarafından bu durum ifade edilmiştir. Sporun her yönden kendisine iyi geldiğini belirten Melike, ilk başta kızlarının zorlamasıyla spora geldiğini, daha sonraları kendi isteğiyle spor salonuna devam etmeye başladığını, sporun sosyalleşmesine ve psikolojik rahatsızlıklarının iyileşmesine katkısı olduğunu şu şekilde dile getirmiştir:

“O kadar çok seviyorum ki zorla gelen ben, inanır mısınız zumba günü ben, ay sabah olsa da, zumba var yarın zumba diyorum. Benim arkadaş çevrem de oldu burada, görüştüğüm kendi emsallerim var, iyi oldu görüşüyoruz da şimdi, gidiş-geliş de yapıyoruz. Her yönden çok iyi geldi bana, sosyal yönden... Yani ruhsal olarak da değişti. Yani ben açık açık söylüyüm, ben bir depresyon hastasıydım. Dedim ya 1 hafta dışarı çıkmazdım, evde hiç konuşmuyordum. Kızım okuldan geliyor, böyle kapıyı açıyorum, hiçbir kelime konuşmak yok. Ama şimdi kızım da diyor anne sende çok büyük değişiklikler var diye... yani beni çok mutlu ediyor, çok değişiklik var, her yönden, anlatamam ya. İlaç, hani yaşamak lazım diyorlar ya, ilaçmış.” (Melike, 50, Evli)

Sporun sosyalleşmeye etki etmesinin yanında psikolojik açıdan ve bedensel bakımdan da iyi geldiğini, bir çağrı merkezinde çalışan ve her akşam iş çıkışı spor salonuna giden Nesrin de belirtmiştir. Nesrin, düzenli spor yapmanın sağlığına ve psikolojisine olumlu katkısı olduğunu söylerken ayrıca bu olumlu katkının işine de yansıtıldığını aktarmıştır.

“Yani hem kilo vermek için de ideal, vücudun nasıl diyeyim, sağlıklı olması için de ideal. Yani evet, sağlıklı oluyorsun, çünkü hareketlerin de fazlalaşıyor, ister istemez ciğerlerin de açılıyor. Yaptığın işe yansıyor yani kendi pozitifliğine yansıyor. Hem psikolojik açıdan, hem ruhsal açıdan yani hem de bedensel açıdan spor iyi geliyor.” (Nesrin, 29, Bekâr)

Bir hastanede hemşirelik yapan Hâle de sporun özellikle iş hayatında sabırlı olmasına ve arkadaş ilişkilerinde daha anlayışlı davranmasına etki ettiğini şu sözlerle dile getirmiştir:

“Gündelik hayatımda stresli olduğumda ve sinirli olduğumda, içimden saymaya başlıyorum. Bizde hep sayı vardır bilirsiniz, plates yaparken 1-2-3'ler, sayılar vardır. Ya da nefes alır verirsiniz sürekli spor yaparken. Ben hani her ikisini de uyguluyorum hayatımda. Mesela bitmeyen sıkıntılı bir ameliyatta artık bitmeyeceğini, ilerlemeyeceğini düşünüyorsun. Ben başlıyorum saymaya içimden, sonra nefes alıp veriyorum. Bazen durduk yere mesela spor hareketlerimi yapıyorum. Öyle yapınca gerçekten işe yarıyor ya, gerçekten. Mesela arkadaşşıma bir şey söyleyeceğim, şu an lafi dediğine oturtursam arkadaşım çok kırılacak eminim diyorum. Sen şu an onu söylersen o çok üzülecek, tartışmadan sonra da devam edecek, içimden sayıyorum, sayıyorum, sayıyorum ve bitiyor ve ben gerçekten söylemiyorum o lafi ona. Sonra diyorum ki aferin bana...” (Hâle, 29, Evli).

Belirli bir süredir spor salonunda düzenli bir şekilde spor yapan kadınların ifadelerinde de geçtiği üzere, spor salonunda gerek bireysel olarak gerekse toplu halde yapılan spor, kadınların gündelik hayatlarının birçok alanında değişime neden olmuştur. Spordaki disiplin öncelikle kadınların gündelik hayatlarında zamanı daha verimli kullanmalarına etki etmiş, uzun vadede sosyalleşmelerine ve ruhsal gelişimlerine olumlu tesirlerde bulunmuş, kadınların ev hayatında ve iş hayatında daha sorumlu ve sabırlı olmalarına katkı sağlamıştır. Bu durum işlevselci yaklaşımın sporun olumlu yanlarına vurgu yapan tespitlerini, yani sporun bireysel açıdan sağlıklı kalma, huzurlu ve dingin olma, gündelik hayatta daha sabırla ve disiplinle hareket etmeye katkı sağladığı, toplumsal açıdan bütünleşme, aidiyet, hoşgörü ve tahammül anlayışını geliştirme ve sosyalleşme

özelliği bulunduğu yönündeki iddialarını doğrular mahiyettedir. Yine sporla birlikte kadınların güven, güç, bilgi ve beceri kazandıkları, kendi yaşamlarını değiştirecek seçimler yapmakta daha rahat davrandıkları ve kendi hayatlarını kontrol edebilme yetisi geliştirdikleri anlaşılmıştır. Dolayısıyla kadınların spor yapmasının önündeki toplumsal cinsiyetle ilgili kısıtlamaların azaltılması, kadınların daha fazla sosyal hareketlilik fırsatına sahip olmasına ve sosyal gelişim yoluyla güçlenmesine katkıda bulunacağı (Koca ve Arslan, 2010: 21) aşikârdır.

3.3. Kadının Spor Yapmasının Önündeki Engeller

Kadınların sportif aktivitelere katılımında aşılması gereken bazı engeller bulunmaktadır. Örneğin muhtemel bir fiziksel ve sosyal şiddetle bağlantılı olarak ortaya çıkan güvenlik sorunu, kadınların bireysel ve toplumsal görev ve sorumluluklarından kaynaklanan zorunlulukları ve bu zorunluluklardan arta kalan kısıtlı zaman, toplumsal cinsiyetle ilgili kabul gören toplumsal normlar ve sporun ekonomik maliyeti söz konusu engellerden bazılarıdır (Hoeber, 2007: 259-280). Anlaşıldığı kadarıyla geleneksel roller kapsamında kadına ev içinde yüklenen sorumlulukların görece fazlalığı, kadının spora ayıracağı vakti kısıtlamaktadır. Görüşmeye katılan kadınlardan Ezgi de: “*Genelde çocuklar, iş hayatı, aile durumları vesaire, bunlar yani*” (Ezgi, 22, Bekâr) diyerek kadınların spor yapmalarını sınırlandıran unsurları kısaca dile getirmiştir. Sezen de kadının ev içi sorumluluklarının, çalışıyorsa iş hayatının, öğrenciyse sınavlarının spor yapmaya engel olabileceğini belirtmiş; bunların yanında eşi tarafından hareketlerinin kısıtlanmasının da bir başka engelleyici faktör olabileceğini söylemiştir:

“Çocuklar olabilir hatta önce çocuklar, mesela ev hanımlarının çoğu da çocuktan dolayı gelemiyor, ikincisi iş hayatı, üçüncüsü de bekârlar için, okul. Mesela ben o final dönemleri, vize dönemleri gelemiyorum. Dördüncüsü de belki de çok kısıtlı kadınlar vardır, böyle eşleri bir şeye izin vermez, o olabilir yani. Belki karısının değişeceğini düşünebilir.” (Sezen, 22, Bekâr)

Kadınların yerine getirmesi gereken zorunluluklar ve kısıtlı zaman konusu da aslında kadınların önceliklerini ve toplumun kadından beklentilerini gösterir (Çelik ve Yenilmez, 2019: 15). Nitekim Hande de eşin kadından beklentilerinin kadının spor yapmasına engel olabileceğini anlatmış, hatta eşin kadının spor yapmasına ve bir spor salonuna gitmesine izin vermesinin toplumda bir lütuf olarak algılandığını belirtmiştir:

“Erkek kadının çok şey yapmasını istemez. Spor da bundan biri... Çok fazla dışarı çıkmasını da istemez, alışveriş yapmasını da istemez... Hayır, sadece maddiyat için değil, hani çok kabaca bir tarif gözünün çok açılmaması için işte. Sporda yeni yeni insanlar tanıyor, zayıflıyor, kendine güveni geliyor. Zayıfladığı için değil, çevreden, o arkadaş çevresinden dolayı kendisiyle barışıyor. Kendisiyle barışan kadın belki eskisi kadar kocasına itaat etmiyor. O her gel dediğinde gelmiyor, git dediğinde gitmiyor, yap dediğinde yapmadığı için, işte erkek sadece spora karşı gelmiyor yani. Erkek karısının birçok şeyine karşı geliyor. Spor da bunun sadece bir parçası. Ya maalesef. Bana bile öyle diyorlar, aa üç aydır gidiyor musun, iyi eşin izin veriyor. Bak, cevap bu. Aa sen geliyorsun ne güzel değil, aa eşin izin veriyor ve bunu koca koca çalışan kadınlar söylüyor bana.” (Sezen, 40, Evli)

Son dönemlerde kadınlarla ilgili yeni hukukî düzenlemelerin yapılması ve kadınların spor yapma imkânlarının oluşturulması, sosyal hayatta ve çalışma yaşamında fiziksel görünümün kadınlar için daha fazla önem kazanması, kadınların spora katılımında artış yaşanmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte bu artış istikrarını koruyamamakta, başlangıçtaki heves ve istek zamanla sönükleşerek spora katılımı düşürmektedir. Yine farklı toplumsal sınıflarda ve kültürel katmanlarda da aynı düzeyde olmamaktadır (Koca ve Bulgu, 2005: 6). Bu bakımdan sporun toplum içerisinde nasıl tanımlandığı ve nasıl algılandığı hususu kadınların spora katılımını etkilemenin yanında sporla ilgili toplumsal ve bireysel algıları göstermesi açısından da önemli olmaktadır (Çelik ve Yenilmez, 2019: 12). Görüşme yapılan kadınlardan Ekin de, toplumun spora bakışının önemli olduğunu

vurgularken spor yapmak amacıyla kadının sürekli olarak dışarı çıkmasının eşi tarafından veya küçük bir yerleşim yerinde yaşıyorsa çevresi tarafından hoş karşılanmadığını, bu durumun kadının spor yapmasına engel olabileceğini şöyle izah etmiştir:

“Mesela şöyle bir algı var, spor yapabilmesi için bir kadının en az haftada üç kez evinden çıkması lazım. Bir de sadece bunun için çıkıyorsa, ya eşi veya kayınvalidesi ya da herhangi konuşacak biri, sürekli evden çıkması, gelmesi, gitmesi dikkat çekebilir. Biraz daha lüks görünüyor açıkçası spor etkinliği. Yavaş yavaş o algı yıkılıyor ama yani kadının zaten dışarda olmasına hoş bakmayan insanlar da var. Benim arkadaşlarımdan da mesela. Köyde oturan arkadaşım var. Köy kısmı ve şehir kısmı biraz daha değişiyor da. Köyde olan bir kadın için mesela zaten iş gücü var, bir de buna vakit ayırması, çok fazla geliyor. Yani normal bakmıyorlar. Sporu gereksiz olarak gören insanlar var. Bunlar etkili oluyordur diye düşünüyorum, sınırlıydur yani ki biliyorum sınırlanan arkadaşlarım da var. Bu bizim için lüks deyip gelemeyen arkadaşlarım var. Maddiyat açısından değil, toplum açısından lüks görülür ve gereksiz görülür diye gelemeyen arkadaşlarım var, özellikle köy kısmında.” (Ekin, 27, Bekâr)

Kişilerin spor yapması kamu spotlarıyla teşvik edilmekte, hatta her sokağa ya da parka spor aletleri konulmaktadır. Fakat görüşmecilerin de ifade ettiği gibi toplumun bakışlarından ya da uygun yerde olmamasından dolayı konulan bu spor aletlerini kadınların kullanması pek mümkün olmamaktadır. Görüşülen kadınlardan Mine de sokaklara konulan spor aletlerinin kadınların rahatlıkla spor yapacağı ortamlarda olmadığını belirtmiş, bu durumu *“toplumun yaşam şeklinin göz ardı edilmesi”* olarak yorumlamıştır:

“Şimdi yaptılar, her parkta spor aletlerini gördüm, hepsini de gördüm ama hiçbirinin bir kadının spor yapacak ortamlarda olduğunu düşünmüyorum. Bu parka konulan, zihniyet doğru ama her alanda spor yapılabilir ve her şahıs yapabilir kısmı yanlış. Ama sen gitmişsin spor aletlerini meydanın tam ortasına koymuşsun. Kadın zaten orda bir şey yaparken arkandan biri bakıyor mu diye tedirgin oluyor. Yani maalesef bir şeyleri belirlerken toplumun yaşam şeklini göz ardı ediyor insanlar... Yani çocuğu parkta oynarken yapsın diye spor aleti koymuş, yanına futbol sahası koymuş. Yani bunlar uygun şeyler değil. Her mahalleye koymuş... Köşe başına koymuş aletleri, yani orası dört yol ağzı, hiçbir kadının eşi karısını orda spor yaparken görmek istemez bence. Yani bu benim fikrim değil toplumun kendi fikri bence... İmkânlar birçok insanın ihtiyaçlarına yönelik olmuyor.” (Mine, 38, Evli)

Hâle de Mine gibi dışarda spor yapmanın kadın için pek mümkün olmadığını şu ifadelerle anlatmıştır:

“Yani belediye dâhil sınırlandırıyor. Şu an şu akşam şurada yürümeye kalsan, kaldırımda bir dünya araba var. Adam akıllı yürümek için kaldırımlarımız yok... Düşünün bir kadın, maddî imkânı yok, kendi başına yapması gerekiyor yani evine herhangi bir spor aleti alamaz, spor salonuna gidemiyor, tek yapabileceği şey yürümek, çok basit ya, sadece altına bir eşofman giyecek buraya çıkacak, mümkün mü bu... Bu aletleri yapıyorlar. Parklara koyuyorlar, bakın ya kim ne kadar düzgün kullanıyor, amacında kullanıyor. Yani ne bileyim birazcık daha şartlar geliştirilebilir kadınlar için.” (Hâle, 29, Evli)

Özellikle küçük şehirlerde kadınların dışarıda spor amaçlı yürüme, koşma ve spor aletlerini kullanma gibi etkinliklerinin hoş karşılanmadığı, bu yüzden kadının spor yapacaksa bile spor salonuna gitmesinin daha rahat olacağı Zeynep tarafından da şu şekilde dile getirilmiştir:

“Sokakta spor yapmak neden şimdi zor, çünkü böyle küçük bir yerde bana sorarsanız, spor yapmak, sokakta bir kadının koşması herkesin ona bakması demek. Yanlış karşılanması demek. Bunu yapamadığı için, sokakta yapamıyorum diyor, spor salonuna gitmesi lazım. Spor salonuna gitmesi için belli bir bütçe ayırması lazım. Hani kalkayım, sporumu yapıyım desem bu kadın ne

yapıyor diye bir bakıyorlar, sürekli bakıyorlar... Dediğim gibi toplum, bakışlar..." (Zeynep, 19, Bekâr)

Benzer şekilde Nesrin de kadının dışarıda spor yapmasının toplum tarafından pek hoş karşılanmadığını, salonun kadın için daha uygun olduğunu, bununla birlikte ekonomik açıdan her kadının spor salonu ücretini karşılamasının mümkün olmadığını şu şekilde belirtmiştir.

"Ekonominin etkisi çok var, gerçekten çok var. Çünkü spor salonları çok ucuz değil. Mesela dışarda spor yapmak çok zor. Hani mesela bazen yolun kenarında Düzce'de nerde koşacaksın. Evimin mesela sokağımın etrafında koşayım desen millet deli diye bakar yani sana. Salona gelmek zorundayım ki ne kadar koşabilirim... Ha istesek yapılabilir mi, tabii ki yapılabilir ama bence ekonomik özgürlük olduğunda. Salonda spor yapmak daha güzel ve kolay." (Nesrin, 29, Bekâr)

İfade edilenlerden de anlaşılacağı üzere kadınların ev içindeki sorumluluklarının fazla olması, toplumun kadınların spor yapmasına olumsuz yaklaşması, eş ya da yakın çevresi tarafından kadının hareketlerinin kontrol edilmesi kadınların spor yapmasının önündeki engeller olarak durmaktadır. Sokaktaki insanların rahatsız edici bakışları ve uygun olmayan fiziksel şartlar ise kadınların dışarıda spor yapmasına mani olmakta, bu durum kadınları zorunlu olarak daha güvenli ve rahat gördükleri spor salonlarına yönlendirmektedir. Ancak spor salonuna gitmenin belli bir maliyeti olması, ekonomik imkânları el vermeyen kadınların bir spor salonuna gitme ihtimalini ve dolayısıyla da spor yapma imkânını ortadan kaldırmaktadır. Bu şekilde en azından belli bir gelir düzeyine sahip kadınlar spor salonlarında daha rahat ve tedirgin olmadan spor yapma imkânı bulurken, gelir seviyesi düşük kadınlar bu imkândan da mahrum kalmakta ve toplumsal yargılar ile malî imkânsızlıklar arasında sıkışıp kalmaktadırlar. Bu durum, her türlü eşitsizliğe dikkat çeken çatışmacı yaklaşım perspektifinden değerlendirildiğinde, cinsiyet ve ekonomik eşitsizliğin ortaya çıkardığı sıkıntılar olarak görülebilir. Nitekim Koca'nın da belirttiği gibi toplumda kadına ve erkeğe uygun görülen toplumsal cinsiyet rolleri kamusal ve özel alan şeklinde ayrılmakta, kadınlık ve erkeklik birbirine karşıt özellikler, roller ve davranışlarla tanımlanmaktadır (Koca, 2006: 82). Bu tanımlamalara göre kadınlık daha çok duyguları, güzelliği ve bedeni temsil ederken erkeklik ise akıllı, uygarlığı ve kültürü temsil eder. Dolayısıyla kadınların toplumsal yaşamdaki konumu ve diğer insanlarla ilişki biçimi ve faaliyetleri de bu tanımlardan etkilenir. Bu durumda toplumun kadına ve erkeğe yüklediği toplumsal cinsiyet rolleri kadınların spora katılmasına da etki eder hale gelir. Yani kadınların spor yapmalarına engel olan durumun, büyük oranda onların toplumsal cinsiyet rolleriyle bağlantılı olduğu görülür.

3.4. Spor Sonrası İletişim ve Değerlerde Değişim

Sporun kadınların üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalarda, kadınların fiziksel aktivitelere katılımının onların kendi bedenlerini tanımalarına, bedensel yeterliliklerini keşfetmelerine, özgüvenlerini sağlamalarına ve çevresindekilerle olumlu iletişime geçmelerine katkıda bulunduğu görülmüştür. Bu katılım ve aktivite halinin aynı zamanda onların kadın ve sporla ilgili toplumsal önyargıları fark etmelerini olanaklı kıldığı anlaşılmıştır (Hacısoftaoğlu, 2005: 28; Bulgu vd., 2007: 178-179). Spor yapan kadınların kendi bedenleriyle ilişkilerinin nasıl olduğuna, sporun kendi yakın çevreleriyle iletişime nasıl tesir ettiğine ve sporun daha önce doğru attığı değer yargılarının değişimine etkisi olup olmadığına yönelik sorulara verilen cevaplarda, görüşülen kadınların sporla birlikte kendi bedenleriyle ilişkilerinin daha olumlu olduğunu, spor yaparak sakinleştiklerini ve bu durumun aileleriyle iletişimlerini de etkilediğini söylemeleri söz konusu tespitleri doğrular mahiyettedir. Nitekim görüşülen kadınlardan Gaye de spora başladıktan sonra kendi bedenini sevmeye başladığını, kendini sevmenin çevresindekilere de yansıdığını ve özgüvenini arttırdığını şöyle ifade etmiştir:

"Spora başladığımızda kendimizi sevmekten bahsetmiştik. Kendimizi sevdiğimiz için o sevgiyi karşımızdakilere daha rahat yansıtabiliyoruz bence. Yansıttığımı düşünüyorum. Ben kendimi

de daha fazla sevmeye başladığım için çevreme daha pozitif bakıyorum... Sporda biraz daha yalnız kalarak sevdiğin şeyleri yaptığın için özgüvenim arttı kesinlikle ve nasıl desem ben kendine çok böyle değer veren insan değilimdir. Çok düşüncelerimi söylemem, sevmem bunu ama spordan sonra kendi düşüncelerimin de değerli olduğunu hissetmeye başladım ve insanlara kendimi kanıtlamaktan çok, kendimi kendime kanıtlamaya çalışıyorum artık. Bunlar değişti, genel yargılarım, yani daha çok sanırım sarılmaya başladım kendi düşüncelerime, değer yargılarıma.” (Gaye, 19, Bekâr)

Spor, kişinin kendini gerçekleştirdiği, kendi öz deneyimlerini yaşadığı, kendisiyle bütünleştiği bir alan olması bakımından amacı kendinde olan bir eylem biçimidir (Erdemli, 2002: 48). Dolayısıyla spor öncelikle kişinin kendisi için yaptığı bir eylem olmakta, etkileri ise öncelikle kişinin kendi ruhunu ve bedenini, daha sonra da çevresini kapsamaktadır. Nitekim sporun verdiği sakinlik ve sabrın olaylara daha ılımlı yaklaşmasına sebep olduğunu belirten Sena, bu durumu “*ruhumuz yumuşuyor*” ifadesiyle açıklamıştır (Sena, 27, Bekâr).

Sporun sağladığı sosyalleşme ve diğeriyle temas kurma halinin ve takım olmanın getirdiği birliktelik ruhunun hâkim kanaatleri değiştirmek ve önyargıları kırmak hususunda bir imkân oluşturduğu bilinmektedir. Spora başlamadan önce farklı dil, farklı kültür ve farklı milletten kişilere karşı önyargılı olduğunu belirten Sena, spor salonunda daha önce uzaktan gördüğü bu tür kişilerle etkileşim içerisine girdiğini, bu sayede onları daha iyi tanıma imkânı bulunduğunu ve onlara karşı bakış açısının değiştiğini şöyle izah etmiştir:

“Şöyle bir şey oldu, şimdi malum Suriyeliler her yerde diyorlar ya. Şimdi ben bu konuda biraz daha, bazı insanlar bu konuda biraz daha iyimser, daha olumlu yaklaşırlar mesela olaylara genel anlamda. Ben biraz daha katıydım burada, hani biraz daha şeydim. Tutucuydum herhalde ülkeye karşı, kabul etmemiştim ilk etapta onları... Onların burada yaşamasına, gelip yaşam sürdürmeye çalışmasına, ya gıcık oluyordum öyle söyleyeyim hani çok ılımlı değildim onlara karşı, hiçbir şekilde hani kalkıp, hiçbir tanesiyle muhatap olmadım ama konuşmadım da ne yapıyorlar diye, nasıllar diye. Sonra burada bir kadınla karşılaştım ben onun Suriyeli olduğunu bilmiyordum ama işte konuşmuyoruz, sadece bana gülümsedi bana birkaç defa, Suriyeliymiş... Sonra ben onunla tanıştım. Sonra bir dışarda karşılaştık, çocuklarıyla birlikteydi. Orda da selamlaştık çok hoşuma gitti. Sonra hani orda da tanıdı beni, ben de tanıdım onu.” (Sena, 27, Bekâr)

Mevcut toplumsal kabullerin ve kanaatlerin spor yaparken değişime uğraması hususunu Feyza ve Melike de dile getirmişler; kadının sürekli dışarı çıkmasının hoş olmadığı düşüncesini spordan önce kendilerinin de farkında olmadan kabullendiğini, spor süreciyle birlikte bu düşüncelerinin değiştiğini şöyle belirtmişlerdir:

“Evden bir kere çıktın, haftada ne bileyim iki kere dışarı çıkarsın, her gün kadın dışarı çıkmaz gibi bir algı vardı. Yani bu şekilde söylenmiyordu ama bir şekilde hissediliyordu. Daha iki gün önce gitmedin mi ya da daha yeni gittin, birkaç gün sonra git gideceğin yere gibi sözler işitiyordum. O zaman da ben evden çok fazla dışarı çıkmamak gerekiyor diye düşünüyordum. Ben de bunları yaşadım. Büyüklerimiz işte sen zaten çok zayıfladın, bir daha çıkma, yürüme dediler. Ondan sonra bakıyorum, biraz sonra geliyor, ben de seninle geleyim diyor. Hani sen yalnız çıkma, kayınvalidem diyeyim bu sefer çocukları yanıma göndermeye başladı. Ondan sonra anladım ki ve şu an fark ediyorum ki şey diyor kendi, kadın sürekli evden çıkmaz, kadın sürekli göz önünde bulunmaz. Kadının göz önünde durmaması gerekiyor diye bir algısı var ve ben bunu hâlâ yıkamadım... Şu an ben rutin olarak çıktığım için, hani şu an özellikle o şekilde düşünmüyorum. Ama bu şekilde düşündürülüyormuşuz meğer. Bu şekilde bir şey varmış. Sürekli çıkma, çıkmayın, kadın çok göz önünde bulunmasın diye bir algı varmış ve bunu fark ettim, yıkmaya çalışıyorum. Hâlâ yıkamadık ama.” (Feyza, 31, Evli)

Sporun kadının kendisini tanımasına imkân vermesi ve kendini ifade etme cesareti kazandırması, kadınların aynı zamanda yerleşik toplumsal kadın rollerini sorgulamasına neden

olduğu, hatta kadınları bu sanal sınırları aşmaya teşvik ettiği yapılan araştırmalarda da ortaya çıkmaktadır (Bulgu vd., 2007: 179). Yetişkin kızları ve torunu olan 50 yaşındaki Melike de kadın sürekli dışarı çıkmaz algısını kendisinin de farkında olmadan benimsemiş olduğunu ve bunu sporla birlikte fark ettiğini şöyle ifade etmektedir:

“Yok bu kadın da her gün nereye gidip geliyor derler, her gün nereye gidiyor derler. Hemen hemen ben beş günü, dört günü gelmeye çalışıyorum (spor salonuna), en az. Bu kadın nereye gidiyor, kime ne ya dedim artık.” (Melike, 50, Evli)

Spordan keyif aldığını ve spora severek geldiğini belirten Beste ise, spora gelmeyi mücadele etmek ve sorunların üstesinden gelmeyi öğrenmek olarak görmekte, kadının diğer işlerini bırakarak spora gelmesini mücadeleyi kazanmış olarak tanımlamaktadır:

“Spora geldiysen zaten, birçok şeyi geride bırakmış oluyorsun. Sakın unutmayın bunu, herkes için söylüyorum, mücadeleyi başarmış olursun, çünkü orada bir mücadele var. O evden çıkmak ayrı bir mücadele, işten çıkmak ayrı bir mücadele, eşini bırakıp buraya gelmek ayrı bir mücadele, yani herkesi bırakıp buraya kendin için geliyorsun, onun için gerçekten acayip keyifli. Bir kere o mücadeleyi kazanıyorsun bir, yapıyorsun keyif alıyorsun iki, sonuç alıyorsun, onun için de çok keyifli... Yani her anlamda güçleniyorsun. Yani fiziksel anlamda güçleniyorsun, dayanıklılığın artıyor, moral olarak güçleniyorsun, sabrın artıyor, işte sosyal anlamda güçleniyorsun özgüvenin artıyor. Yani her şekilde güçleniyorsun. Yani eşine karşı duruşun değişiyor. Hani böyle inanılmaz bir özgüven artışı oluyor. O zaman da sorunlu bir tip olmuyorsun. Dağılıyor bütün ilgin.” (Beste, 38, Evli)

Bu şekilde kişilerin kendileriyle karşılaştıkları ve potansiyellerinin farkına vardıkları bir uğraş alanı olarak spor, bir taraftan kişinin kendi bedenini tanıyıp onunla uyumlu yaşamayı tecrübe etmesini sağlarken, diğer taraftan da kişinin kendini düzeltmeyi, kendine ve yetilerine hâkim olmayı ve kendini güçlü kılmayı öğrenmesine yardımcı olur (Erdemli, 2002: 52). Nitekim aktarılan ifadelerde de sporun kadınların bedenlerini, düşüncelerini, duygularını tanımlarına olumlu katkısı olduğu ve bu durumun öncelikle kadının kendisiyle, daha sonra yakın çevresiyle kurduğu ilişkilere yansıdığı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla spor yapmak sadece kadının bedeninin şekillenmesine ve sağlıklı olmasına katkıda bulunmamakta, aynı zamanda kadınların toplumsal iletişim ve etkileşimlerini de olumlu yönde değişikliğe uğratmaktadır. Farklı kişilerle bir arada bulunmak, onları tanıma fırsatı elde etmek, bir takım önyargılardan kurtulmaya vesile olabilmektedir. Ayrıca spor yapmak suretiyle kadın toplumdaki geleneksel kadın algısını da değişikliğe uğratmakta ve mevcut önyargılara karşı mücadele etmeyi deneyimlemektedir.

4. Sonuç

Toplumun kadına ve erkeğe yüklediği roller kadının toplumdaki konumunu, faaliyetlerini, insanlarla ilişki biçimini etkilediği gibi, kadının spora katılmasında da etkili olmaktadır. Yani toplumsal cinsiyet rolleri kadınların spora karşı ilgilerini, sporu yapma amaçlarını ve spor yapma şekillerini belirlemektedir. Nitekim yapılan bu araştırmada da kadınların hem spora katılmasına neden olan faktörlerde hem de spora katılmasına engel olan faktörlerde toplumsal cinsiyet rolleri ön plana çıkmaktadır. Arkadaş, eş gibi kadınların yakın çevrelerinde bulunan kişilerin, kadınlara bedenlerini şekillendirmeleri gerektiğini tavsiye ederek onları spora yönlendirmeleri, aynı zamanda kadınların toplumsal cinsiyet rollerini de pekiştirmektedir. Toplumda kadınların güzel bedeni temsil eden kimseler olarak gösterilmesi ve kadınların da spora bunu sağlamak amacıyla katılmaları dikkat çekici bir durumdur.

Bedeni güzelleştirmek amaçlı da olsa, kadınların spora yönelirken önlerinde engeller bulunmakta, bu engeller de genellikle kadının toplumsal cinsiyet rolüyle ilgili olmaktadır. Çalışan bir kadın olsa dahi ev içindeki sorumluluklarının fazla olması, çocukların bakım sorumluluğunun

çoğunlukla kadında olması ve dışardaki fiziksel imkânların kadınlar için uygun olmaması kadınların önündeki en görünür engellerdir. Kadının spor yapmak için her gün dışarıya çıkması ve bunun evdeki büyükler ve toplum tarafından hoş karşılanmamasının ise kadının toplumdaki konumuyla ve yerleşik kadın algısıyla ilgisi bulunmaktadır. Bu durum toplumda kadının göz önünde bulunmaması gerektiği görüşünün etkili olduğunu göstermektedir. Bu şekilde spor da toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ortaya çıkaran ve görünür kılan bir alan haline gelmektedir.

Kadınların spor yapmalarının önünde cinsiyet alanındaki eşitsizlik kadar ekonomik açıdan da bir eşitsizlik durumu söz konusudur. Nitekim ekonomik imkânların el vermediği durumlarda spor maddî geliri yeten kişilerin ulaşabileceği bir alan haline gelmektedir. Toplumdaki eşitsizlikleri ortaya koymaya çalışan çatışmacı yaklaşım, özellikle kadının toplumdaki rolü ve konumu açısından, oluşturulan algıyı ve baskıyı gün yüzüne çıkartmaya çalışırken maddî imkânsızlıkların yol açtığı bu tür eşitsizliklere işaret etmektedir. Bu araştırmada da kadınların spor yapmasında fiziksel imkânların yetersizliğinin kadınların spor salonlarını tercih etmelerine neden olduğu görülmüştür.

Diğer yandan kadınların spora katılması ve gündelik hayatlarında sporun daha önemli hale gelmesi, kadınların toplumsal yaşamlarında da değişikliklere sebep olmuştur. Genellikle yakın çevrenin yönlendirmesi neticesinde sadece bedeni şekillendirme ve kilo verme amacıyla başlanan spor, kadınların bireysel ve toplumsal gelişimine katkıda bulunmuştur. Toplumun birbirine bağlı sistemlerden oluştuğunu belirten işlevselci yaklaşımın belirttiği gibi spor da kadınların sosyalleşmesine, iradeli, sabırlı, disiplinli ve sorumluluk sahibi olmasına ve yaşam şeklinin değişmesine neden olmuştur. Ayrıca spor yapma sürecinde kadınlar, toplumda kadının rollerine yönelik kendi düşüncelerinin ve toplumdaki algının farkına varmışlar, bir sorgulama süreci içerisine girmişlerdir. Nitekim kadınların toplum tarafından dayatılan algıya karşı direnmeleri, ortaya çıkardığı zorluklara rağmen onların daha fazla güçlenmelerine katkı sağladığı anlaşılmıştır.

Sonuç olarak kadınların spora katılması, sağladığı fiziksel ve psikolojik katkıların yanında onların toplumdaki konumlarının da güçlenmesine imkân vermektedir. Kadın sporla hem kendi fiziksel yeteneklerinin farkına varmakta ve kendi bedenini kontrol ederek başarı duygusunu geliştirmekte hem de toplumsal konumuyla ilgili algıya karşı mücadele etmektedir. Bu mücadele kadınları güçlü kılmakta ve toplumsal cinsiyet eşitliğine dair farkındalık oluşturmaktadır. Bu farkındalığın yaygınlaşması ve kadının toplumda güçlenmesi için fiziksel, kültürel ve toplumsal farklılıklar dikkate alınarak kadınların spor yapmalarını teşvik edecek fırsatlar sunulmalıdır. Spora her toplumsal sınıftan kadının ulaşabilmesi ve spordan yararlanabilmesi sağlanmalıdır. Bunun için kadınlara eşit fırsatlar sunulmalı ve spor yapabilecekleri güvenli alanlar oluşturulmalıdır.

Kaynakça

- Akkoyunlu, Y. (1996). *Beden Eğitimi ve Spor. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (1): 80-81.
- Amman, M. T. (2000). *Spor Sosyolojisi. Sporda Sosyal Bilimler*. Ed. H. C. İkizler. İstanbul: Alfa Yayınları. 85-150.
- Amman, M. T. (2006). *Kadın ve Spor*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Bayraktar, C. (2003). *Sosyal Yapı Özelliklerinin Spora Etkisi. Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17 (1): 19-36.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım-Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Çev: Derya Fırat, Günce Berkkurt. Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2016). *Sosyoloji Meseleleri*. Çev: Filiz Öztürk, Büşra Uçar, Mustafa Gültekin, Aslı Sümer. Ankara: Heretik Yayınları.

- Bulgu, N., Koca Arıtan, C., Aşçı, F. H. (2007). Gündelik yaşam, kadın ve fiziksel aktivite. *Spor Bilimleri Dergisi*, 18 (4): 167-181.
- Calhoun, C. (2010). Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları. 2. Baskı. Güney Çeğin, Emrah Göker, Âlim Arlı, Ümit Tatlıcan (Der.). *Ocak ve Zanaat-Pierre Bourdieu Derlemesi içinde (77-131)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cantek, F. ve Yarar, B. (2009). Erken Cumhuriyet Dönemi Dergi ve Gazetelerinde Spor ve Kadın 1928-1960, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (29): 201-218.
- Coakley, J. J. (1990). *Sport in Society: Issues and Controversies*. Mosby College Publication.
- Craig, P. ve Beedie, P. (Eds.) (2010). *Sport Sociology*. 2. Baskı. Learning Matters.
- Creswell, J. W. (2015). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. (2. Baskı). (Çeviri Editörleri: M. Bütün ve S. B. Demir), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çaha, Ö. (1999). Spora Yaslanarak Bir Nefes Almak. *Düşünen Siyaset*, 1 (3): 115-125.
- Çakır, V. O. (2014). *Spor Sosyolojisinin Doğuşu Geleneksel Beden Eğitimi Usul ve Yaklaşımlarda Dönüşüm*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, O. B. ve Yenilmez, M. İ. (2019). Oyunu Değiştirmek: Neden Daha Fazla Kadın Spora Katılım Sağlayamıyor. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7: 9-17.
- Çokbankır, N. (2009). Antik Dönemde Beden Terbiyesi ve Sporun Gelişimi. *Toplumbilim Dergisi* beden sosyolojisi özel sayısı 24: 77-82.
- Dever, A. (2017). *Sosyolojik Teoriler ve Spor*, Konya: Çizgi Kitapevi.
- Ekmekçi, A. D., Ekmekçi, R. ve İrmış, A. (2013). Küreselleşme ve Spor Endüstrisi. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4 (1): 91-117.
- Erdemli, A. (1999). Kadın ve Spor. *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 5: 95-126.
- Erdemli, A. (2002). *Temel Sorunlarıyla Spor Felsefesi*. İstanbul: E Yayınları.
- Gündüz, D. (2010). *İlköğretim Okullarında Görev Yapan Kadın Öğretmenlerin Spora Katılımı ve Sosyo Kültürel Problemler Sarıyer Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Hacısoftaoğlu, İ. (2005). *Fiziksel Etkinliklerin Kadınların Bedenlerinin ve Toplumsal Kimliklerinin Yapılanmasındaki İşlevi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Hacısoftaoğlu, İ. ve Bulgu, N. (2012). Kadınlar ve Egzersiz: Aerobik Egzersizin Çatışmalı Anlamları. *Spor Bilimleri Dergisi*, 23 (4): 177-194.
- Hargreaves, J. (2002). *Sporting Females: Critical Issues in the History and Sociology of Women's Sport*. London: Routledge.
- Hoeber, L. (2007). Exploring the Gaps between Meanings and Practices of Gender Equity in a Sport Organization. *Gender, Work and Organization*, 14: 259-280.
- Koca, C. ve Bulgu, N. (2005). Spor ve Toplumsal Cinsiyet: Genel bir bakış. *Toplum ve Bilim*, 103: 163-184.
- Koca, C. (2006). Beden Eğitimi ve Spor Alanında Toplumsal Cinsiyet İlişkileri. *Spor Bilimleri Dergisi*, 2: 81-99.

- Koca, C. ve Arslan, B. (2010). *Kız Çocukları ve Futbol: Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımı*. İstanbul: Türkiye Futbol Federasyonu Futbol Eğitim Yayınları.
- Küçük, V. ve Koç, H. (2004). Psiko-sosyal Gelişim Süreci İçerisinde İnsan ve Spor İlişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (10): 131-141.
- Oğuz, G. Y. (2005). Bir Güzellik Miti Olarak İncelik ve Kadınlarla İlgili Beden İmgesinin Televizyonda Sunumu. *Selçuk İletişim*, 4 (1): 31-37.
- Öztürk, E., Hanbay, E. ve Kaya, B. (2013). Sabah Sporlarına Katılan Ev Hanımlarının Spor Konusundaki Bilgiler İlgiler ve Görüşlerin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Spor Bilim Dergisi*, 11 (3): 151-156.
- Peterson, S. L., Weber, J. C., Trousdale, W. W. (1967). Personality traist of women in team sports and women in individual sports. *Reseach Quartely*, 38 (4): 686-690.
- Ritzer, G. ve Stepnisky, J. (2019). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri* (çev. İrmak Ertuna Howison). Ankara: De Ki Yayınları.
- Sarıkoca, E. (2020). Spor ve Sosyoloji Bir Yaklaşım Denemesi, *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 64: 261-270.
- Swingewood, A. (1998). *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi* (çev. Osman Akınhay). Ankara. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Talimciler, A. (2006). İdeolojik Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Spor ve Spor Bilimleri. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 2 (1): 35-40.
- Tanrıverdi, H. (2012). Spor Ahlakı ve Şiddet. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5 (8): 1072-1093.
- Tezcan, M. (2019). Toplumsal Değişme ve Spor. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25 (2): 617-623.
- Turkay, H. (2020). Spor Sosyolojisi: Geçmişten Günümüze Gelişimi ve Gelecek Beklentileri. *Spor Eğitim Dergisi*, 4 (2): 53-61.
- Wallace, R. A. ve Wolf, A. (2018). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları* (7. baskı) (çev. Leyla Elburuz ve Rami Ayas). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Yetim, A. (2000). Sporun Sosyal Görünümü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1:63-72.
- Yetim, A. (2008). *Sosyoloji ve Spor*. (3. Baskı). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Yıldız, M. (2009). Spor ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri: Geniş Bir Sınıflama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (12): 1-10.
- Yılmaz, A. ve Ulaş, M. (2016). Kadınların Rekreatif Alanlarda Fiziksel Aktivite Yapma Amaçları ve Karşılaştıkları Sorunlar. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 27 (3): 101-117.
- Yüksel, M. (2014). Cinsiyet ve Spor. *Tarih Okulu Dergisi*, 7: 663-684.
- Yüksel, M. (2019). Pierre Bourdieu ve Spor Sosyolojisine Katkıları. *Journal of History Culture and Art Research*, 8 (3): 495-515.

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

HAREZMŞAHLARI YIKIMA GÖTÜREN OLAY: OTRAR FACİASI (1218)

Mustafa KÖKSAL¹

Öz

Tarih insanların geçmişte kendi iradeleriyle yaptıkları eylemleri ve bunların sonuçlarını inceleyen bir bilimdir. İlk insanın yeryüzüne inmesiyle başlayan süreç içerisinde meydana gelen bazı olaylar, tarihin başka bir mecraya evrilmesine neden olmuştur. Otrar faciası da bu olaylardan biridir. Bugün Seyhun Nehri'nin orta havzası ile Kızılkum Çölü'nün kuzeyini içine alan bu tarihî şehir, uzun süre hafızalardan silinmeyen acı olaylardan birine ev sahipliği yapmıştır. Doğudan gelen ve bir çığ gibi büyüyen Moğolların Horasan ve Mâverâünnehir bölgelerinde hüküm süren Harezmsahlarla komşu olmaları ile başlayan ticarî ilişkiler Cengiz Han'ın 1218 yılında ticaret için Harezm'e gönderdiği dört yüz elli tüccarın Sultan Muhammed'in emri ile katledilmesi iki devleti karşı karşıya getirmiştir. Bu hadiseden sonra yönetim becerilerinden yoksun Sultan Muhammed'in gururu ve kibri, arka arkaya hatalı kararlar alarak yanlış stratejiler izlemesi Cengiz Han'ın cihan fatihi olması yolundaki engellerden birini ortadan kaldırmıştır. Ayrıca onun yaptığı bu ölümcül hata dışarıdan bakıldığında kudretli ama içeriden çürümüş olan devletin bir anda yıkılmasına neden olmuştur. Otrar hadisesi Türk ve İslâm coğrafyasının doğudaki kalkını olan Harezmsahlardan ortadan kalkması Moğol istilasına kapı aralayarak yukarıda zikrettiğimiz coğrafyada tarihi imkânsız acıların yanı sıra onarılması yüzyıllar süren ağır tahribatlara da yol açmıştır.

Anahtar Kelime: Otrar, Moğollar, Harezmsahlardan, Cengiz Han, Sultan Muhammed

THE EVENT THAT TAKES KHWAREZM TO DESTRUCTION: OTRAR DISASTER (1218)

Abstract

History is a science that examines the actions and results people have done of their own will in the past. Some events that took place in the process that started with the arrival of the first human on earth caused history to evolve into another course. The Otrar disaster is one of these events. Today, this historical city, which includes the middle basin of the Seyhun River and the north of the Kızılkum Desert, has hosted one of the painful events that have not been erased from memory for a long time. The commercial relations that started with the Mongols coming from the east and growing like an avalanche becoming neighbors with the Khorezm-Shahs who ruled in Khorasan and Transoxiana regions, and the murder of four hundred and fifty merchants, whom he sent to Khwarezm for trade in 1218, on the order of Sultan Muhammad brought the two states against each other. After this incident, the pride and arrogance of Sultan Muhammad, who lacked management skills, took wrong decisions one after the other and followed wrong strategies, removing one of the obstacles for Genghis Khan to become the conqueror of the world. In addition, this fatal mistake he made caused the collapse of his mighty state, which was viewed from the outside, but rotted from within. The Otrar incident, the disappearance of the Khorezm-Shah, which are the eastern shields of the Turkish and Islamic geography, opened the door to the Mongol invasion and caused severe damage that took centuries to repair as well as indescribable pains in the geography mentioned above.

Key Words: Otrar, Mongols, Khorezm-Shahs, Genghis Khan, Sultan Muhammad

¹ Doktora Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, SBE, Orta Çağ A.B.D, mustafakoksal13@hotmail.com, orcid: 0000-0002-6360-0957

Bu Yayıma Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Köksal, M. (2021) Harezmsahlardan yıkıma götüren olay: Otrar faciası (1218), *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 171-188.

1. Giriş

Otrar, bugün Seyhun'un (Siriderya) orta havzası ile Kızılkum Çölü'nün kuzeyini içine alan ve yaklaşık 200 km²'lik sahayı kaplayan tarihî ve coğrafi bölgedir. İslâm coğrafyacıları bu topraklarla ilgili önemli bilgiler vermektedirler. Yâkût el-Hamevî, *Mu'cemü'l-Büldân* adlı eserinde Fârâb ve Otrar'ı iki farklı yer olarak değerlendirmektedir. O, Fârâb'ın Seyhun Nehri'nin öte tarafında Türk beldelerine yakın bir vilayet olduğundan bahseder. Arazinin geniş olması ve bataklıkların yer alması nedeniyle ele geçirilmesinin çok güç olduğunu, Şaş Nehri'nden başlayan vadinin batı kısmında ekili alanların yer aldığını, ayrıca İsmail b. Hammâd el-Cevherî, Ebu İbrahim İshâk b. İbrahim. Ebu Nasr Muhammed b. Muhammed el-Fârâbî, Abdullah b. Muhammed b. Seleme b. Habîb b. Abdü'l-Vâris, Ebu Muhammed el-Mukaddesî el-Fârâbî gibi birçok ünlü İslâm âliminin bu bölgeden yetiştiğini aktarır. Müellif, Otrar'ı da Seyhun Nehri kıyısında, Fârâb bölgesi yakınlarında, Türk beldelerinin hemen yanı başında, korunaklı ve geniş bir vilayet olarak kaydeder (el-Hamevî, IV, 1977:225; el-Hamevî, I, 1977:218).

Mes'ûdî, Fârâb ve çevresinin her yıl Seyhun Nehri'nin taşması nedeniyle su baskınlarına maruz kaldığını, köyler ve çiftlikler arasında ulaşımın kayıklarla sağlandığını belirtir. Ayrıca yönetim merkezinin nehrin doğusunda yer alan Keder adında bir kasaba olduğunu, oraya yarım fersah uzaklıkta olduğunu ifade eder. İbn Havkal'a göre Bârâb (Fârâb), bir bölgenin adıdır. Arazinin genişliği ve uzunluğu bir günlük mesafeden daha kısadır. Bölge müstahkem bir yapıya sahiptir. Burası çorak bir bölge olup Şaş (Seyhun) Nehri'nden uzanan vadi boyunca koruluklar ve tarlalar bulunur (Mes'ûdî, 2018:59; Barthold, 2017:196-197; İbn Havkal, 2017:441-442; Le Strange, 2015:582).

Mukaddesî, bölgenin nüfus yoğunluğu olmayan kırsal bir alanda yer aldığını, eski adının Fârâb, yeni adının ise Otrar olarak bilindiği ve en büyük yerleşim yerinin de bölgeyle aynı ismi taşıdığını kaydeder. Müellif nüfusun yaklaşık yetmiş bin civarında olduğunu, şehrin içerisinde cami ve pazar yerinin bulunduğunu anlatır. (Mukaddesî, 2015:277-278; Le Strange, 2015:582).

Önemli İslâm coğrafyacılarından Kazvinî ve el-Ömerî, Otrar'ın Maverâünnehir'in önemli şehirlerinden biri olduğunu, ünlü İslâm âlimi Fârâbî'nin (872-950) burada doğup yetiştiğini ve şehrin Cuma camisi yanında pazarların yer aldığını zikrederler. Son olarak İbn Hurdazbih, Fârâb'ın Türklerin yaşadığı bir şehir olduğunu, ayrıca burada hem Müslümanlara hem de Karluk Türklerine ait sınır karakollarının ve silah depolarının bulunduğunu kaydeder (Kazvinî, trhs: 548; el-Ömerî, 2014:196; İbn Hurdazbih, 2019: 36; Yörükân, 2013: 80).

Otrar'ın Seyhun'un kıyısında bulunması, arazinin sulak ve verimli olması nedeniyle çok eski zamanlardan beri bölgenin önemli tarım merkezlerinden biri olmuştur. Yapılan arkeolojik çalışmalarda tarım aletlerine rastlanması, önceki dönemlerde de tarımın ileri seviyede olduğunu kanıtlamaktadır. X.-XV. yüzyıllar arasında İpek Yolu ticaret yollarının kesiştiği noktada bulunmasından dolayı Otrar, önemli bir ticaret merkezi olmuştur. Bölgede Moğol İstilasına kadar tarım ve ticaret hayatı çok canlıydı. Ancak istiladan sonra her ikisi de bitme noktasına geldi. XV.-XVI. yüzyıllarda siyasi çalkantıların sona ermesiyle birlikte yöre eski canlılığına yeniden kavuşmuş, çiftçilik, el sanatları ve ticaretle uğraşan halkın sayısında önemli bir artış gözlenmiştir (Daribay, 2011:7).

Otrar'ın mâzisi eski çağlara kadar dayanmaktadır. Yörede yapılan arkeolojik kazılardan elde edilen bulgulara göre Taş, Tunç ve Erken Demir Çağlar'ında insanların buralara yerleşmeye başladıkları saptanmıştır. VI. yüzyıla kadar burada Kanglıların yaşadığı bilinmektedir. Bu topluluk, arazinin verimli olması nedeniyle tarım, hayvancılık ve avcılıkla meşgul olmuştur. Ayrıca el sanatları ve ticaret alanlarında yaptıkları faaliyetler onların ileri düzey bir medeniyete sahip olduklarının göstergesidir (Ögel, XII/48: 826; *Otrar Ansiklopedia*, 2005:13-20).

Otrar toprakları VI. yüzyıldan itibaren Seyhun Havzası üzerinde kurulan Batı Göktürk Kağanlığı'nın (582-704) egemenliğine girmiştir. Batı Göktürk Devleti bu topraklarda hüküm sürdüğü zaman dilimi içerisinde Sâsânî, Bizans ve Çin ile siyasî ve ekonomik ilişkiler kurmuştur. Batı Göktürk Hükümdarı Tardu'nun 603'te vefatından sonra ülkede iç karışıklıklar meydana geldiği için Batı Göktürkleri 630-634 yılları arasında bölgedeki hâkimiyetlerini kaybettiler. Devlet, 656 yılından itibaren Tang Hanedanlığı'nın (618-904) boyunduruğunda 704'e kadar varlığını devam ettirdi (Taşağıl, 2018: 289; Taşağıl, 2018 :137-152).

Batı Göktürk Devleti'nin yıkılmasından sonra bölgeye U-çe-le (704-706) liderliğindeki Türğişler, (704-766) hâkim oldular. 706'da onun ölümü ile devlet içerisinde iktidar mücadelesi başladı. 715'te tahta çıkan Su-lu Kağan (715-738) yönetimi ele aldı. Ancak o, batıda Arapların, doğuda Çinlilerin yanı sıra Doğu Göktürk Kağanlığı ile de mücadele etmek zorunda kaldı. Araplar ile ciddi mücadelelere giriştiyse de Semerkand ve Buhârâ topraklarının ele geçirilmesine engel olamadı. Son olarak 737'de Arapları topraklarından atmak için Tohoristan üzerine yaptığı seferde yenilince komutanı Bağa-Tarhan tarafından öldürüldü. Kağan'ın ölümü üzerine 747 yılına kadar sürecek olan taht mücadeleleri başladı. Ancak Karluklar (742-1221), bu karmaşaya dur diyerek aynı yıl Türğişlerin varlığına son verdiler. Kafesoğlu, 2016: 138-139; Barthold, 2017:209-210; Barthold, 2018:118-119).

Otrar topraklarının Müslümanlarla tanışması Emevîler (661-750) dönemine tekabül etmektedir. Haccac b. Yusuf'un Irak Genel Valiliği'ne atanmasından sonra fetih hareketleri yeniden hız kazandı. 705'te Horasan valisi olarak tayin edilen Kuteybe b. Müslim, fetihlere devam ederek önce tehdit unsuru olan Mâverâünnehir ve Toharistan topraklarını 706 yılında itaati altına aldı. Böylece iki bölge İslâm hâkimiyetine girdi. İslâm ordularının Otrar'ı nasıl ele geçirdikleri ile ilgili mevcut bir bilgi bulunmamakla beraber 714 yılında Müslümanlar tarafından fethedildiği bilinmektedir (İbnü'l Esîr, IV, 1991:473-475; Apak, 2016:169-175; Daribay 12).

Abbâsîler (750-1258) döneminde bölge ile ilgili veriler oldukça kısıtlıdır. Barthold, bu dönemde Otrar adının Taberî tarafından zikredildiğini ifade eder. Müellif, vergisini ödemeyen Otrarbende hâkimini Abbâsî Halifesi Me'mûn'un (813-833) düşmanlarından biri olarak zikretmektedir (Barthold, 2017:197).

Türğişlerin tarih sahnesinden çekilmesiyle bölgenin hâkimi Karluklar oldu. Onlar VIII.-X. yüzyıllar arasında sınırları Kazakistan topraklarından Seyhun Havzası'nın orta kısmına, Tanrı Dağları'ndan, Otrar'a kadar uzanan topraklara hükmettiler. İslâm fütuhatının başlamasıyla birlikte Karluklar, Müslüman olmamalarına rağmen İslâm ordularıyla iş birliği yaparak 751'de yapılan Talas Savaşı'nda Çinlileri ağır bir hezimete uğrattılar. Akabinde İslâm'ı kabul eden ilk Türk boyu oldular. Otrar bölgesi IX.-XIII. yüzyıllar arasında Karlukların egemenliğine girdi. Bu topluluk, 1141'de meydana gelen ve Büyük Selçuklu Devleti'nin (1038-1157) yenilgisiyle sonuçlanan Katvan Savaşı'nda Karahıtayları (1130-1211) kışkırtan taraf oldu. Karahıtaylar ile Harezmsahlar (1097-1231) arasında uzun zamandan beri süregelen mücadelenin ana sebeplerinden biri yine Karluklardı. İki devlet arasındaki mücadele 1210'da İlamış Çölü'nde yapılan savaşla son buldu. Bu zaferden sonra Harezmsah Sultanı Alâeddin Muhammed, (1200-1220) Otrar üzerine yürüyerek yöreyi itaati altına aldı (Kafesoğlu, 2016:143; Salman, XXIV, 2001:509-510; Erdoğan, 2020: 63; Ahincanov, 2019:223).

Otrar gerek bulunduğu jeopolitik konumu, gerekse İpek Yolu üzerinde önemli bir ticaret merkezi olması nedeniyle tarihte önemli bir yere sahiptir. Ancak 1218'de yaşanan ve dört yüz elli tüccarın katline neden olan bu olayın ardından şehrin kaderi bir anda değişmiştir. Tarihin akışının değişmesine neden olan faciaya tanıklık eden Otrar, günümüzde Güney Kazakistan'daki Temir demir yolu istasyonundan kuzey batıya doğru 7 km uzaklıkta olan eski yerleşim yeridir (Daribay, 2011:7).

2. Otrar Hadisesinden Önce Moğolların ve Harezmsahlara Genel Durumu

Moğollar ve Harezmsahlara arasındaki ilişkilerin daha iyi anlaşılabilmesi için her iki devletin önceki genel durumları ve Otrar hadisesine gelinceye kadar yaşanan süreç hakkında bilgiler vermenin uygun olacağı kanaatini taşımaktayız.

Moğolların kökeni ve M.S. VI. yüzyıla kadar olan tarih serüvenleri ile ilgili elimizdeki mevcut bilgiler oldukça azdır. Ancak Moğolların atalarının Tung-hular olduğu bilinmektedir. Moğol adına ilk kez VII. yüzyılda T'ang Hanedanı'nın resmî tarihi kaynakları olarak kabul edilen *Chiu T'ang-su* ve *Hsin T'ang-su*'da “*Mêng-wu* ve *Mêng-wa*” olarak rastlanmaktadır. Onlar bu dönemde Moğolistan'ın kuzey ve orta kısmında yer alan Tula Nehri boyunca, Mançurya'nın batı ve güneybatısına kadar yayılmışlardı. Bölge, Altay, Tanrı ve Sayan Dağları gibi sıradağlarla çevrili olup aynı zamanda burada otlaklar, çöller ve ovalar yer almaktaydı. Moğolların yaşadığı coğrafya ikliminin kurak olması nedeniyle su kaynakları bakımından oldukça fakir olduğu için toprak tarıma elverişli değildi. Bu yüzden geçimlerini genel olarak avcılık ve hayvancılık yaparak sağlamaktaydılar (Eberhard, 1996:45; Popova, II, 2002:213; Özgüdenli, XXX, 2005:225; Yücel 2010:27).

Türkler ve Moğollar arasındaki ilişkilerin eski tarihlere dayandığını söyleyebiliriz. Özellikle Hunlar döneminde bu ilişkiler en üst düzeye çıkmıştır. Büyük Hun Devleti'nin (M.Ö.209-M.Ö.45) yıkılmasından sonra Asya topraklarında oluşan yönetim boşluğu III. yüzyılın başlarından VI. yüzyılın ortalarına kadar Tabgaçlar (385-550) ve Juan-juanlar tarafından doldurulmuştur. Moğollar VI. yüzyılın ortalarından VIII. yüzyıla kadar Türklerin Orta Asya'da kurduğu Göktürk, Uygur, Kıpçak ve Karluk gibi devletlerin hâkimiyeti altında yaşamlarını sürdürmüşlerdir (Güngör, 2011:23; Kafesoğlu, 2016:88; Eberhard, 1995:79-86; Avırmad, 18(2), 2011:11-53; Yıldırım, 2015:11-53).

Moğolların M.S. X. yüzyıla kadar Türklerle Orta Asya coğrafyasında birlikte yaşayan bir topluluk olduğundan bahsetmiştik. Her iki topluluğun uzun yıllardan beri bir arada yaşamlarından doğan ortak kültür meydana geldi. Türklerin yeni yurt arayışları için batıya doğru göç etmeleri ile birlikte her iki tarafın coğrafî olarak birbirinden uzaklaşmaları ortak kültürde de değişime neden oldu. Ancak kültürel farklılaşmalara rağmen Moğollar, Kıpçaklar, Uygurlar ve Kırgızlar gibi Türk devletleri ile yakın ilişkilerini asırlarca devam ettirdiler (Temir, VIII, 2002:420).

XII. yüzyılın başlarında Sulduzlar, Barslar, Dörbenler ve Salciutlar gibi bazı göçebe Moğol kabileleri bir araya gelerek Moğolistan'ın kuzeydoğusunda yer alan Onon ve Kerulen Nehirleri arasında kalan bölgeye yerleştiler. Ancak burası küçük bir bölge olduğundan bu alana sıkışmak istemediler. Ayrıca hayvanlarının ihtiyaçlarını karşılamak için daha geniş meralar aramaya başladılar. Dolayısıyla batıya doğru göç ettiler (Grousset, 2014:221; Roux, 2001:36).

XIII. yüzyıla kadar kabileler halinde yaşayan Moğollar, 1206 yılından itibaren Cengiz Han'ın etrafında toplanarak iyi bir şekilde teşkilatlanıp çok kısa bir süre içinde yaklaşık otuz dört milyon kilometre kare yüz ölçümüne sahip olup dünyanın en büyük imparatorluklarından biri olan Büyük Moğol İmparatorluğu'nu kurmayı başardılar (Temir, VIII, 2002:421).

Cengiz Han'ın asıl adı Temuçin'dir. Babası Kiyat kabilesinin lideri *Yesugai-Bahadır* ve annesi *Ho'elun-ucin*'dir. Doğum tarihi ile ilgili olarak kesin bir bilgi bulunmamakla birlikte kaynaklarda genel olarak doğum tarihi m.1154/55 (h.549) olarak kaydedilmektedir (Mîrhand, V,1339: 32; Hândmîr,II,1342:16; Roux, 2001:60-61;Grousset, 2014:228; Kemaloğlu,2016:31). O, dokuz yaşında iken babasının Tatarlar tarafından zehirlenerek öldürülmesinin ardından annesiyle birlikte bir süre Tayiçi'ut kabilesi tarafından tutsak edildi. Esareten kurtulduğu gençlik yıllarında, cesareti ve yiğitliğiyle Kerait ve Sakiz kabilelerinin lideri ve aynı zamanda Yesügay Bahadır'ın da yakın dostu olan Ong Han'ın (Tuğrul) dikkatini çekti. Temuçin onun hizmetine girerek devlet

yönetiminde önemli görevler aldı. Bu sayede aralarında dostluk ilişkileri gelişti. Ancak bu ilişki, Ong Han'ın yakın çevresini oldukça rahatsız etti. Çocukları ve yakın dostları, aralarını açmak için planlar yaparak dostluk ilişkilerini bozmayı başardılar. İki dost 1203/04 yılında Halahalcit Çölü'nde karşı karşıya geldiler. Yapılan savaşın kazananı Temuçin oldu. Kaçmak zorunda kalan Ong Han ise Nayman kabilesinden Horisu-beçi tarafından öldürüldü (*Moğolların Gizli Tarihi*, 2016:108-110; D'ohsson, 2014: 49; Kemaloğlu, 2016:33; Dinç, 2002:24-25).

Gün geçtikçe güçlenen Temuçin, kendisine karşı isyan eden Sakiz, Merkit, Kerait, Nayman ve Tatarlar gibi birçok kabileyi itaati altına alarak bölgede önemli bir güç oldu. Böylece uzun yıllardan beri dağınık halde yaşayan Moğollar arasında birliği sağlayarak 1206 yılında Onon Nehri kıyısında yapılan kurultayda Büyük Hanlığa seçilerek Cengiz Han adını aldı. O, seçildikten sonra 1211-1218 yılları arasında Kuzey Çin'e ve Türkistan'a yedi yıl sürecek olan seferler düzenledi. 1215 yılında Çin'e hâkim olan Kin (Altın-Hane) Hanedanlığına ait toprakları, hemen ardından Uygur Türklerinin yaşadığı İdikut bölgesini ele geçirerek ülke sınırlarını genişletti (*Moğolların Gizli Tarihi*, 2016:133-134; Grousset, 2014:218-219; D'ohsson, 2014:51; Taşağıl, XXXI,2012:414).

1211 yılında Karahıtayların (1130-1211) Harezmsahlar tarafından ortadan kaldırılmasından sonra tahta, Karahıtay hükümdarı Gürhan'ın damadı ve aynı zamanda Naymanların son prensi Küçlüğ geçti. Onun bölgede başına buyruk hareketleri daha önce müttefik olduğu Harezmsah Alâeddin Muhammed'i (1200-1220) oldukça rahatsız etti. Kaşgar ve Hoten'de halka yaptığı eziyetler dayanılmaz hâl alınca halk, kurtarıcı olarak Cengiz Han'ı görmeye başladı. Bölgenin ileri gelenleri Küçlüğ'ü, Cengiz Han'a şikâyet ettiler. Bunun üzerine Han, Sultan Muhammet'ten daha çabuk davranarak 1218'de Cebe Noyan komutasında bir orduyu bölgeye göndererek onu ortadan kaldırttı. Böylece Moğollar, Harezmsahlar Devleti'ne (1097-1231) komşu oldular. (Cüveynî, 2013: 96; el-Cûzcânî, 2016:42-46; Mîrhând, V, 1339:74-75; Handmîr, III, 1342:26; Kafesoğlu, 1984:228-229; Taşağıl, XXIV, 2002:415).

Harezmsahlar, kendilerini yıkılan Büyük Selçuklu Devleti'nin (1038-1157) mirasçıları olarak kabul etmekteydiler. Devletin kurucusu, Sultan Melikşah'ın (1072-1092) emirlerinden Bilge Bey'e hediye edilen gulâm, Anuştegin kabul edilmektedir. O, Selçuklu sarayında "Taşdârlık" makamına kadar yükselmesinin ardından sultan tarafından Harezmsahlığa tayin edildi. Fakat saraydaki görevi nedeniyle verilen vazifeyi fiilen yerine getirmedi. Yerine bu vazifeye naip olarak Emir Koçkar atandı (Cüveynî, 2013:255; ; Mîrhând, IV, 1339:356; Kafesoğlu, 1984:37; Bünyatov, 2003:1; Taneri, 2019: 15; Baş, 2016: 677-678).

Sultan Melikşah'ın vefatından sonra tahta geçen Berkıyaruk (1092-1104) döneminde Harezmsah naibi Emir Koçkar'ın bir eğlence meclisinde öldürülmesinden sonra Anuştegin'in oğlu Kutbeddin Muhammed (1097-1128) Horasan valiliğine tayin edilen Habeşî Altuntak tarafından Harezmsahlığa tayin edildi. Kutbeddin, Selçuklular adına Harezmsah topraklarını fiilen yönetmeye başladı. İbnü'l-Esîr ve Mîrhând, onun tüm zamanını adaleti yaymak ve ilim adamlarını himaye etmekle geçirdiğini, bu sayede makamının yüceldiğini zikrederler. O, otuz yıl boyunca Selçukluya sadâkatle hizmet ettikten sonra 1127 yılında öldü (İbnü'l-Esîr, X, 1987: 223; Mîrhând, IV, 1339: 356-357; Özeydin, IV, 2002: 884; Bünyatov, 2003: 2; Taneri, XVI, 1997: 228).

Kutbeddin'in ölümünün ardından oğlu Atsız (1127-1156), Sultan Sencer'in takdiriyle Harezmsah oldu. Onun Harezmsahlık dönemini ikiye ayırabiliriz. Birinci dönemi 1127-1135 yılları arasında Selçuklu Sultanı Sencer'e bağlı kaldığı zaman dilimi kabul edilmektedir. Bu dönemde Atsız'ın 1130'daki Mâverâünnehir seferinde ve 1132 yılında Irak Sultanı Mesud'a karşı yapılan harekâta önemli başarılarla imza attığı görülmektedir. Cüveynî onun Selçuklu Devleti adına birçok fethe katıldığını ve önemli başarılar elde ettiğini kaydetmektedir. Sultan'ın nezdinde itibarının artması, Selçuklu ordusunda bulunan bazı emirleri rahatsız etti. Onlar sürekli olarak Atsız'ı kötülemeye başlayınca Sencer, yavaş yavaş emirlerinin söylediklerinden etkilenmeye başladı. Atsız,

Selçuklu emirlerinin kendisine suikast düzenleyeceğini haber alınca çok korktu. 1135 yılında Gazne'ye yapılan seferden sonra Sencer'den Harezmi'ye dönmek için izin istedi. O da Harezmi'ye dönmeye izin verdi. Atsız'ın ikinci dönemi de 1135'ten sonra başlamaktadır. O, içindeki bağımsızlık ateşini dışarı vurarak Mangışlak ve Cend şehirlerini kanlı bir şekilde ele geçirip Sencer'e karşı isyan bayrağı açtı. Atsız'ın başına buyruk hareketlerine çok sinirlenen sultan, derhal sefer hazırlıklarına başladı.(Cüveynî, 2013:256; Mîrhând, IV, 1339; 357; Hândmir, II, 1342:631; Kafesoğlu,1984: 45-46; Turan, 2013:240;Piyadeoğlu, 2019:323; Özgüdenli, I, 2008:267-268) Sultan, 1138 yılında düzenlediği I. Harezmi seferinde Gürgeç yolu üzerinde bulunan Hezâresb kalesi önlerinde Atsız'a ağır bir darbe vurdu. O, dağılan ordusunu toparlayamayınca kaçmak zorunda kaldı. Bu savaşın sonunda oğlu Atlı (Kutluğ) esir düştü ve Sultan Sencer tarafından öldürtüldü. Böylece daha önce Selçuklu hâkimiyetinden çıkan Harezmi topraklarını yeniden itaati altına alarak bölgenin idaresini yeğeni Melik Gıyaseddin Süleymanşah'a bırakıp Merv'e döndü. 1139'da Sencer'in çekilmesini fırsat bilen firarî Harezmişah, zaten Süleymanşah'ın idaresinden memnun olmayan askerlerle işbirliği yaparak Harezmi topraklarını geri almayı başardı. Atsız, Selçuklular ile Karahıtaylar arasında Karluk ve Karahanlı çekişmesi yüzünden ilişkilerin gerildiğini fark etmiş olacak ki oğlunu öldürmesine rağmen Mayıs 1141'de büyük bir yeminle (Sevgendnâme) Sencer'e bağlılığını bildirdi. Ancak Eylül 1141'de Selçukluların Katvan Savaşı'nda Karahıtaylara yenilmesini değerlendirerek, vakit kaybetmeden Merv'e hareket edip Ekim 1141'de şehri kanlı bir şekilde ele geçirdi. Ardından Nişâbur'a gelerek bir süre burada kaldı (İbnü'l-Esîr, XI, 1987:67; er-Râvendî, I, 1999:170 Reşîdüddin, 1389: 2; Mîrhând, IV,1339:357; Hândmir, II, 1342: 632; Merçil, 2016:119; Bünyatov,2003:7-10; Köymen, 2019:138-142; Özgüdenli, I, 2008:268).

Atsız, Katvan bozgunundan sonra Sencer'in devleti toparlayamayacağını düşünüyordu. Ancak yanıldığını kısa sürede fark etti. Sultan yeniden ordusunu toparlayıp Temmuz 1143'de ikinci kez Harezmi üzerine sefere çıktı. Atsız, Selçuklu ordusu Gürgeç kapılarına geldiğinde daha fazla dayanamayacağını anladı. Sultan Sencer'e değerli hediyelerle birlikte bir elçi gönderip af diledi. Onun bu isteği kabul edilse de Atsız emellerinden vazgeçmedi. Onun isyankâr davranışlardan haberdar olan Sencer, devrin tanınmış şairlerinden Edip Sabir'i elçi olarak Harezmi'ye gönderdi. O, Atsız'a gerekli ikazlarda bulundu. Edip Sabir, Harezmişah'ın Harezmi'de bulunan iki Bâtınî fedaisini Sencer'e suikast düzenlemek üzere gönderdiğini haber alınca hemen durumu sultan'a bildirdi. Tarif edilen eşkâllere uyan iki Bâtınî, Merv yakınlarında yakalanarak öldürüldü. Planının suya düştüğünü öğrenen Atsız, çok öfkelenerek Edip Sabir'i Ceyhun Nehri'nde boğdurtarak öldürttü. Bu yaşananlar 1147 yılında III. Harezmi seferinin yapılmasına yol açtı. Harezmişah Atsız, yine Hezâresb kalesinde iki ay boyunca sultana mukavemet göstermesine rağmen yeniden itaat etmek zorunda kaldı. Sultan Sencer ve Harezmişah arasındaki mücadele 1153'de Selçukluların Oğuzlara yenilerek tarih sahnesinden çekilmesiyle sona erdi. Atsız, başlangıçta devlete bağlı gibi görünse de bulduğu her fırsatı iyi değerlendirerek bağımsızlığını kazanmak için önemli mücadeleler verdi. O, 1156'da vefat etti (İbnü'l-Esîr, XI,1987: 67; Reşîdüddin, 1389:2; Bünderî, 2016: 248-249; Merçil, 2016: 119; Bünyatov, 2003: 10; Köymen, 2019: 138-142; Turan,2013: 242; Göksoy, 2020: 112-113; Özgüdenli, I, 2008: 277-278).

Atsız'ın ölümünden sonra yerine geçen oğlu İl-Arslan (1156-1172), önce amcaları İnal Tegin ve Yusuf'u devre dışı bıraktı. Ardından kardeşleri Hitay Han ve Süleymanşah'ı öldürterek devletin iç düzenini sağladı. O, saltanatı boyunca doğuda Selçuklu emirlerinin aralarındaki çekişmelerle, Semerkant'ta hüküm süren Karahanlıların, Karluklar'la yaptığı mücadelede hakem rolü üstlendi. Sultan Sencer'in vefatından sonra tahta çıkıp Büyük Sultanlık iddiasında bulunan Irak Selçuklu Sultanı Muhammed b. Mahmud (1153-1159) ile Abbâsî Halifesi Muktefî (1136-1160) arasındaki hâkimiyet mücadelesinde de arabulucu olarak üstün gayretler sarf etti (Bünderî,2016:252-256;Öngül,2018:15-17). 1163 yılından itibaren Mâverâünnehir topraklarında kendisini Irak Selçuklu tahtının vekili tayin eden Müeyyed Ay-aba ile mücadele etti. Oğuz Türk'ü

olan Melik Müeyyed, hutbeyi Irak Selçuklu Hükümdarları adına okutarak Nişâbûr'u kendine başkent yapıp Bistam ve Damgan gibi Horasan'ın önemli şehirlerini ele geçirdi. İl-Arslan, onunla yaptığı mücadelede sadece Dihistan topraklarını geri alabildi. (Reşîdüddin, 1389: 4; Mîrhând, IV,1339:364; Hândmir, II,1342: 633-634; Kafesoğlu, 1984:76-85; Barthold, 2016:347-350; Köprülü, V/1,1977: 268-269).

İl-Arslan, babası gibi her yıl vergi ödemekle yükümlü olduğu Karahıtaylardan kurtulma girişimde de bulundu. 1165'te Harezmsâh'a bağlı Batı Karahanlı Hükümdarı Kılıç Tamgaç Han'ın (1160-1178) Karluklar üzerinde 1165'te hâkimiyet kurmasından sonra bu durumu içerisine sindiremeyen Karahıtaylar, hemen harekete geçtiler. Mâverâünnehir'den topladıkları kuvvetlerle Ceyhun Irmağı kenarına geldiler. İl-Arslan, Karahıtayların Harezm'e doğru harekete geçtiklerini haber aldığı anda bir dizi önlemler aldı. Ayyar Bey komutasında bir birliği Âmuye'ye doğru yola çıkardığı sırada rahatsızlandı. 1172'de Harezmsâhların öncü kuvvetleri oraya varmadan Karahıtaylar karşısında bozguna uğradılar. Zaten hasta olan Harezmsâh'ın bu haberden sonra sağlığı daha da bozuldu. Mart 1172'de Gürgenç'e dönerken yolda vefat etti (İbnü'l-Esîr, XI,1987: 301; Cüveynî, 2013: 264; Reşîdüddin, 1389: 5; Mîrhând, IV,1339: 365; Hândmir, II, 1342: 634; Kafesoğlu, 1984: 84-85; Köprülü, V/1,1977: 269; Barthold, 2016:350-352; Özeydın, XXIV, 2001:412-414).

İl-Arslan'ın on altı yıllık Harezmsâhlığı döneminde ılımlı bir siyaset izlediğini görmekteyiz. Selçuklulara karşı takındığı tavır kendisinden sonra tahta çıkacak olan Tekiş için önemli bir zemin hazırladı. O, Karahıtaylara vergi vermemek için çok mücadele ettiyse de başarılı olamadı. Bu mükellefiyet kendisinden sonra gelenler için önemli bir sorun olmaya devam etti (Kafesoğlu, 1984: 84-85; Köprülü, V/1,1977: 269; Özeydın, IV, 2002:1406-1407).

İl-Arslan'ın vefatından sonra annesi Terken Hatun'un yardımıyla yaşı küçük olan kardeşi Sultaşah Mahmud (1172-1194) tahta çıktı. Bu sırada Cend'te bulunan Tekiş (1172-1200), kardeşinin hükümdarlığını tanımadığını bildirdi. Terken Hatun, Tekiş'i itaat altına almak için büyük bir orduyu Cend'e gönderince Karahıtaylardan yardım istemek zorunda kaldı. Bu sırada tahtta Karahıtay Hükümdarı Yeh-lü-taşı'nın (130-1142) kızı Ch'eng-tien (1164-1177) vardı. Tekiş, tahta çıkması halinde kendilerine her yıl vergi ödemeyi kabul edeceğine dair bir teklif sundu. Kraliçe bu teklifi kabul ederek eşi Fu-ma komutasında büyük bir orduyu Sultaşah Mahmud'un üzerine gönderdi. O ve annesi kaçarak Horasan hâkimi Melik Müeyyed Ay-aba'ya sığındılar. Böylece Tekiş, Aralık 1172'de Harezm tahtına çıkmayı başardı. Onun tahta çıkmasıyla birlikte kardeşiyle yirmi bir yıl sürecek olan taht mücadelesi de başlamış oldu. Bu mücadele 1194'te Sultaşah Mahmud'un vefatıyla son buldu (İbnü'l-Esîr, XI,1987: 303; Cüveynî, 2013:264-265; Mîrhând, IV,1339: 365-367; Müstevfi, 2018: 389; Hândmir, II,1342: 634-635; Taneri XVI,1997: 230; Barthold, 2016: 352).

Alâeddin Tekiş saltanatında her yıl haraç vermek zorunda olduğu Karahıtaylarla da uğraşmak zorunda kaldı. Vergi tahsilatı için Harezm'e gelen Karahıtay elçilerinin küstah tavrı sultanı çileden çıkarınca öldürülmelerini emretti. Elçilerin öldürülmesi iki devletin arasının açılmasına neden oldu. Bu durumu fırsat bilen Sultaşah Mahmud, Karahıtaylarla iş birliği yaparak ağabeyine saldırdı. Ancak Tekiş Ceyhun Nehri'nin önündeki bentleri açarak Karahıtay ordusunun geçiş güzergâhında bulunan yolları sular altında bıraktı. Karahıtay ordusu güçlkle Gürgenç tarafına ulaşırsa da Harezmlilerin sert savunmasıyla karşı karşıya kaldılar. Karahıtay komutanı Fu-ma ağır kayıplar vererek geri çekilmek zorunda kaldı (İbnü'l-Esîr, XI, 1987: 304; Cüveynî,2013: 265-266; Reşîdüddin, 1389: 6; Mîrhând, IV,1339: 367-368; Hândmir, II, 1342: 635-636; Barthold, 2016:352-353; Kafesoğlu, 1984: 89).

Tekiş, hükümdarlığı süresince Irak'ta yaşanan karmaşa nedeniyle Abbâsî Halifesi Nâsır-Lidînillâh (1172-1225) ve Irak Selçuklu Sultanı II. Tuğrul (1177-1194) ile de meşgul oldu. Genç ve

yönetim becerilerinden yoksun olan sultan, daha önce Tekiş ile saldırmazlık anlaşması yapmasına rağmen Harezmşah'ın kardeşiyle olan rekabetini fırsat bilip 1193'de Harezm kuvvetlerine saldırarak önemli bir başarı elde etti. Tuğrul'un tavrı ve davranışlarından Nâsır-Lidînillah da oldukça rahatsızdı. Bu yüzden Tekiş'e menşurlar gönderip Irak'ta olanlardan duyduğu rahatsızlığı dile getirerek bölgenin idaresinin kendisine verildiğini bildirdi. Harezmşah Tekiş 1194 yılında Kutluğ İnanç komutasında bir orduyu II. Tuğrul'un üzerine gönderdi. Rey yakınlarında yapılan savaşı Harezmşahlar kazandı. Tuğrul savaşta öldürülerek başı kesilip Bağdat'a gönderildi. Nasır-Lidinillah bu durumdan çok memnun oldu. Tebrik etmek amacıyla Tekiş'e veziri Müeyyed Kassab aracılığıyla hil'atler gönderdi. Ancak onun, sultanın yanına gitmek yerine ayağına çağırarak kendisine biat etmesini istemesine Tekiş çok sinirlendi. Hemen bir ordu hazırlayarak vezirin bulunduğu yere doğru yola çıktı. İbn Kassab büyük bir ordunun üzerine geldiğini duyunca kaçmak zorunda kaldı. Yaşanan bu hadise Sultan Tekiş ve Nasır-Lidinillah'ın arasının açılmasına sebep oldu. (İbnü'l-Esîr, XII, 1987: 93-94; Cüveynî, 273-274; Reşîdüddin, 1389: 10-11; Şebankareî, 1379:138; Müstevfî, 2018:390; Cüzcânî, 2015: 124 Ravendî, II, 1999:341; Bûndarî, 2016: 267-268 Mîrhând, IV, 1339: 374-375; Hândmîr, II, 1342: 639-640; Taneri, 2016: 29; Köprülü, V/1, 1977: 269; Kafesoğlu, 1984:126-127; Taneri XVI, 1997: 229; Öngül, 2018: 122-123).

Harezmşah Tekiş, tahtta kaldığı zaman dilimi içerisinde Kıpçaklarla da uğraşmak zorunda kaldı. Cend valiliği yaptığı dönemde devletin sınırları açısından tehdit unsuru oldukları için kontrol altına alınmaları gerekiyordu. 1181 yılında Kıpçakların Uran kabilesi reisi Alp Kara'ya bir mektup göndererek beraber hareket etmeyi teklif etti. Alp Kara bundan sonra Tekiş'e hizmet ederek Karahıtayların yaşadığı Talas topraklarına kadar olan bölgeleri ele geçirdi. Bu sayede Kıpçak tarafından gelecek olan saldırıları önlediği gibi yine aynı kabileden Terken Hatun'la evlenerek akrabalık bağı kurdu. Kurduğu bu bağ sayesinde hem Kıpçak bozkırında asayiş sağladı hem de Kıpçak Türklerini ordusuna katarak Horasan ve Mâverâünnehir topraklarında büyük bir askerî güç elde etti. (Cüveynî, 2013: 275; Reşîdüddin, 1389: 13-14; Mîrhând, IV, 1339: 378-379; Kafesoğlu, 1984: 129-130; Usta, IV,2002: 1425; Köprülü, VII/26,1943: 228. Ahincanov, 2019: 216).

Tekiş saltanatının son dönemlerinde Selçukluların başına bela olan Bâtınîlerle savaştı. Daha önce Irak Sultanı Arslanşah b. Tuğrul (1160-1177) tarafından 1165 yılında fethedilen daha sonra Bâtınîlerin eline geçen Arslan-gûşa kalesini ele geçirdi. Hemen ardından onların önemli kalelerinden biri olan Alamut'a hareket edilerek çok sayıda mühlid öldürüldü. Bâtınîler, Tekiş'ten intikam almakta gecikmediler. Harezmşah, Nisan 1200'de veziri Nizâmü'l-Mülk Mes'ud'un öldürülmesi üzerine onları ortadan kaldırmaya karar verdi. Horasan Valisi oğlu Kutbeddin Muhammed komutasında seçkin bir orduyu Torziş Kalesi'ne göndererek kaleyi kuşatma altına aldırttı. Kuşatma dört ay sürdü. Alâeddin Tekiş, Bâtınîlere son darbeyi vurmak için ikinci bir ordu hazırlarken aniden rahatsızlandı. Hekimlerin dinlenmesi gerektiğini söylemesine rağmen onları dinlemeyerek yola çıktı. Yolda rahatsızlığı daha da artınca Temmuz 1200'de vefat etti. Sultan Alâeddin Tekiş Harezmşahlar tarihinde mümtaz bir yere sahiptir. Nev'i şahsına münhasır bir kişiliğe sahip olup hükümdarlığı döneminde dirayeti, kararlılığı ve ileri görüşlülüğü sayesinde devletine en parlak dönemini yaşattı (İbnü'l-Esîr, XII, 133; Reşîdüddin, 15; Şebânkâreî, 138; Mîrhând, IV, 380-381; Hândmîr, II, 641-642; Bünyatov, 62-63; Özaydın, IV, 1410; Öngül, 2018: 97).

3. Sultan Alâeddin Muhammed Dönemi (1200-1220)

Alâeddin Tekiş, hayattayken önce büyük oğlu Melikşah'ı veliaht tayin etti. Ancak onun hastalığı ve genç yaşta hayata veda etmesi üzerine ikinci oğlu Muhammed'i tahtının vârisi ilan etti. Tekiş hastalandığı sırada Bâtınîleri yok etmek amacıyla görevlendirdiği Kutbeddin Muhammed, (1200-1220) Torziş Kalesi'ni kuşatmıştı. Tekiş'in ölüm döşeginde olduğunu haber alınca Bâtınîlerle yüz bin dinar vergi ödemeleri karşılığında anlaşma yaparak kuşatmayı kaldırıp hemen geri dönmek için yola çıktı. Babasının vefat haberini yolda aldı. Cenaze törenin ardından Harezmşah tahtına

çıktı. Tahta çıkar çıkmaz Kutbeddin unvanını Alâeddin olarak değiştirdi (İbnü'l Esîr, XII, 1987: 133; Cüveynî, 2013:282-283; Mîrhând, IV, 1339: 381-382; Bünyatov, 2003: 65; Taneri, 2016: 31).

Sultan Muhammed öncelikli olarak iç meselelerle uğraşmak zorunda kaldı. Vefat eden ağabeyi Melikşah'ın oğlu Hinduşah, amcasından hakkı olduğunu iddia ettiği Horasan topraklarını isteyerek isyan etti. Muhammed 1201 senesinde Çakır et-Türkî komutasında bir orduyu yeğenin üzerine gönderdi. Hinduşah savaşı kaybedince Gur sultanı Muizzeddin (1203-1206)'e sığınmak zorunda kaldı. Sultan Muhammed bu meseleyi hallettikten sonra Gurlularla da mücadele etti. 1204 yılında Gurluların Merv ve Tûs'u ele geçirip Sultan Muizzeddin komutasında büyük bir orduyla Gürgeç'i kuşatması üzerine Sultan Muhammed, Karahıtaylardan yardım istemek zorunda kaldı. Gurlular, Karahıtayların büyük bir orduyla üzerlerine geldiklerini duyunca geri çekilmek zorunda kaldılar. Ancak Alâeddin Muhammed, devletini Karahıtaylara ödediği vergiden kurtarmak ve onları Mâverâünnehir topraklarından atmak istediği için Gur Hükümdarı Muizzeddin ile yeniden iyi ilişkiler kurdu (İbnü'l Esîr, XII, 1987; 134-146; Cüveynî, 2013: 286-287; Müstevfi, 2018: 326-327 Mîrhând, IV,1339: 383-384; Taneri XVI, 1997: 230; Kafesoğlu, 1984:148; Erdoğan, 2020:49-50; Öntürk, 2020:77-92).

Sultanın 1206'da Karahıtaylarla giriştiği ilk savaşın altında yatan neden Mâverâünnehirdeki faaliyetleridir. Semerkant ve Buhârâ'nın Karahıtayların elinden çıkarak Harezmsahlara hâkimiyetine girmesi savaşı kaçınılmaz hale getirdi. Yapılan savaşı Harezmsah ordusu kaybetti. Sultanın esir düşüp düşmediği ile ilgili olarak kaynaklarda farklı bilgiler yer almaktadır. Cüveynî Harezmsahlara savaşı kaybettiğini kabul etse de sultanın esareti hakkında herhangi bir bilgi vermez. Müellife göre sultan savaşa giderken düşman askerine ait kıyafetler giyerdi. Harezmsah savaş esnasında düşman askerlerinin arasında kalmış bir süre saklandıktan sonra Harezm'e geri dönmeyi başarmıştır. (Cüveynî, 2013: 306-307; Mîrhând, IV,1339: 393) İbnü'l- Esîr ise Cüveynî'den farklı bir bilgi vermektedir. Ona göre Sultan Muhammed ve emirlerinden Hilal b. Şehabeddin Mesud'un bir Karahıtay askeri tarafından esir edildiğini belirtir. Emir Mesud'un kölesi kılığında giren sultanın bu sayede kurtulduğunu belirtir. Bu olay devleti temelinden sarstığı gibi iç karışıklıkların ortaya çıkmasına da neden oldu. Ancak Sultan Alâeddin Muhammed'in Harezm'e geri dönerek idareyi ele alması. Devlet içerisinde karışıklık çıkaran İbn Harmil, Rindî ve Kezlik gibi kendisine ihanet eden devlet adamlarını ortadan kaldırarak devlet içerisinde otoritesini sağladı. İşlerini düzene koyduktan sonra Karahıtaylardan intikam almak ve vergi vermekten kurtulmak için Gürhan'ın damadı Nayman Prensi Küçlüğ ile iş birliği yaparak büyük bir ordu hazırlayıp sefere çıktı. 1210 yılında İlamış Çölü'nde yapılan savaşı kazanarak onları itaati altına almayı başardı. Bu zafer sayesinde kendisine İskender-i Sâni unvanı verildi (İbnü'l-Esîr, XII, 1987: 219-220; Cüveynî, 2013: 308-312; Cüzcanî, 2015:145;Şebankareî, 1376: 138; Mîrhând, IV,1339: 394; Bünyatov,2003: 82; Kafesoğlu, 1984: 186; Barthold, 2017:165).

Sultan Muhammed tıpkı babası gibi Abbâsî halifesi Nâsır-Lidînillâh ile de mücadele etti. Orta Çağ İslâm devletleri hükümdarlarının saltanatlarına meşruiyet kazandırmak için Abbâsî Halifesinden onay almaları gerekirdi. Ancak bu durum Alâeddin Muhammed için geçerli olmadı. Çünkü geçmişte babası Tekiş ile Abbâsî halifesi arasındaki çekişme, kendi döneminde de artarak devam etti. Çünkü Nâsır- Lidînillâh dinî liderliğin yanı sıra siyasî bir güç olma çabası içerisindeydi. İktidarını kaybetmemek için Harezmsahlara karşı türlü ayak oyunlarına girişti. Halifenin gözünü iktidar hırsı öylesine bürümüştü ki Bâtınilerle bile işbirliği yaparak sultanın Mekke Emirini ve önemli bir komutanlarından Oğlınışı'ı fedailere öldürtmekten çekinmedi. Ayrıca Gur Hükümdarına mektuplar göndererek ona karşı kışkırtmaya çalıştı. Alâeddin Muhammed Gazne'yi ele geçirdiğinde mektuplarını ele geçirince öfkesi daha çok arttı. Onu halifelikten indirmek için karalama propagandaları yaparak halifeliğin Hz. Ali'nin soyundan gelenlerin hakkının olduğunu, Abbâsîlerin bu hakkı gasp ettiklerini söylemeye başladı. Bunun için İslâm âlimlerinden fetvalar alarak Tirmiz'in ünlü seyyidlerinden Alâü'l-Mülk'ü halife yapmak için kolları sıvadı ve 1217 yılında Bağdat üzerine

sefere çıktı. Ancak olumsuz kış şartlarının yanı sıra yolda Türk ve Kürt gruplarının saldırılarına maruz kalan askerler, perişan bir vaziyette geri dönmek zorunda kaldılar (İbnü'l-Esîr, XII, 1987: 269-270; Cüveynî,2013: 334; Şebankareî, 1376: 139; Müstevfî, 2018: 394; Mîrhând, IV,1339: 399-400; Kafesoğlu,1984: 219; Barthold, 2016:387).

Sultan Muhammed, saltanatı süresince annesi Terken Hatun'la da mücadele etti. Hükümdarlığının ilk yıllarından itibaren annesinin yönetimde söz sahibi olması Alâeddin Muhammed'i çok rahatsız etti. Annesinin Kıpçak olması hasebiyle ordunun komuta kademesi ve askerlerin büyük bir kısmı Kıpçaklardan oluşmaktaydı. Bu nedenle komutanlar, Sultan Muhammed'ten çok onun sözünü dinliyorlardı. Bunun yanı sıra devlet erkânına yapılan atamalarda büyük çoğunlukla Terken Hatun etkin rol oynuyordu. 1216 yılında annesinin de bağlı olduğu Kübrevîyye tarikatının ileri gelen âlimlerinden Mecedüddîn Bağdadî'yi bir isyan sonucunda öldürtmesi anne-oğulun arasındaki ilişkileri kopma noktasına getirdi. Bu olay aynı zamanda Harezmsahlr Devleti'nin yıkılmasında rol oynayan başka bir sebeptir (Mîrhând, V,1339: 80; Nesevî, 1934:,26-27; Demiralp, 1997: 33).

Sultan, asi Kıpçaklar ile de uğraştı. 1209'da Cend tarafında meydana gelen karışıklıkları haber alınca oraya doğru yola çıktı. Yapılan savaşla onların önemli şehri Siğnak'ı ele geçirerek asayiş sağladı. Sultan Muhammed elde ettiği başarılar sayesinde tüm rakiplerini ortadan kaldırarak Horasan ve Mâverâünnehir'in mutlak hâkimi oldu. (Cüveynî, 2013:310; Kafesoğlu,1984: 183).

3.1. Moğollarla İlk Temas

Cengiz Han Çin'i ele geçirdiğinde Sultan Muhammed'te orayı ele geçirme hayâli kuruyordu. Mâverâünnehir ve Horasan topraklarında hâkimiyetini tesis ettikten sonra Çin'i ele geçirme planları yapıyordu. Devlet adamlarının sultana Uzakdoğuya yapılacak olan askerî bir harekâtın zorluklarından ve oluşabilecek olumsuz sonuçlarından bahsetmelerine rağmen o, bu karardan geri adım atmadı. Bu yüzden Çin'i ele geçiren Moğolları yakından tanımak amacıyla bölgeye casuslarını gönderdi. Cüzcanî, aynı yıl Harezmsah devlet adamlarından Bahaeddin Râzi'nin sultan tarafından Çin'i ele geçiren Moğolların durumunu öğrenmek için Pekin'e gönderildiğini, orada Cengiz Han ile görüşme fırsatı bulduğunu, onun Harezmsahlarla ticaret yapmak istediğini nakletmektedir. Müellif bu görüşmeden sonra iki devlet arasında ticarî ilişkilerin başladığını kabul etmektedir. (Cüzcanî, 2015:135-136; Kafesoğlu, 1984:229-231;Kemaloğlu, 2016: 34).

Cengiz Han ticarî ilişkileri geliştirmek için 1217'de en yakın adamı Mahmud Yalvaç başkanlığında üç kişilik heyeti bir mektupla Harezmi'e gönderdi. Mahmud ve yanındakiler sultanın huzuruna çıkarak Cengiz Han'ın gönderdiği hediyeleri ve mektubu takdim ettiler. Cengiz Han gönderdiği mektupta kendisinin Türkistan, Moğolistan, Çin ve Hıtay topraklarının fatihi olduğunu belirterek Harezmsahlara bölgenin zenginliklerinden birlikte istifade etmeyi teklif ediyordu. Sultan bu mektuptan memnun oldu. Elçilere iyi davranarak Cengiz Han'a götürmeleri için bir mektup verip huzurundan gönderdi. Ancak mektupta kendisine "oğlum" diye hitap edilmesinden rahatsız olmuştu. Harezmsah Muhammed, hem Moğolların gücünü öğrenmek hem de Harezmi bir Türk olan Mahmud Yalvac'ı kendi tarafına çekmek için yanına çağırdı. Yapılan görüşmede elçiye mektupta yazılanın doğru olup olmadığını sordu. Mahmud'un yazılanların doğru olduğunu söylemesi üzerine Sultan Muhammed, çok öfkeleni. Bunun üzerine Mahmud Yalvaç ve yanındakiler onun hışmına uğramamak için Karakurum'a geri döndüler. Elçiler Harezmsah Muhammed'in verdiği mektubu Cengiz Han'a takdim ederek duyduğu memnuniyeti anlattılar. Böylece Moğollar ve Harezmsahlr arasında ticarî ilişkiler gelişmeye başladı (Mîrhând, V, 1339: 76; Lamb, 2016: 109; Gousset,2014:198-199).

Harezmsahlr ve Moğolların askerî anlamda ilk karşılaşmaları hakkında kaynaklardaki bilgiler oldukça karışıktır. O döneme tanıklık eden ve aynı zamanda sultanın münşîsi Nesevî, olayın 1215 yılında meydana geldiğini kaydeder. Reşîdüddin, İbnü'l-Esîr, Mîrhând gibi müellifler, bu

tarihin 1218 olduğu konusunda hem fikirdirler. Olaylara tanıklık etmesine rağmen Nesevî'nin 1215 yılını zikretmesi şaşırtıcı bir durumdur. Çünkü bu tarihte Moğollar, Çin'in fethiyle uğraşırken Sultan Alâeddin de Bağdat seferinden yeni dönmüştü. Bu yüzden her iki tarafın 1215'te karşılaşmaları pek mümkün gözükmemektedir (İbnül-Esîr, XII, 1987: 318-319; Reşîdüddin, 1389: 31; Nesevî, 1934: 14; Mîrhând, IV, 1339: 404-405; Kafesoğlu, 1984: 229-235).

Daha önce Cengiz Han'dan kaçıp Karahıtaylara sığınan Küçlüğ, 1211 yılında Harezmsahlarla iş birliği yaparak kayınpederi Gûrhan'ı ortadan kaldırıp tahta geçmişti. Elde ettiği güç sayesinde Hoten ve Kaşgar topraklarında halka kötü davranmaya başladı. Bu durum hem bölgede yaşayan halkı hem de Alâeddin Muhammed'i oldukça rahatsız etti. Daha önce Harezmsahın müttefiki olan Küçlüğ, artık bir tehdit unsuru olmaya başlamıştı. Yapılan baskılardan bıkan halk, kurtarıcı olarak Cengiz Han'ı görmeye başladı. Bölgenin ileri gelenlerinin şikâyeti üzerine Cengiz Han, Küçlüğ'ü ortadan kaldırmak için Cebe Noyan'ı gönderirken büyük oğlu Cuci ve Subutay Bahadır'ı da Kıpçak topraklarında huzursuzluk çıkararak Merkit Hâkimi Tok-Togan üzerine gönderdi. Sultan Muhammed de aynı tarihte Merkitlerin faaliyetlerinden rahatsız olduğu için küçük bir birlikle Semerkand'tan Cend'e doğru hareket etti. Bu sırada haberciler Moğollara ait bir birliğin de Merkitler üzerine yürüdüğü haberini verdiler. Bu haber üzerine asker takviyesi için Semerkand'a geri döndü. Sultanın asıl amacı, Merkitleri ve Moğolları ortadan kaldırarak bir taşla iki kuş vurmaktır. Gerekli hazırlıklarını yaptıktan sonra tekrar Cend şehrine hareket etti. Bu sırada Cuci komutasındaki Moğol ordusu, Merkitleri bugün Kazakistan sınırları içerisinde yer alan ve kaynaklarda adları Kamli ve Kemcik olarak geçen iki nehir arasında kalan bölgede sıkıştırarak imha etmişti (Cüveynî, 2013: 109-110; İbnül-Esîr, XII, 1987: 318; Reşîdüddin, 1389: 32; Ebulgazi Bahadır Han, 2020: 118; Ahincanov, 2019: 233-234).

Moğol ordusu geri dönüş için yola koyulurken sultan, savaşın olduğu alana geldiğinde çok sayıda insan cesedi ile karşılaştı. Yaralı bir Merkit askerinin Moğolların saldırısına uğradıklarını söylemesi üzerine komutanların karşı çıkmalarına rağmen onları takip etme kararı aldı. Harezmsahlardan tarafından takip edildiğini öğrenen Cuci, Sultan Muhammed'e bir elçi göndererek Cengiz Han'dan savaşmak için bir emir almadığını ve kendileri ile savaşmayacağını beyan etmesine rağmen Sultan Moğollarla savaşmakta ısrar edince iki tarafın çarpışması kaçınılmaz oldu. Yapılan savaşta Moğollar, Harezm ordusunun sol kanadı ile merkezine saldırarak orduyu darmadağın ettiler. Ancak Sultan Muhammed'in büyük oğlu Celâleddin komutasındaki sağ kanat Moğollara üstün gelmişti. Celâleddin babasının başında olduğu birliğin dağıldığını görünce ani bir hamle ile babasını onların elinden kurtardı. Akşama kadar süren savaşın kazananı belli olmadı. Moğollar, gece büyük ateşler yakarak geri çekilip Cengiz Han'ın yanına gittiler. Cuci olan biteni babasına anlatmasına rağmen iki devlet arasındaki ticaret antlaşması nedeniyle Cengiz Han, Harezmsahlardan bu tutumuna ses çıkarmadı. Sultan Muhammed ise Moğollardan çok korktuğu için gerekli tedbirleri alma çabasına girişti (İbnül-Esîr, XII, 1987: 318-320; Reşîdüddin, 1389: 31-32; Nesevî, 1934: 14-15; Mîrhând, IV, 1339: 404-405; Ebulgazi Bahadır Han, 2020: 119; D'ohsson, 2013: 96; Barthold, 2016: 384; Erdoğan, 2020: 78-79).

3.2. Otrar Faciası

Yukarıda zikredildiği gibi Moğol heyeti ile yapılan görüşmeden sonra iki devlet arasındaki ticarî ilişkiler doğrultusunda Ahmet Hocendî, Emir Hüseyin ve Ahmet Belhî adlı Harezmli üç tâcir, çoğu elbise, bez ve kumaşlardan oluşan mallarını satmak üzere Moğol ülkesine doğru yola çıktılar. Harezmli tüccarların ellindeki mallara Moğollar rağbet göstermekteydiler. Onlar Cengiz Han'ın huzuruna çıkararak getirdikleri malları gösterdiler. Ahmet Belhî elindeki kumaşlara değerinden fazla fiyat isteyince Han çok öfkelenerek tüccarların ellerindeki malların değerinin Moğollar tarafından bilindiğini söyleyerek tüccarların tutuklanmasını, mallarının müsadere edilmesini ayrıca Moğol hazinesindeki değerli kumaşların getirilmesini emretti. Olanlar karşısında çok korkan diğer iki kişi malları Han'a hediye olarak getirdiklerini söyleyince buna çok memnun oldu. Tüccarların mallarını

ederinden daha fazla bir değerde satın alarak geri gönderdi. Cengiz Han yanındakilere Harezmi'de ticaret yapmak için bir heyet oluşturmalarını ve bir an önce yola koyulmalarını emretti. Ancak gönderdiği bu kervanın akıbetinin felaket olacağını tahmin edememişti (Nesevî, 1934:50; Cüveynî,2013:116-117; Reşîdüddin, 1389:32-33; Mîrhând, V,1339:77; Ebu'lgazi Bahadır Han, 2020:117; D'ohsson, 2012:94).

Harezmi'ye giden heyette bulunanların sayısı hakkında kaynaklarda değişik bilgiler yer almaktadır. Moğolların ilk yazılı kaynağı olan *Moğolların Gizli Tarihi* adlı eserde rakam yüz kişi olarak zikredilirken, Ebu'l-Ferec bu sayının yüz elli olduğunu kaydetmekte, Cüveynî, Şebânkâreî ve Reşîdüddin, ise bu sayının dört yüz elli olduğunu ifade etmektedirler. Son olarak Hamdullah Müstevfi ise rakamın beş yüz olduğunu söylemektedir. Olayın nasıl meydana geldiği ile ilgili olarak kaynaklarda yer alan bilgiler arasında küçük farklılıklar da olsa bu bilgiler birbiriyle örtüşmektedir. *Moğolların Gizli Tarihi*'nde Cengiz Han'ın emriyle Ukana adında bir Moğol başkanlığındaki heyetin değerli emtialarla Harezmi'ye doğru yola çıktığı ve Otrar şehrine geldiklerinde, şehrin valisi İnalçık tarafından mallarına el konularak öldürüldükleri yer almaktadır (*Moğolların Gizli Tarihi*, 2016: 174; Ebu'l-Ferec İbnü'l İbrî, 2011,8; Cüveynî, 2013:117; Reşîdüddin, 1389: 33; Müstevfi, 2018: 396).

Cüzcanî, Cengiz Han'ın gönderdiği heyetin Otrar'a geldiğini, valinin sultana kervanda çok değerli malların bulunduğunu ve bunlara el koymak için izin istediğini nakletmemiştir. Sultanın izin vermesiyle tüm tüccarların öldürüldüğünü, ancak içlerinden bir tanesinin hamamda olması nedeniyle hamam ocağından kaçarak canını kurtardığını, Çin'e giderek olanı biteni Cengiz Han'a anlattığını nakletmektedir. Cüveynî ise diğer kaynaklardan farklı olarak katliamın sebebinin heyet içerisinde bulunan Hintli bir tüccarın İnalçık ile önceden tanıştığını ancak tüccarı rencide etmeye çalışan valiye boyun eğmediğinden dolayı öldürüldüklerini nakletmektedir (Cüzcanî, 2015: 136; Cüveynî, 2013:117-118).

Şebânkâreî olayı "*Kervan Mâverâünnehir'e ulaştığında oranın valisi aç gözlülük edip mallarına tamah ettiği kervanı durdurdu. Vali, Sultan Muhammed'e kâfirlerin himayesinde bir grup Müslüman geldi. Müslümanları kâfirlerin himayesinde olması dinen caiz değildir. Bu işin hükmü nedir diye sordu. Sultan hiç düşünmeden hepsini öldürün diye emretti. Onlar dört yüz elli günahsız öldürdüler*" şeklinde izah etmektedir (Şebankareî, 1376: 160). Reşîdüddin Fazlullah, Harezmişahlar ve Moğollar arasındaki ticari ilişkiler nedeniyle Cengiz Han'ın bazı tüccarları değerli mallar ile Harezmi topraklarına gönderdiğini, ancak kafilenin Otrar valisi Gayır Han (İnalçık) tarafından casusluk iddiasıyla durdurularak mallarına el konulduğunu, heyette bulunanların kılıçtan geçirilerek, malların sultana gönderildiğini kaydetmektedir (Reşîdüddin, 1389:30-31). Diğer kaynaklar ise gözünü para hırsı bürüyen İnalçık'ın mallara el koymak için tüccarların casus olduklarını sultana bildirdiği o da hiç tereddüt etmeden tüccarların öldürülmesini ve el konulan malların kendisine gönderilmesini emrettiğini aktarmaktadır (İbnü'l-Esîr, XII, 1987: 316; Nesevî, 1934: 29; Abu'l-Ferec II,1999: 481; Ebu'l-Ferec İbnü'l İbrî, 2011: 8-9; Cüzcanî, 2015: 53; Kafesoğlu, 1984: 236; Kemaloğlu, 2016: 35; Roux, 2001: 175; Barthold, 2018: 263;D'ohsson, 2012: 95).

Kaynaklar katliamdan kurtulan bir kişinin uzun ve zorlu bir yolculuktan sonra Cengiz Han'ın huzuruna çıkarak olanı biteni anlattığını zikretmektedirler. Bu duruma çok öfkelenen Han, daha önce Sultan Tekiş'in hizmetinde bulunan İbn Kefrec Buğra adında bir komutan başkanlığında üç kişilik bir heyeti Harezmi'ye gönderdi. Sultan'a eğer bu işte dahli var ise tazminat ödemesi gerektiğini eğer yok ise İnalçık'ın cezasını vermek üzere kendisine teslim edilmesini istedi. Sultan Muhammed bu istekleri dinlemek şöyle dursun, Buğra'yı öldürtüp diğer iki elçinin de sakallarını yoldurarak geri gönderdi. Han gördükleri karşısında çılgına döndü. Elçilere reva görülen muameleyi kendine yapılan bir hakaret olarak kabul etti. Harezmişahların yaptıklarına aralarındaki ticaret antlaşması gereği sürekli temkinli yaklaşan Cengiz Han için bu durum bardağı

taşırın son damla oldu. Bundan sonra iki devlet arasında savaş kaçınılmaz hale geldi. Kaynakların anlattıklarına göre bu olaydan sonra Cengiz Han, yüksek bir dağda üç gün inzivaya çekilerek Tanrı'ya yalvardı. İnzivadan sonra komutanlarını toplayarak bir dizi kararlar aldı (Cüveynî, 2013: 118-119; Cüzcanî, 2015: 136; Nesevî, 1934: 29-30; Abu'l-Farac, II,1999: 483; İbnü'l İbrî, 2011 9; Roux, 2001:180-181).

Moğollar hemen Harezmsahlara saldırmadılar. Cengiz Han uzun bir hazırlık döneminden sonra 1219 yılında topladığı kurultayda veliaht olarak üçüncü oğlu Ögeday'ı tayin ederek devlet yönetimini yeniden düzene koydu. Ayrıca Çin ve Tangut topraklarının ele geçirilmesi için gönderilen kuvvetlerin bir araya toplanması beklendi. Dağınık halde bulunan Moğol kuvvetleri bir araya gelerek yapılacak savaş için hazırlıklarına hız verdiler. Cengiz Han, ordunun gerekli hazırlıklarını tamamlanmasının ardından Harezim topraklarına doğru yola çıkmalarını emretti. Yol güzergâhında Uygur Türkleri ve Karluklardan oluşan birlikler de Moğollara katıldılar. Barthold, Cengiz Han'ın ordusunun yüz elli veya iki yüz bin, Harezmsah ordusunun da dört yüz bin civarında olduğunu belirtmektedir. Oysa İbnü'l-Esîr ve Mîrhand, Otrar vakasından önce sultanın Moğolların asker sayısı hakkında bilgi almak için bölgeye casuslar gönderdiğini, onlardan gelen bilgilere göre Moğol askerlerinin karınca ve çekirge gibi sayılamayacak kadar çok olduğunu, silahlarını kendilerinin yaptıklarını, yenilgi nedir bilmeyen ve iyi teçhiz edilmiş bir orduya sahip olduklarını öğrendiğini, bu yüzden büyük bir korku içinde olduğunu kaydetmektedir (İbnü'l-Esîr, XII, 1987: 316-317; Mîrhând, V,1339: 82) Kaynakların verdiği bilgiler göz önüne alındığında Moğolların asker sayısının Harezim ordusuna yakın olduğunu söylemek mümkündür. Uzun bir sefer hazırlığı yapan Cengiz Han, ordusunu dört kısma ayırdı. Büyük oğlu Cuci'yi Cend bölgesine, Çağatay ve Ögeday'ı Otrar'a, Alâk Noyan'ı Fenaket ve Hocend'e gönderdi. Kendisi de küçük oğlu Tuli Han'ı yanına alarak Buhara'ya doğru yola çıktı (*Moğolların Gizli Tarihi*, 2016:172-183; Cüveynî, 2013: 119; Mîrhand, V, 1339: 80-81; Barthold, 2017: 266-267; Alican, 2017: 66).

Harezmsahlara cephesine baktığımızda ise Sultan Muhammed'in Moğollara karşı savaş hazırlıklarına çok önceden başladığını söylemek mümkün. Çünkü Cend tarafında yaptığı savaşta onların cengâverliğinden çok korkması bir de bunlara Otrar'da yaşananlar eklenince Moğollara karşı gerekli önlemleri almak kaçınılmaz oldu. Bunun için devlet erkânını istişare etmek amacıyla topladı. Sultanın sözüne çok itibar ettiği âlim Şihabü'l-Hayvâkî, oğlu Celâleddin ve komutanlarından Timur Melik, Moğolları Seyhun Nehri kıyısında karşılayarak meydan savaşı yapmanın daha uygun olacağını savundular. Başlarda Sultan onların bu görüşünü benimsedi. Ancak ordu içerisinde bazı komutanlar bu duruma karşı çıkarak Moğolların Ceyhun Nehri'ni geçmelerine izin verilmesi gerektiğini daha sonra onları bölgedeki dar vadi boğazlarda pusuya düşürerek yok edebileceklerini savundular. Üçüncü bir görüş ise Gazne tarafına giderek oradan asker toplayıp olası bir yenilgide Hindistan'a doğru geri çekilmektir. Ancak Sultan Muhammed, bu fikirlerin hiç birisini benimsemeyerek askerlerini kalelere dağıtmak suretiyle savunmada kalmayı tercih etti (İbnü'l-Esîr, XII, 1987: 317; Cüveynî, 2013: 322-323; Reşîdüddin, 1389: 32; Şebankareî, 1376: 141; Kafesoğlu, 1984: 249; D'ohsson,2012: 94-96; Alican, 2017: 67) .

Nesevî, Harezmsah'ı bu tercihe iten en önemli faktörün devlet adamlarının ve komutanlarının ihaneti olduğunu söyler. Bu duruma örnek olarak aşağıdaki hadiseyi aktarır. *Sultan, Otrar'ı ele geçirdiğinde babası ve akrabalarını öldürdüğü Bedrettin Âmid adlı bir komutan, Cengiz Han'la görüşmek istedi. Görüşmede Sultan'dan intikam almak için Moğollara yardım edebileceğini söyledi. Ayrıca (annesi)Terken Hatun'la Alâeddin Muhammed arasındaki mücadeleyi anlatarak bu durumu lehlerine kullanabileceklerini anlattı. Bunun üzerine sanki sultan'ın en yakın komutanları tarafından yazılmış gibi bir mektup düzenleyerek sultan'ın eline geçmesini sağladı. Mektubu okuyan Alâeddin Muhammed, en yakınındaki adamlarının kendisine ihanet ettiğini düşünerek askerleri şehirlere dağıtma kararı aldı* (Nesevî, 1934: 31; Erdoğan, 2020: 91-92).

Harezmşah, başta Otrar olmak üzere Semerkand ve Buhârâ'da savunma hattı oluşturdu. Moğolları kale savunmasıyla geri püskürtebileceklerini düşünüyordu. Ancak Moğolların kale kuşatması konusunda engin tecrübeye sahip olmalarını göz ardı etmesi, baştan beri bu stratejinin tutmayacağına bir göstergesiydi. Sultan Muhammed'in ordusu kozmopolit bir yapıya sahipti. Komuta kademesinde Kıpçak komutanların ağırlığı, Tacik adı verilen ve sadece para için savaşan İran askerleri ve fillerle donatılmış, Moğollara karşı sayıca büyük bir üstünlüğe sahip muhteşem bir ordu görüntüsü vermektedir. Ancak Harezm ordusu içerisindeki çekişmeler, askerler arasındaki disiplinsizlik ve sultanın komutanlarına güvenmemesi gibi olumsuz durumlar, Harezmşahlar açısından büyük bir dezavantajdı.

Sultan Muhammed, Moğolların katledilen tüccarların intikamını almak için Otrar'a saldıracağını tahmin ettiğinden Karaca Hâcib komutasında on bin kişilik ordu göndererek İnalçık'a (Gayır Han) destek olmak istedi. O esnada kalede elli bin asker mevcuttu. Karaca Hâcib Otrar'a gelip askerlerini konuşlandırdı. 1219 yılında Çağatay ve Ögeday komutasındaki Moğol ordusu Otrar önlerine gelerek kaleyi kuşattılar. Aralarında şiddetli çarpışmalar meydana geldi. İki tarafta ciddi kayıplar vermeye başladı. Kuşatma uzadıkça kaledeki erzaklar da azaldı. Bunun üzerine Karaca Hâcib, İnalçık'a daha fazla direnemeyeceklerini en iyi yolun teslim olmak olduğunu söyledi. İnalçık bu sözler üzerine sultanı kesinlikle yalnız bırakmayacağını kanının son damlasına kadar mücadele edeceğini beyan etti (Cüveynî, 2013: 121; Mîrhând, V, 1339: 87; D'ohsson, 2012: 100).

Karaca Hâcib, ihanet ederek bir grup askeriyle birlikte gece yarısı kalenin Sûfihane kapısından çıkarak kaçmak istedi. Moğol askerleri, onu yakalayıp Cengiz Han'ın oğullarının yanına getirdiler. Karaca Hâcib onlara kaleyi ele geçirme konusunda yardımcı olabileceğini söyledi. Onlar "*efendin sana bu kadar nimet bahşetmişken ona ihanet ettin. Bize de ihanet edersin*" diyerek onu öldürdüler. Otrar kuşatması beş ay sürdü. Kuşatmanın bu kadar uzun sürmesinin nedeni Cengiz Han'ın onu sağ istemesiydi. İnalçık maiyetindeki askerlerle cansiperane bir şekilde birlikte mücadele etti. Askerlerini ellişer kişilik gruplara ayırarak Moğollara ani baskınlar yapmak suretiyle onları püskürtmeye çalıştı. Bu baskınlar sayesinde Moğollara ağır kayıplar verdirildi. Ancak Harezm askerleri daha fazla Moğollara karşı direnemediklerinden yok edildiler. Tek başına kalan İnalçık cariyeleri ile birlikte mücadele etmeye devam etti. Öyle ki mühimmatı bittiğinden kerpiç taşları yerinden söküp Moğollara fırlatmak suretiyle direndi. Ancak sonunda yakalanarak Han'ın huzuruna getirildi. Cengiz Han, onun açgözlü biri olduğunu, para için tüccarların kanına girdiğini söyleyerek erittirdiği gümüşü gözlerine ve kulaklarına döktürtmek suretiyle öldürttü. Böylece 450 tüccarın intikamını almış oldu (Cüveynî, 2013:122; Mîrhând, V,1339: 88; D'ohsson, 2012: 100-101; Alican, 2017: 66).

Cengiz Han için Otrar kolay kazanılan bir zafer oldu. Sultan Muhammed, hızla ilerleyen Moğol ordusuna karşı hükümdarlığın gereği olan kalıp savaşmak yerine kaçmayı tercih edince Harezmşah ordusu dağılmaya başladı. Böylece Cengiz Han'ın askerleri sadece Otrar'ı değil bölgenin kudretli devleti Harezmşahlara ait Semerkand, Buhârâ ve Nişâbûr gibi önemli şehirleri de ele geçirerek tarihte eşine az rastlanır korkunç katliamlar yaptılar. Cengiz, kaçan sultanı takip etmeleri için komutanları Cebe Noyan ve Subutay Bahadır'ı görevlendirdi. Alâeddin Muhammed yanındakiler ile birlikte önce Nişâbur'a ardından Hazar Denizi'nin güneyinde yer alan Abeskûn adasına kaçmayı başardı. Orada perişanlıklar içinde Zatü'l-cenp (Akciğer İltihaplanması) hastalığına yakalandı. Ölmeden önce veliahtlığa tayin ettiği küçük oğlu Uzlag Şah'ı azlederek yerine büyük oğlu Celâleddin'i tayin etti. Ve Aralık 1220'de sefalet içerisinde vefat etti (İbnü'l-Esir, XII, 1987 325; Cüveynî, 2013: 329-330; Nesevî, 1934: 36-37; Cüzcanî, 2015:139; Mîrhând, IV, 1339: 412; Kafesoğlu, 1984: 283; Erdoğan, 2020:115; Alican, 2017: 72).

4. Sonuç

Orta Çağ'ın kudretli devletlerinden biri olan Harezmsahların bir anda yıkılmasının altında yatan neden sadece Otrar faciası değildir. Sultanın annesi Terken Hatun'un da bağlı olduğu Kübreviyye tarikatının önde gelen âlimlerinden Mecüdüddîn Bağdadî'nin öldürülmesi, Cuci ile Türkistan topraklarında yapılan savaş, Abbâsî halifesi Nâsır-Lidîllâh ile Sultan Muhammed arasındaki çekişmeler ve son olarak Harezmsahların, Moğolları küçümsemesi gibi sebepler gücünün zirvesinde olan bir devletin yıkılışına zemin hazırlamıştır. Ancak devleti yıkıma götüren temel neden şüphesiz yukarıda bahsettiğimiz vakadır.

Otrar, Sultan Muhammed'in kibri, komutanlarına güvenememesi, yanlış strateji uygulaması ve hatalı kararlar vermesi sonucunda meydana gelen bir hadisedir. Bu olayın sebebi olarak İnalıcık'ın aç gözlülüğü gösterilse de tarih önünde asıl suçlu sultanın ta kendisidir. Çünkü onun hırs ve ihtirasları yüzünden Moğollarla aralarında ticaret antlaşması olmasına rağmen çoğu Müslüman, dört yüz elli tüccarı öldürterek antlaşmayı bozması iki devlet arasındaki ilişkileri kopardı. Sultan, Cengiz Han'ın işlenen suçun karşılığı olarak valiyi istemesi veya yerine tazminat ödenmesi talebini reddetti. Bunlar yetmiyormuş gibi elçilerden birini öldürtüp ikisinin de sakallarını yoldurarak göndermesi ise bardağı taşıran son damla oldu. Han, Harezmsah'ın bu davranışlarını devletine karşı yapılan bir hakaret kabul ederek savaş ilan etti. Moğollar, küçük düşürülmenin intikamını almak üzere harekete geçtiler.

Sultan Muhammed, Otrar'da böylesine korkunç bir hata yapmamış olsaydı bir yandan Çin'in fethini tamamlamaya çalışan ve bir yandan da Karahıtay topraklarında hüküm süren Küçlüğ ve Merkitlerle mücadele eden Moğolların, bölgenin en güçlü devleti imajı çizen Harezmsahlara saldırmasının çok mümkün olamayacağı söylenebilirdi. Ancak meydana gelen bu talihsiz olay, gurur ve kibir abidesi bir hükümdarın yanlış tutum sergilemesi ve korkakça davranmasının sonucu olarak Türk tarihi açısından ağır sonuçlar doğurmuştur. Bu vakadan sonra Müslümanların hamisi kabul edilen devletin ortadan kalkmasıyla birlikte Cengiz Han'ın cihan hâkimi olma yolundaki önemli engellerden biri de ortadan kalkmış oldu. Moğollar, o zamandan sonra önüne kattığı her şeyi yıkan bir sel gibi Türk ve İslâm dünyasının altını üstüne getirerek arkalarında onarılması asırlar sürecektir ağır tahribatlar bıraktı. Kısaca Otrar hadisesi, mecrasında akan tarihin akışını değiştirmiş ve bundan sonra artık hiçbir şey eskisi gibi olmamıştır.

Kaynakça

- Abu'l-Ferec (Bar Habrebus), G. (1999). *Abû'l-Farac Tarihi*. II. Doğrul, Ö.R. (Çev.). Ankara: TTK Yayınları.
- Ahincanov, S. M. (2019) *Türk Halklarının Katalizör Boyu Kıpçaklar*, Yıldırım, K. (Çev.). İstanbul: Selenge Yayınları.
- Alican, M. (2017) *Tarihin Kara Yazısı Moğollar*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Apak, A. (2016) *Ana Hatlarıyla İslâm Tarihi (Abbâsiler)* İstanbul: Ensar Yayınları.
- Avırmad, E. (2011) "Juan-juanlar'ın Çöküşü ve Dağılışı". *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Türkoloji Dergisi*, 18 (2) , 2011, ss 23-29.
- Barthold, V.V (2015) *Orta Asya Türk Tarihi*. İstanbul: Divan Kitap.
- Barthold, V.V (2016) *Türkistan Halklarının Tarihi*. Aynakulova, G (Çev.). İstanbul: Astana Yayınları.
- Barthold, V.V. (2017) *Moğol İstilasına Kadar Türkistan*. Yıldız, H.D (Yay. Haz). İstanbul: Kronik Kitap.

- Baş, E. (2016) “Hârizmşahlar”. *İslâm Tarihi El Kitabı*. Baş, E. (Ed.) (677-686), Ankara: Grafiker Yayınları.
- Bünyatov, Z. (2003) *Hârezmşahlığı ve Enuştekinler Devleti*. Rızayev, T. (Çev.) İstanbul: Derin Yayınları.
- Cüzcânî, Minhâc-ı Sirâc. (2015) *Tabakât-ı Nâsirî (Gazneliler, Selçuklular, Atabegler, Harezmsahlar)*. Göksu, E.(Çev.). Ankara, TTK Yayınları.
- Cüzcânî, Minhâc-ı Sirâc. (2016) *Tabakât-ı Nâsirî (Moğol İstilasına Dair Kayıtlar)*, Uyar, M. (Çev). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Cüveynî, Alâeddin Ata Melik. (2013) *Tarih-i Cihangûşa*. Öztürk, M. (Çev.). Ankara: TTK Yayınları, 2013.
- D’ohsson, A. C. (2012) *Moğol Tarihi*. Kalan, E. (ed). İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayınları.
- Daribay, M. (2011) *Otrar Bölgesi ve İslâm Tarihindeki Önemi (VI-XIII. Yüzyıllar)*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Demiralp, M. (1997) *Hârezmşâhlar Devletinde Alâeddin Muhammed’in Annesi Terken Hatun*. (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dilek, A. (1994) *XI. Ve XIII. Yüzyıllarda Harezmsah Bölgesinde Türk Boylarından Kanglılar*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi/Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
- Dinç, İ. (2002). *Cengiz Han*. İstanbul: Kastaş Yayınları.
- Eberhard, W. (1996). *Çin’in Şimal Komşuları*. Uluğtuğ, N. (Çev.). Ankara: TTK Yayınları.
- Ebu’l-Ferec, İbnü’l İbrî. (2011). *Tarihu Muhtasari’d-Düvel*. Yaltkaya, Ş. (Çev.). Ankara: TTK Yayınları.
- Ebulgazi Bahadır Han. (2020). *Şecer-i Türk (Türk’ün Soykütüğü)*. Demir, N. (haz). Ankara: Altınordu Yayınları.
- el-Hüseynî, Sadruddîn Ebû’l-Hasan Ali b.Nâsir b.Ali. (1943). *Ahbâru’d-Devleti’s-Selçukiyye*. Lûgâl N. (Çev.). Ankara: TTK Yayınları.
- el-Ömerî, Şihabeddin b. Fazlullah.(2014). *Türkler Hakkında Gördüklerim ve Duyduklarım (Mesalikü’l-Ebsâr)*. Batur, D.A. (Çev.).İstanbul: Selenge Yayınları.
- Erdoğan, Coşkun. *Harezmsahlar (Anuştegin’den Celâleddin’e)*. İstanbul: Selenge Yayınları, 2020.
- Göksu, E. (2020). *Büyük Selçuklular*. İstanbul: Selenge Yayınları.
- Grousset, R. (2014). *Cihan Fatih Cengiz Han*. Tanju, İ. (Çev.). İstanbul: Ötüken Neşriyat,
- Grousset, R. (2014). *Bozkır İmparatorluğu*. Üzen, M.R. (Çev.). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Güngör, E. (2011). *Tarihte Türkler*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Hamevî, Şihâbüddîn Ebî Abdillâh Yâkût b. Abdillâh. (1977). *Mu’cemü’l-Büldân*. I-IV., Beyrut: Daru-Sadr.
- Hândmîr, Gıyâseddin b. Hâce Hümedüddin Muhammed b. Hâce Burhaneddin Muhammed b. Hüseyin Şirâzî. (1342). *Habîbü’s-Siyer Fî Efrâdi’l-Beşer*. II.-III, (Nşr. Dr. M. Debîr Siyâkî), Tahran: Kitapfurûş-î Hayyam.

- İbn Havkal. (2017). *Sûretü'l-Arz (10. Asırda İslâm Coğrafyası)*. Şeşen, R (Çev.), İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- İbn Hurdazbih. (2019). *Yollar ve Ülkeler Kitabı (el-Mesâlik ve'l-Memâlik)*. Ağarı, M. (çev.), İstanbul: Ayışığı Kitapları.
- İbnü'l-Esîr. (1987). *el- Kâmil Fit-Tarih*. X. XI. XII. Ağırakça, A.-Özaydın, A. (Çev.) İstanbul: Bahar Yayınları.
- Kafesoğlu, İ. (1984). *Harezmşahlar Devleti Tarihi(485-618/1092/1221)*. Ankara: TTK Yayınları.
- Kafesoğlu, İ. (2016). *Türk Milli Kültürü*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Kazvinî, Zekeriyya.(trhs) *Asârul-Bilâd*. Beyrut.
- Kemaloğlu, İ. (2016). “Büyük Moğol İmparatorluğu”. *Avrasya'nın Sekiz Asrı Çengizoğulları*. H. Alan- İ. Kemaloğlu (Yay. Haz). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Köprülü, F. (1943). “Uran Kabilesi” *Belleten*. (VII/26, 227-243).
- Köprülü, F. (1977). “Harezmşahlar” *İ.A.* (V/1, 265-296). İstanbul, MEB Yayınları.
- Köymen, M. A. (2019). *Selçuklu Devri Türk Tarihi*. Ankara: TTK Yayınları.
- Lamb, H. (2013). *Dünyanın Kâbusu Cengiz Han*. Kaya, S. (Çev). Ankara: Yurt Yayınları.
- Le Strange, G. (1905). *The Lands of the Eastern Caliphate*. Cambirdge.
- Le Strange, G. (2015). *Doğu Hilafetinin Memleketleri (Mezopotamya, İran ve Orta Asya)*. A. Eskikurt, C. Tomar (Yay. Haz). İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- Merçil, E.(2016). *Büyük Selçuklu Devleti*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Mesûdî, Ebû'l-Hasan Ali b.el-Hüseyn. (2018). *Kitâbü't-Tenbih ve'l-İşraf*. Şeşen, R. (Çev.), İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Mîrhând, Hümamüddin Muhammed b. Burhaneddin Hâvendşah b. Kemaleddin. (1339) *Ravzatü's-Safâ fi Sîreti'l-Enbiyâ ve'l-Mülûk ve'l-Hulefâ*. IV.-V. Tahran: Kitapfurûş-î Hayyam.
- Mukaddesî. (2015). *Ahsenü't-Tekâsîm (İslâm Coğrafyası)*. Batur, D.A (Çev.). İstanbul: Selenge Yayınları.
- Müstevfî, Hamdullah. (2018) *Târih-i Güzide*. M. Öztürk), Ankara: TTK Yayınları.
- Nesevî. (1934). *Siretü'l Sultan Celâleddin Mengübirtî*. Yazıksız N.A (Çev.) İstanbul: MEB Yayınları.
- Ögel, B. (1948). “İlk Töles Boyları”. *Belleten*. (XII/48,795-833).
- Öngül, A. (2018). *Irak Selçukluları*. İstanbul: Çamlıca Yayınları
- Öntürk, V. (2020). *Gurlular (1157-1216)*. İstanbul: Selenge Yayınları.
- Özaydın, A. (1989). “Alamut” *DİA*. (I, 336-338) İstanbul: TDV Yayınları.
- Özaydın, A. (2001). “Karahanlılar”, *DİA*, (XXIV, 412-414), İstanbul: TDV Yayınları.
- Özaydın, A. (2002). “Harezmşahlar”.*Türkler Ansiklopedisi*, (IV, 1400-1421). H.C. Güzel, K. Çiçek (Yay. Haz). Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Özgüdenli, O. G. (2005). “Moğollar”. *DİA*, (XXX, 225-229), İstanbul, TDV Yayınları.
- Özgüdenli, O. G. (2008). *Selçuklular (Büyük Selçuklu Devleti Tarihi (1040-1157)*, I, İstanbul: İSMAR Yayınları.

- Piyadeoğlu, Cihan. *Büyük Selçuklular*. İstanbul: Kronik Kitap, 2020.
- Popova, İ. (2002). “Orta Asya Türkleri ve Erken T’ang Çin Devleti”. *Türkler Ansiklopedisi*, (II, 213-222), H. C. Güzel, K. Çiçek (Yay. Haz). Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Râvendî, Muhammed b. Ali b. Süleyman. 1(999) *Râhatü’s-Sudûr ve Âyetü’s- Sürûr*. I.-II., (Çev. A. Ateş), Ankara: TTK Yayınları.
- Reşîdüddin Fazlullah. (1389). *Camiü’t-Tevârih (Tarih-i Selatin-i Harezmi)*. Tahran: Merkezi Pejuheşi Miras-ı Mektup.
- Roux, J. P. (2001). *Moğol İmparatorluğu Tarihi*. Kazancıgil, A- Bereket, A. (Çev.), İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Salman, H. (2001). “Karluklar”. *DİA*, (XXIV, 509-510) İstanbul: TDV Yayınları.
- Şebankareî. (1376). *Mecmaü’l-Ensâb*. Mîr Haşim Muhaddis (ths), Tahran: İntişârât-ı Emîr Kebîr,
- Taneri, A. (1997). “Harizmşahlar”. *DİA*, (XVI-228-231), İstanbul: TDV Yayınları.
- Taneri, A. (2019). *Harezmşahlar*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Taşağıl, A. (2012). “Turfan”. *DİA*, (XXXXI, 414-415) İstanbul: TDV Yayınları.
- Taşağıl, A. (2002). “Karahitaylar”. *DİA*, (XXIV, 415-417), İstanbul: TDV Yayınları.
- Taşağıl, A. (2017). “Cengiz Öncesi Türkler ve Moğollar”. *Avrasya’nın Sekiz Asrı Çengizoğulları*, (Yay. Haz.: Hayrunnisa Alan, İlyas Kemaloğlu), İstanbul, Ötüken Neşriyat.
- Taşağıl, A. (2018). *Bozkırın Kağanlıkları (Hunlar, Tabgaçlar. Göktürkler, Uygurlar)*. İstanbul: Kronik Kitap.
- Taşağıl, A. (2018). *Göktürkler*. Ankara: TTK Yayınları.
- Temir, A. (2002). “Moğol Veya Türk Moğol Hanlığı”. *Türkler Ansiklopedisi*, (VIII, 416-433), (H. C. Güzel, K. Çiçek, (Yay. Haz) Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Temir, A. (Çev.) (2016). *Moğolların Gizli Tarihi*. Ankara: TTK Yayınları
- Togan, Z. V. (2019). *Umumi Türk Tarihine Giriş*. İstanbul: Türkiye İşbankası Yayınları.
- Turan, O. (2015). *Selçuklular Tarihi ve Türk-İslâm Medeniyeti*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Usta, A. (2002). “Moğol İstilas Dönemine Kadar Kıpçaklar ve Harezmşahlar Devleti”. *Türkler Ansiklopedisi*, (IV, 1421-1430),(H. C. Güzel, K. Çiçek) Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Yıldırım, K. (2015). *Bozkırın Yitik Çocukları Juan-Juanlar*. İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- Yiğit, İ. (1995). “Emevîler”. *DİA*, (XI, 87-104), İstanbul, TDV Yayınları.
- Yörükan, Y. Z. (2013). *Ortaçağ Müslüman Coğrafyacılarından Seçmeler (Türklerin Yaşadığı ve Türklere Komşu Bölgeler)*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Yücel, M. (2010). *Moğollar Tarihi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

1890-1899 YILLARI ARASINDA EDİRNE VE KAZALARINDA SIĞIR VEBASI: VEBÂ-YI BAKARÎ

Raziye ŞANAL¹, Fulya FEYİZ²

Öz

Sığır vebası, büyükbaş hayvanlarda görülen ve etkisini hızlı bir şekilde gösteren bulaşıcı bir hastalıktır. Bu virüsün kısa sürede yayılması çok sayıda hayvanın ölmesine sebep olmuştur. Vebâ-yı bakarî salgını öncelikle Avrupa'da görülmüştür. Muhtelif zamanlarda seyreden bu hastalık pek çok büyükbaş hayvanın telef olmasına yol açtığı için Avrupa'da konuya ilişkin fikirler geliştirilerek hastalıkla mücadele etmenin çareleri düşünülmüştür. Nitekim bunun ilk adımı bir veteriner okulu açmakla atılmıştır. Osmanlı Devleti'nde sığır vebası vakası ise bilhassa 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'nın akabinde Balkanlar üzerinden yayılmasıyla görülmeye başlamıştır. Dolayısıyla XIX. yüzyıldan itibaren bu salgınla mücadele edebilmek adına devlet birtakım tedbirler almıştır. Ancak gerek maddi yetersizlikler gerekse salgınla mücadele edilebilme hususunda bir donanımın gerçekleştirilemeyişi, uzun vadede sığır vebası salgını ile uğraşılmasına sebep olmuştur. Nitekim büyükbaş hayvanları tesiri altına alan bu salgın Osmanlı ekonomisine ve hayvancılığına ağır darbeler vurmuştur. Çalışmada, 1890-1899 yılları arasında Edirne'de görülen sığır vebası salgınları ve Osmanlı Devleti'nin salgınlara karşı aldığı tedbirlerden bahsedilecektir. Bu bağlamda araştırma konusu Edirne vilayeti örneği üzerinden Osmanlı salgın hastalıklarına ışık tutacak mahiyettedir. İlgili arşiv vesikaları kaynaklık ederek Edirne Vilayet Salnamesi ve çeşitli araştırma-inceleme eserlerinden de istifade edilerek çalışma nihayetine erdirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Devleti, Edirne, XIX. yüzyıl, sığır vebası, salgın.

CATTLE PLAQUE: VEBÂ-YI BAKARÎ IN EDİRNE AND DISTRICTS OF EDİRNE BETWEEN 1890-1899

Abstract

Rinderpest (cattle plague) is an infectious disease that is rapidly manifested in cattle. The spread of this virus in a short time caused the death of many animals. The rinderpest epidemic was primarily seen in Europe. Since this disease which occurs from time to time, causes the death of many cattle therefore ideas have been developed and remedies have been considered to struggle the disease in Europe. As a matter of fact, the first step of this was taken by opening a veterinary school. The case of rinderpest in the Ottoman Empire started to be seen with the spread of the disease over the Balkans, especially after the Ottoman-Russian War of 1877-1878. Hence the government has taken a number of precautions to struggle this epidemic since the 19th century. However financial deficiencies and the lack of equipment in the field of health, have led to struggle against the rinderpest epidemic in the long term. As a matter of fact this epidemic affecting cattle had heavy blows to the Ottoman economy and animal husbandry. In the study, the cattle plague epidemics in Edirne between the years 1890-1899 and the precautions taken by the Ottoman Empire against the epidemics will be indicated. In this context, the subject of research is shed light on the Ottoman epidemic diseases through the example of Edirne province. The study will be completed by using of the Edirne Provincial Yearbook and various research works as a source from the relevant archive documents.

Keywords: Ottoman State, Edirne, XIX. century, Rinderpest (cattle plague), epidemic.

¹ Doktora Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı, rzyanal@gmail.com, orcid: 0000-0001-7172-2631.

² Doktora Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı, fulyafyz@gmail.com, orcid: 0000-0003-3794-1843.

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Şanal, R. ve Feyiz, F. (2021). 1890-1899 Yılları arasında edirne ve kazalarında sığır vebası: Vebâ-yı bakarî, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 189-200.

1. Giriş

Osmanlı İmparatorluğu'nun ekonomik temel dinamiklerinden biri olan hayvancılık kendi potansiyel gelişme imkânlarının oldukça gerisinde kalmıştır. Bunun en önemli nedeni hayvan hastalıklarıdır. Gerekli önlemlerin zamanında alınamamasından dolayı sıklıkla çıkan ve kısa sürede yayılan salgın hastalıklar neticesinde Osmanlı hayvancılığı ciddi darbeler yaşamıştır (Güran, 1998: 108).

Sığır vebası, büyükbaş hayvanlarda görülen bulaşıcı bir virüsdür. Virüslü hayvana temas eden her şeye bulaşabilen bu hastalık kısa zamanda etki alanını genişleterek büyük zararların yaşanmasına sebep olmuştur. Nitekim farklı bölgelerde ve coğrafyalarda görülen sığır vebası, XIX. yüzyılda Osmanlı Devleti'ne de sirayet etmiştir.

Osmanlı arşivlerinde *vebâ-yı bakarî* olarak geçen hastalık halk arasında da *malkıran*, *çor*, *sığır göleti*, *mal ağrısı* gibi isimlerle ifade edilmektedir (Ak, 2016: 216). Bu hastalık bilhassa 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı olarak bilinen 93 Harbi'nden sonra Balkanlar üzerinden Osmanlı Devleti'ne yayılmıştır. Yaşanan bu salgın hastalık sebebiyle birçok büyükbaş hayvan telef olmuş ve Osmanlı hayvancılığına ağır darbeler vurmuştur.

Hastalığın, Osmanlı hududuna giriş noktaları çeşitlidir. İran, Irak, Kafkasya, Suriye sınırlarından da bu salgının yayıldığını söylemek mümkündür. Söz konusu yerlerde sığır vebası her daim hüküm sürmüştür. Buralardan gelen hayvan sürüleri ve kaçak sığırlar ülkenin doğu vilayetlerine getirilmiş ve hastalık buradan da Anadolu'nun muhtelif yerlerine bulaşmıştır (Ekrem, 1930: 3-4). 1890-1899 yılları arasında Osmanlı topraklarının farklı kentlerinde sığır vebası ciddi kayıplara yol açmıştır. Örneğin, 7 Ocak 1890'da İzmir'de (BOA, DH.MKT.: 1687/101), 18 Ocak 1890'da Kastamonu'da (BOA, DH.MKT.: 1690/78), 22 Haziran 1890'da Taraklı nahiyesinde (BOA, DH.MKT.: 1734/92), 14 Ağustos 1890'da Keçirborlu nahiyesinde (BOA, DH.MKT.: 1750/121), 23 Eylül 1890'da Çankırı'da (BOA, DH.MKT.: 1763/114), 24 Eylül 1890'da Aydın vilayetinde (BOA, DH.MKT.: 1764/30), 10 Ekim 1890'da Kütahya'da (BOA, DH.MKT.: 1769/36), 27 Ekim 1890'da Bitlis vilayetinde (BOA, DH.MKT.: 1775/44), 30 Ekim 1890'da Trabzon sancağında (BOA, DH.MKT.: 1776/83), 19 Mayıs 1891'de Aydın vilayetinde (BOA, DH.MKT.: 1834/14), 30 Ağustos 1891'de Beykoz, Kartal, Gebze ve Şile kazalarında BOA, DH.MKT.: 1863/69), 4 Kasım 1891'de Hüdavendigâr vilayetinde (BOA, DH.MKT.: 1894/64), 20 Mayıs 1892'de İzmir ve civarında (BOA, DH.MKT.: 1951/55), 23 Mayıs 1892'de Adana vilayetinde (BOA, DH.MKT.: 1952/47), 29 Kasım 1892'de Kayseri sancağında (BOA, DH.MKT.: 2026/32), 21 Aralık 1892'de Konya vilayetinde (BOA, DH.MKT.: 2033/57), 23 Haziran 1893'te Diyarbakır'a bağlı Nusaybin ve Aydın'da (BOA, DH.MKT.: 19/18), 29 Ocak 1899'da Mamuretülaziz vilayetinde (BOA, DH.TMIK.M.: 65/39) görülmüştür.

Salgına tutulan hayvanlarda hastalığın ilk belirtisi iştahsızlıktır. Hayvanın cildi terli veya kuru, gözleri sabit ve gözyaşı ile dolu olur. Nefes alış-verişi sıcak ve hızlıdır. Burnundaki sıvının artmasıyla sıklıkla öksürdüğü görülmektedir. Dili kuruyan hayvanın ağzı da yapışkanlı bir hâle gelmektedir. Bünyesi zayıf düşen hayvanın ağzından ve burnundan akan köpüklü sular sebebiyle yiyeceklerini yutmakta zorlanır. Kulakları ve boynuzlarındaki sıcaklık değeri ise sürekli değişir. Vücudunda titremeler oluşur. Hastalığın ilk üç gününde ağır kokan ishal meydana gelir. Ağzındaki salya ve teri de kötü bir hâl alır. Vücut direnci iyice azalan hayvan yattığı yerden kalkamaz bir hale gelir. Hayvanların artan kanlı ishali neticesinde ise 3-7 gün arasında telef olurlar (Özlü, 2014: 103-104).

Osmanlı Devleti'nde XX. yüzyılın ortalarına kadar hayvanlar için ciddi tehdit unsuru olan sığır vebası: 1847, 1877, 1881, 1888, 1889, 1893, 1894, 1898, 1899, 1905, 1906 ve 1909 yıllarında

yoğun olarak yaşanmıştır (Turan, 2014: 979-980). Balkan, Birinci Dünya ve İstiklal Savaşı dönemlerinde büyük salgınlara sebep olan sığır vebası 1932 yılından sonra Türkiye’de görülmemiştir (Atılğan, 1964: 76). Nitekim Osmanlı topraklarının pek çok noktasında bu hastalıkla mücadele edildiği görülmektedir. Bunun bir örneğini ise XIX. yüzyılda Edirne vilayeti teşkil etmektedir.

Başkanlık Osmanlı Arşivi’ndeki vesikalar neticesinde, Edirne vilayetinin ilk sığır vebası vakası ile 1890 tarihinde karşılaştığı tespit edilmiştir (BOA, DH.MKT.: 1692/128). Vilayet merkezinin yanı sıra çeşitli sancak ve kazalarında da sığır vebası görülmüştür. Bu vakalar yaşanırken Osmanlı Devleti de birtakım tedbirler almıştır. Hastalığın tedavisi için vilayete baytar ve doktor ataması yapılmış, hayvanların kente giriş ve çıkışları bir süre yasaklanmıştır. Ayrıca sığır vebasının haricinde şab, revan ve tifüs gibi hayvan hastalıklarının da bu dönemde örneklerine rastlamak mümkündür. Edirne vilayetinde sığır vebası belirli aralıklarla kesintiye uğramış olsa da XIX. yüzyılın sonuna kadar bu hastalığın devam ettiğini söylemek olasıdır.

2. Osmanlı Devleti ve Vebâ-yı Bakarî

Dünyanın pek çok yerinde sığır vebası etkili olduğu gibi Osmanlı Devleti’nde de bu salgın XIX. yüzyıldan itibaren görülmeye başlamıştır. 1847 yılında sığır vebası ile ilgili vakalarla karşılaşılsa da ilk ciddi kayıplar 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşından sonra yaşanmıştır. Avrupa devletlerinin bu sırada bir araya gelerek yaptıkları sağlık konferanslarında aldıkları ilk karar Osmanlı Devleti’ne karşı gümrük noktalarını kapatmak olmuştur. Osmanlı Devleti, salgını kontrol altına alabilmek adına İzmit, Ankara, Konya ve Sivas vilayetlerine heyetler göndererek ahval ile ilgili raporlar hazırlamıştır (Ekrem, 1930: 23). Bu sebeple Osmanlı topraklarında sığır vebası başta olmak üzere görülen birçok hayvan hastalığı ile mücadele edebilmek için veterinerlerin yetiştirilmesine yönelik birtakım girişimler yapılmaya başlanmıştır (Şimşek, 2020/2021: 2070-2071).

Hayvan sağlığının korunması, hayvanlarda görülen hastalık ve sakatlıkların tedavisi, hayvanların üretim ve verimliliklerinin artırılması gibi temel konuları inceleyen bir tıp ilim dalı olan baytarlıkla ilgili tarihteki ilk mektep Claude Bourgelat’ın çabaları neticesinde 10 Ocak 1762’de sığırlarının yarısının telef olması sebebiyle (Erk ve Dinçer, 1970: 5-6) Fransa’nın Lyon şehrinde açılmıştır. Pek çok Avrupa ülkesinden gelen öğrenciler bu okulda eğitim görmüş; zamanla farklı ülkelerde de baytarlık okulları açılmıştır. Mısır’da da Kavalalı Mehmet Ali Paşa’nın emriyle 1831’de (Kahire’de) açılmıştır. Batı’da bu alanda yazılan eserler olduğu gibi Osmanlı dünyasında da Baytar Bursalı İbrahim Edhem Bey tarafından 1306’da kaleme alınan *İcmal-i Baytara* bu alandaki otoritesini ve yerini söz konusu eseriyle kanıtlamıştır. Eğitim hayatını Fransa’da tamamlayarak İstanbul’a dönen Bakteriyolojihane’de çalışan Binbaşı Adil Bey de hayvanlarda görülen bir salgın hastalık olan sığır vebasına karşı kullanılacak aşığı bulmuştur. II. Mahmud döneminde 1841’de ordunun ihtiyaçlarını karşılamak üzere iptidai şekilde başlayan baytarlık öğretiminin eğitimine ise Prusyalı Baytar Godlowski tayin edilmiştir. Ancak söz konusu eğitim okuma yazma bilmeyen er talebeler yüzünden istenilen başarıya ulaşamadığından yarım kalmıştır. Daha sonraki süreçte ise baytarlık eğitimi Sultan Abdülmecid tarafından 1849’da Harbiye Mektebi’nde özel bir sınıf olarak tekrar başlamıştır. 1889’da ise sivil baytarlık Yarbay Baytar Mehmed Ali’nin çabalarıyla kurularak Nafia Nezareti’ne bağlı *Umur-ı Baytariyye Müfettiş-i Umumiliği* oluşturulmuştur. 1914 yılına kadar Orman Maadin ve Ziraat Nezareti’nin bir şubesi olarak devam eden bu teşkilat genel müdürlük halini almıştır. Askeri ve sivil baytar okulları da 1920’de *Baytar Mekteb-i Alisi* adıyla tek çatı altında toplanmıştır. 1933’te *Yüksek Ziraat Enstitüsü*’nün kurulması ile söz konusu mektep bu enstitüye bağlı *Veteriner Fakültesi*’ne dönüştürülmüştür. 1948’de ise Ankara Üniversitesi’ne bağlanmıştır (Karbıyık, 1992: 278-282).

Devletin baytar okullarından yetiştirilen veterinerleri tarafından XIX. yüzyılın sonlarında hazırlanan bir risaleye göre sığır vebasının bertaraf edilme sürecinde birtakım kurallara riayet etmeleri istenmiştir. Bu kuralların muhteviyatı incelendiğinde: Gözetimde tutulan hayvanlar ve bunlarla temas etmiş kişilerin ayrı bir yerde tutulmadığı sürece herhangi bir yere çıkarılmaması, hayvan ticaretinin gerçekleştirildiği vasitalarda hayvanların muayene edilmemesi, sınırlardan kaçak olarak ülkeye sokulan hayvanların itlaf edilmesi, salgın zamanlarında hayvan pazarlarının ve panayırlarının yasaklanması, hayvanların toplu bir şekilde ahır vs. gibi yerlerde bulundurulmaması, hastalıktan kurtulan hayvanların 24 saat içinde kesilerek ithal edilmesine izin verilmesi, hastalıktan kurtulamayan hayvan etlerinden sucuk, kavurma ve pastırma gibi ürünlerin yapılmaması, salgından ölen hayvanların derin çukur kazılıp üzerlerine kireç dökülerek gömülmesi, bu işlemleri uygulayan görevlilerin giydikleri kıyafetlerin tütsülendikten sonra yakılması gibi hususlar belirtilmiştir. Bununla birlikte ahalinin de salgına karşı temkinli olmaları için çeşitli kaideleri yerine getirmeleri şart koşulmuştur: Sağlıklı olanlarla hastalığa tutulanların ayrı yerde muhafaza edilerek durumun derhal merkeze bildirilmesi, hayvan barınaklarının kireçle badana yapılması, sağlıklı hayvanlara arpa, yulaf ve tuzla karıştırılan saman ve otun verilmesi, hayvanların içeceği suların temiz tutulması, ölen hayvanları yerde sürüklemekten bulunduğu noktadan uzak bir yerde gömmeleri, ölen hayvan leşlerinin köpeklerle yedirilmemesi, kedi, köpek ve tavukların bu noktalarda gezmelerine izin verilmemesi belirtilen talimatların başlıcalarıdır (BOA, DH.MKT.: 200/33).

Sığır vebası ile 1887'de İstanbul'da karşılaşıldığında Zoeros Paşa ve arkadaşları telef olan hayvanların çukur kazılarak gömülmesinin yeterli olmayacağını, hasta hayvanların ve bulaşıcı eşyaların yakılması gerektiğini, ahırların ise yakılmak yerine yoğun *göztaşı eriyiği* ile yıkanarak temizlenmesi ve hastalık bulaşmamış hayvanların da olası bir duruma karşı denetim ve gözetim altında tutulmalarını ifade etmişlerdir. 1889'da İzmit'te yaşanan sığır vebası neticesinde hastalıkla ilgili ilk bakteriyolojik çalışma Zoeros Paşa'nın önderliğindeki bir komisyon tarafından gerçekleştirilmiştir. Söz konusu hastalığın yıkıcı etkisini önleyebilmek adına Zabıta-i Sıhhiye Hayvaniye Talimatnamesi hazırlanmıştır. Söz konusu talimatnamenin uygulandığı ilk Osmanlı toprağı ise 1893'te Hüdavendigâr vilayetinin merkez sancağı olan Bursa olmuştur. Baytar Mustafa Adil Bey ile Dr. Nicolle 1898'te kendilerine Bakteriyolojihane'de bir daire tesis edilmiş ve aşılama tecrübeleri için de 300 lira para ödenmiştir. Bunun yanı sıra alacakları aletler ve diğer masraflar için de devlet tarafından maddi olarak sürekli desteklendikleri de görülmektedir. 4 yıl süren çalışmaları neticesinde veba-yı bakari *etkeninin süzgeçlerden geçtiğini ve bir ultravirüs olduğunu, zatürre gibi mevcut filtreleri aşarak vücuda sızabilen bir taşıyıcıdan kaynaklandığını* tespit etmişlerdir. Buldukları serumun Aydın, Yozgat, Maden ve Sorgun gibi yerlerde yaşanan sığır vebası salgınına karşı kullanılması istenmiş; buralarda işe yaradığı takdirde de serumun ülke geneline yaygınlaştırılmasına karar verilmiştir. II. Abdülhamid bu öneriyi kabul etmiş, hastalığa yakalanan hayvanların mera ve kırlara çıkarılmasını böylelikle sağlıklı hayvanlardan ayrı tutulmalarını istemiş, telef olan hayvanların ise 3 metre derinliğinde kazılan çukurlara gömülerek üzerlerine kireç dökülmesini emretmiştir. Yukarıda zikredilen yerlerde uygulanan aşılar başarıya ulaştıncaya seri üretime geçilmeye karar verilmiştir. Serumdan önce hastalığa yakalanan 300 hayvanın 180'i telef olurken serumdan sonra bu sayı 1-2'ye düşmüştür.³ Ancak 1902'de Malatya'daki sığır vebasına karşı gönderilen 180 şişe ithal serum ve sığır vebası aşılarının gümrük vergisinden muaf tutulması için çıkarılan irade Dr. Nicolle'nin ayrılmasından sonra aşı üretiminde birtakım aksaklıkların yaşandığını göstermektedir. *Virüslü kan damıtık suda eritildikten sonra santrifüj edilirse etkenin lökositlerden ibaret olan çöküntüde bol miktarda bulunduğunu gösteren buluşlarıyla* dünya

³ Dr. Besim Ömer Akalın'a göre hastalığa yakalanan sığırlar aşılanmıştır. Serum uygulanmayan hayvanların %60'ı ise telef olmakta iken aşılanan hayvanlardan binde biri veya ikisi telef olmuştur. Bu da aşının ve serumun ne derece başarılı olduğunu kanıtlar niteliktedir. Besim Ömer Akalın, *Nevsal-i Afiyet Salname-i Tıbbiye*, 1. Kitap, İlim Matbaası, İstanbul, 1315, s. 107.

literatürüne isimlerini yazdırmışlardır. Böylelikle sığır vebası etkeni de süzgeçten geçtiği kanıtlanan şaptan sonraki ikinci hayvan hastalığı olmuştur (Yıldırım, 2014: 406-410).

Dr. Nicolle'nin çalışmaları sonucu elde edilen serum, aşılama sırasında gösterdiği etkileri fark edilince Paris Pasteur Enstitüsü serumu incelemiş ve onaylamıştır. Bu başarı İngiltere'nin Osmanlı Devleti'nden serum alıp Hindistan ve Mısır'a göndermesiyle taçlanmıştır. Rusya ise aşılama yöntemini ve serumu Osmanlı Devleti'nden öğrenerek geliştirmiştir. Böylelikle 1908 yılında sığır vebasını önemli ölçüde kontrol altına almışlardır (Ak, 2016: 232). Ancak Dr. Nicolle'nin büyük gayretleri olsa da Osmanlı Devleti'nin siyasi ve ekonomik durumundaki gidişat salgınla mücadele edebilmeyi belirli bir ölçüde kısıtlı hâle getirmiştir. Bilhassa Nicolle'nin görevi bırakmasından sonra araştırmalarda bazı aksaklıkların yaşandığını söylemek mümkündür (Şimşek, 2020-2021: 2075). Tüm bu olumsuz ahvale karşın sığır vebası ile mücadeleye yine de devam edilmiştir.

XIX. yüzyılda diğer bilimlerde olduğu gibi bakteriyoloji bilimindeki ilerleme de salgın hastalıkların bilinmezliğini aydınlatmaya vesile olmuştur (Erk, 1966: 169). Bu yüzyıldaki aşı üretimleri ve salgınlara karşı uygulanan tedavi yöntemleri ile hastalıklar eskiye oranla daha kolay teşhis edilmeye ve kontrol altına alınmaya başlanmış; bu sayede salgın hastalıkların yıkıcı etkisi biraz da olsa kırılmıştır.

3. Edirne Vilayetinde Vebâ-yı Bakarî

Muhtelif kaynaklarda Orestia, Odrisya, Edranos ve nihayet Osmanlı döneminde Edrene ve Edirne gibi isimlerle bilinen şehir, Meriç Nehri'nin Tunca Nehri'ne kavuştuğu noktada kurulmuştur. Edirne'nin sınırları Meriç Nehri'ni takip eden yollarla Bulgaristan'a kadar ulaşmıştır (Gökbilgin, 1994: 425). Osmanlı Devleti'ne Bursa'dan sonra başkentlik yapmış olan Edirne şehri bulunduğu coğrafi konum itibari ile siyasi, sosyal, ekonomik ve askerî gibi pek çok alanda önem arz etmektedir.

XVIII. yüzyılın birbirini takip ettiği yıllarda Edirne yangın ve salgın hastalıklar gibi felaketlerle karşılaşmıştır. Bahsedilen yüzyılın akabinde yaşanan tarihî olaylarda felaketler Edirne'nin peşini bırakmamıştır. XIX. yüzyılda Edirne vilayeti, Osmanlı Devleti'nin topraklarını korumakla zorlandığı bir dönemle karşılaşmış ve fazlasıyla etkilendiği yerlerden biri olmuştur (Özey, 2002: 5). Edirne, 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'nda iki defa Rusların istilasına, XX. yüzyılda Balkan Savaşlarının sonucunda ise Bulgarların ve I. Dünya Savaşı'nda da Yunanlıların eline geçerek büyük yıkımlarla karşı karşıya gelmiştir (Şahin, 2006: 3). Yaşanan savaşlar⁴ ve devamında gerçekleşen bunalımlar Edirne şehrinin salgın hastalıklardan büyük oranda etkilenmesine sebebiyet vermiştir. 1890'da Edirne'de kızıl ve kızamık hastalıkları (BOA, DH.MKT.: 1745/93), 1892'de Cısr-i Ergene kazasında difteri ve kuşpalazı (BOA, DH.MKT.: 1980/112, 1980/115), 1892'de Çöke nahiyesinin Çömlek Akpınar köyünde sıtma (BOA, DH.MKT.: 2017/14), 1892'de Edirne'nin Rupçoz kazasında koyunlarda çiçek hastalığı (BOA, DH.MKT.: 2030/18), 1894'te ise Edirne vilayetinde kolera salgını görülmüştür (BOA, Y.MTV.: 95/54). Vebâ-yı bakarî hastalığı ise büyükbaş hayvanlarda görülen en şiddetli salgınlardan biridir.

XIX. yüzyılda Edirne'de ilk sığır vebası vakası 13 Nisan 1890'da yaşanmıştır. Nisan ayında başlayan salgın Eylül'e gelindiğinde ise kesintiye uğramıştır.⁵ Salgın sebebiyle Osmanlı Devleti

⁴Örneğin, askerler arasında çiçek hastalığı görülmüştür. BOA, Y.MTV., 119/50.

⁵ Beş ay süren sığır vebasının kesintiye uğramasının akabinde vilayette muhtelif hayvan hastalıkları da görülmüştür. Bu hastalıklar şab, revan ve tifüstür. Söz konusu hastalıklara karşı birtakım tedavi yöntemleri uygulanmış ancak arşiv kaynaklarında yöntemin muhtevasına dair açıklayıcı bir bulguya rastlanılamamıştır. BOA, DH.MKT., 1157/133; Edirne'nin Dimetoka kazasında da bu

sınırlarından Bulgaristan ve Şarki Rumeli'ye yapılan canlı hayvan ve ürünlerinin ticareti yasaklanmıştır (BOA, DH.MKT.: 1692/128). Bu yasaklama kapsamına dâhil olan ürünler ise küçük ve büyük boynuzlu hayvan etleri, boynuzlu hayvanların taze veya kurutulmuş etleridir (BOA, DH.MKT.: 279/32). Böylelikle hastalığın bahsedilen yerlere sirayet etmesi engellenmeye çalışılmıştır. Salgın süresince bahsedilen bölgelerdeki hayvanlar sağlık kontrollerinden geçirilmiş, cins ve miktarları tespit edilmiş ve jurnallere kaydedilmiştir (BOA, DH.MKT.: 123/7). 1894 yılında hastalığın kesintiye uğraması sebebiyle Bulgaristan, söz konusu yasağın kaldırılmasını talep etmiş ve böylece hayvan ticareti devam etmiştir (BOA, DH.MKT.: 311/59). Adana vilayetine bağlı Kozan sancağında da buna benzer bir yasaklama göze çarpmaktadır. Nitekim hayvan ve hayvan ürünlerinin Romanya'ya ithali baytar komisyonluğunca hazırlanan rapor doğrultusunda bu durumun çözüme kavuşturulmasına değin geçen süre zarfında sınırlara hayvan gönderilmeyeceği uygun görülmüştür (BOA, DH.MKT.: 2011/24). Yine coğrafi konum itibari ile Edirne'ye yakın olan Çatalca sancağının birkaç köyünde görülen sığır vebasının yayılmasını önleyebilmek ve hayvan ölümlerinin önüne geçebilmek amacıyla durum Edirne vilayetine bildirilerek hayvan giriş çıkışına yasak konulmuştur (BOA, DH.MKT.: 1726/96).

Ekonomik temeli tarım ve hayvancılığa dayanan Osmanlı Devleti salgın görülen yerleri kontrol edebilmek amacıyla birtakım sıhhi ve idari tedbirler almıştır. Bunların başında salgın noktalarına yaptığı baytar atamaları gelmektedir. Baytar ve müfettiş atamalarında devlet çok titiz davranmış ve görevini ifa etmeyen kişilerin azledildiği gibi başarılı olanların da uzun süre bu vazifede tutulduğu göze çarpmaktadır.⁶

Edirne'de yaşanan sıhhi boşluk sığır vebasına karşı tedbirlerin alınmasını sekteye uğratmıştır. Bu sebeple Osmanlı Devleti, Kolağası İsmail Şükrü Efendi'yi (Edirne Vilayet Salnamesi, 1311: 59, Edirne Vilayet Salnamesi, 1312: 60) baytar müfettişliğine atayarak var olan sorunu gidermiştir.⁷ Baytar İsmail bilhassa Edirne'nin Ortaköy kazasına⁸ bağlı köylerde meydana gelen sığır vebası üzerinde birtakım incelemelerde bulunmuştur. Hazırladığı raporda 10 koşu hayvanının hastalığa tutulduğunu, bunların kordon altına alınarak sağlam olan hayvanlardan ayrı bir yerde tutulmasını belirterek salgının yayılmasını önlemeye çalışmıştır (BOA, DH.MKT.: 95/48). İsmail Şükrü Efendi'nin görev süresini tamamlamasıyla baytar müfettişliği 1896 yılında Süleyman Efendi'ye devredilmiştir (Edirne Vilayet Salnamesi, 1312: 254). 1897 yılında ise merkez ve sınırlarda görev yapmak üzere üçüncü sınıf baytarlarından Abdülbaki Efendi aylık 1500 kuruş maaşla Edirne Vilayeti Baytar Müfettişliğine atanmıştır (BOA, ŞD.: 524/11, İ.O.M.: 4/27, BEO: 994/74518, Edirne Vilayet Salnamesi, 1315: 60).

3.1. Gümülcine Sancağında Vebâ-yı Bakarî

Gümülcine sancağına bağlı Rupçoz ve Eğridere kazalarında 1898 yılında sığır vebası salgını görülmeye başlanmıştır. Salgın sebebiyle adı geçen kazalardan hayvan ithaline yasak getirilmiştir.

tarihlerde manda hayvanlarında çeşitli hastalıklar sirayet etmiştir. Hastalığın teşhisi ve ölen hayvan sayısı ile ilgili herhangi bir tespit bulunmamaktadır. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H. 1310, s. 350.

⁶ BOA, DH.MKT., 2044/34; Devletin bu konudaki hassasiyetini vilayete sıhhiye müfettişi ataması ile de görmek mümkündür. Nitekim 1890 yılında Edirne'ye atanan sıhhiye müfettişi Nuri Beydir. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H. 1307, s. 45. Nuri Bey üç yıl görev yaptıktan sonra bu makamda Şerafettin Efendi görülmektedir. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H. 1310, s. 86; Sıhhiye müfettişi olarak bu dönemde Arastidi Efendi'nin göre yapması buna bir örnektir. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H.1311, *Edirne Vilayet Salnamesi*, s. 59; *Edirne Vilayet Salnamesi*, H. 1312, s. 60; *Edirne Vilayet Salnamesi*, H.1315, s. 60.

⁷ BOA, DH.MKT., 22/19, 27; söz konusu müfettiş tarafından vilayetin Üsküdar Nahiyesindeki Değirmenbeyi ve Çöke nahiyesine bağlı Sofular köyünde kara sığır vebası tespit edilmiştir. BOA, DH.MKT., 63/19.

⁸ 1890-1899 yılları arasında vilayet dâhilinde görülen sığır vebası vakalarına 1893'te Ortaköy kazasında rastlanılmamıştır. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H. 1310, s. 386.

Bu yasağa ilave olarak hastalığın görüldüğü yerlerdeki arazi sahiplerine de zirai anlamda birtakım kısıtlamalar koyulmuştur. Herhangi bir suiistimalin gerçekleşmesini önlemek adına tedbirler alan Osmanlı Devleti, gümrük noktalarına da baytar ataması yaparak denetimi sağlamaya çalışmıştır (BOA, DH.MKT.: 2100/32). Görevlendirilen baytarlar gümrüğe gelen karasığır ve manda gibi yük hayvanlarının herhangi bir hastalığa kapılıp kapılmadıklarını tespit etmiş ve sağlıklı olmaları koşuluyla gümrükten geçirilmesine izin vermiştir (BOA, HR.SFR.04.: 359/13).

Osmanlı Devleti ile hayvan ticareti yapan Bulgaristan Hükümeti Rupçoz kazası ve Tamraş nahiyesinde 1898 yılından önce de hayvan hastalığı görüldüğüne dair birtakım söylemler ortaya atmıştır. Bu doğrultuda halkın temel ihtiyaçlarını karşıladığı Filibe Caddesi kapatılmıştır. Ancak Bulgaristan Hükümetinin söylemlerinin asılsız çıkması neticesinde Filibe Caddesi yeniden açılarak halkın mağduriyeti giderilmiştir (BOA, HR.SFR.04.: 519/67). Benzer bir durum Sultanyeri kazasında da yaşanmıştır. Buradaki ahali ziraat yapmak için Şarki Rumeli arazisine gitmiş fakat Bulgaristan gümrük memurları tarafından Sultanyeri kazasında hastalık olduğu gerekçe gösterilerek ahalinin ziraat yapması engellenmiştir. Nitekim bu söylenti açığa kavuşturularak ahalinin hayvanlarıyla beraber ziraat yapma engeli ortadan kaldırılmıştır (BOA, DH.MKT.: 2184/138). Sancakta görev yapan baytarlar gibi belediye tabipleri de salgın süresince aktif rol üstlenmişlerdir. Bu bağlamda sığır vebasının bertaraf edildiğini ve bölgelerine konan hayvan ithali yasağının kaldırılması gerektiğini merkeze bildirmişlerdir (BOA, DH.MKT.: 525/72).

Gümülcine sancağında yaşanan sığır vebası vakaları incelendiğinde hastalığa tutulan hayvanların nevi ve sayısı ile ilgili herhangi bir veriyle karşılaşılmamıştır. Ancak aynı tarihlerde sancakta yaşanan şab hastalığından telef olan hayvan sayısının %20 oranında olduğu tespit edilmiştir.⁹

3.2. Dedeğaç Sancağında Vebâ-yı Bakarî

Dedeğaç sancağında 1891-1893 yılları arasında sığır vebası salgınıyla mücadele edilmiştir. Bu sancakta da büyükbaş ve küçükbaş hayvanların Bulgaristan'dan ithaline dair kısıtlamalara rastlamak mümkündür (BOA, DH.MKT.: 1855/76). Sığır vebasının haricinde bilhassa koyun ve keçi gibi küçükbaş hayvanlarda da çeşitli salgın hastalıkların baş gösterdiği görülmektedir (BOA, DH.MKT.: 95/48). Sancağa ilişkin arşiv vesikaları incelendiğinde baş gösteren salgının seyrine ve baytar atamalarına dair herhangi bir kayıt bulunamamıştır.

3.3. Kırkkilise Sancağında Vebâ-yı Bakarî

Edirne'nin Kırkkilise sancağının hudut bölgesi olması sebebiyle Bulgaristan ve Rumeli Şarki'den getirilecek hayvanların sağlık muayenelerini yapmak için baytar tayini yapılmasına karar verilmiştir (BOA, DH.MKT.: 1781/46). Ancak gerek sancak hududunda gerekse sancağın diğer noktalarında yaşanan hayvan hastalıklarını muayene etmek adına görevlendirilmesine karar verilen baytarın tek başına yeterli olmayacağı anlaşılmış bunun üzerine ikinci ordudan bir baytar tayini daha yapılması kararlaştırılmıştır (BOA, DH.MKT.: 257/50).

1898 yılında Kırkkilise'nin Çakılı köyünde at ve merkep gibi tırnaklı hayvanlarda sığır vebasının görülmesi, Bulgaristan'a hayvan ithalinin yapılamamasına sebep olmuştur. Hayvan ithalinin yanı sıra hayvan ürünleri de bu yasağa dâhil edilmiştir (BOA, DH.MKT.: 2129/13). Ayrıca sınır dâhilindeki arazilerde ziraatla uğraşan şahıslara da hayvanlarını bir günden fazla arazide bulundurmamaları şartı getirilmiştir (BOA, HR.SFR.04.: 525/15). 8 Nisan 1899 tarihine

⁹ BOA, DH.MKT., 1826/22; Örneklere görüldüğü üzere sığır vebasının yanı sıra Gümülcine sancağında teşhisi koyulmamış olsa da diğer hayvan hastalıklarına ilişkin vakalara rastlamak mümkündür. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H. 1310, s. 438.

gelindiğinde salgının sancakta tamamen bittiği ve bu sebeple hayvan ithaline konulan yasağın kaldırıldığı görülmektedir (BOA, DH.MKT.: 2186/142).

3.4. Tekfurdağı Sancağında Vebâ-yı Bakarî

Tekfurdağı sancağına bağlı Çorlu kazasında 22 Mart 1899'da sığır vebası görülmüştür. Hastalıkla mücadele kapsamında daha önce örneklerde görülmeyen bir tedavi yöntemi olan serum uygulaması Çorlu'da yapılmıştır. Bu iş için İsmail, Kırkor ve Refik Efendiler görevlendirilmiştir. Ayrıca Doktor Mösyö Nikol de hastalığın keşfi ve tedavisi için Çorlu kazasına gönderilmiştir. Sığır vebasına yakalanan ve aşılınmayan hayvanlardaki ölüm sayısı 3000'e yakın hayvanda 8-10 civarında iken serum uygulandıktan sonra herhangi bir ölümle karşılaşılmamıştır. Kazadaki salgının kontrol altına alınmasından dolayı kazanın ihtiyar heyeti görevli doktora teşekkürlerini sunmuştur (BOA, DH.MKT.: 2183/120). Sancak bazında değerlendirildiğinde ise toplam hayvan ölümü 150'yi bulmuştur. Baytar müfettişi ile Bakteriyolojihane-i Şahane Müdür Muavini Baytar Kolağası Refik Bey ile bölgeye gönderilen mülkiye baytarlarından İbrahim Efendi ve adı geçen cerrahlar baytar heyetini oluşturmaktadır (BOA, Y.MTV.: 188/40).

3 Nisan 1899'da Tekfurdağı sancağında sığır vebası vakaları sebebiyle atanan doktor ve baytarların yanı sıra ek tedbirler getirilmiştir. Bu tedbirlerin başında kordonlar gelmektedir. Oluşturan kordonlar ve serum uygulamaları neticesinde sancakta hayvan hastalığı tamamen defedilmiştir (BOA, DH.MKT.: 2184/138). Kordonlar sayesinde hastalığın başka mahallere sirayeti böylelikle engellenmiştir (BOA, DH.MKT.: 2192/132). Kordonlar kaldırılarak sancaktaki arazi sahiplerinin hayvanlarıyla ziraat yapmalarına imkân tanınmıştır (BOA, DH.MKT.: 2184/138).

Sancakta sığır vebası salgını dışında hayvanlarda farklı hastalıkların da yaşandığı görülmektedir. Örneğin, Hayrabolu kazasındaki sığırlarda şab (BOA, DH.MKT.: 266/36), Arzolu, Çatma, Sırt ve Hacet gibi çiftliklerde de çeşitli hayvan hastalıkları görülmüş (BOA, DH.MKT.: 11/54) bu sebeple bölgeye geçici bir baytar görevlendirilmesine karar verilmiştir (BOA, DH.MKT.: 257/50). Ancak hastalıkların detayına ilişkin herhangi bir açıklama yapılmamıştır.

3.5. Kırcaali Kazasında Vebâ-yı Bakarî

Edirne'nin Kırcaali kazasında Baytar Yüzbaşı İzzet Efendi tarafından sığır vebası tetkik edilmiştir (BOA, DH.MKT.: 2016/102). Ancak 1892 tarihinden 1899'a kadar salgına ilişkin herhangi bir kayıtle karşılaşılmamıştır. Vilayete ait salnamede de hastalıkla ilgili örneklere rastlanılmamıştır (Edirne Vilayet Salnamesi, 1310: 327). Bu sebeple salgının bahsedilen tarihlerde kesintiye uğradığı düşünülmektedir.

Kırcaali ve civar kaza ahali temel ihtiyaçlarını karşılamak için belirli aralıklarla Bulgaristan ve Şarki Rumeli'ye gitmeyi tercih etmiştir. Ancak bahsedilen bölgelere binek hayvanlarıyla gidebilmeleri için ahaliye bazı kuralları yerine getirmeleri şart koşulmuştur. Bu duruma örnek olarak kendilerinden binek hayvanlarının herhangi bir salgın hastalığa tutulup tutulmadığını gösteren raporu baytar memurluğundan alıp teslim etmeleri verilebilir. (BOA, DH.MKT.: 2167/95). Bahsi geçen baytar raporunun içeriğine dair herhangi bir arşiv kaydı ile karşılaşılmamıştır.

Edirne'nin diğer sancak ve kazalarında olduğu gibi Kırcaali kazası ile Bulgaristan Hükümeti arasında da hayvan ithalatı ve ihracatı yapılmıştır. Söz konusu ticaret hastalığın seyrine paralel olarak zaman zaman kesintiye uğramıştır. Ancak 1899 yılında sığır vebasına ilişkin bir vakanın olmayışı ticaretin canlanmasına olanak tanımıştır (BOA, HR.İD.: 2076/18). Ticaret sırasında Aydoğmuş gümrüğüne baytar tayini yapılarak olası bir hastalıktan söz konusu yerlerin muhafaza edilmesine özen gösterilmiş; baytarların görev süreleri haftada iki gün dört saat olarak belirlenmiştir

(BOA, DH.MKT.: 2229/135, DH.MKT.: 2235/36). Gümrük noktasında görevlendirilen baytarın ismi ise kayıtlarda açıkça ifade edilmemiştir.

Kırcaali kazasında incelenen dönem içerisinde sığır vebası dışında başka bir hayvan hastalığı tespit edilememiş olup salgının kontrol altına alınmasıyla da kazanın ticari hayatı olumlu bir seyirde ilerlemiştir.

3.6. Cısr-i Mustafapaşa Kazasında Vebâ-yı Bakarı

Cısr-i Mustafapaşa'nın coğrafi konum itibari ile gümrük hududunda bulunması buradaki sıhhi tedbirlerin artmasına zemin hazırlamıştır. Buna ilave olarak Bulgaristan, Sırbistan ve Karadağ hükümetlerine sığır vebası konusunda dikkatli olmaları ve tedbirli davranmaları hususunda zaman zaman birtakım uyarılarda bulunulmuştur (BOA, A.} MTZ. (04).: 62/59).

Osmanlı Devleti, gümrük noktasına baytar ataması yaparak hem Rumeli Şarki'de olan hayvan hastalığının Edirne'ye yayılmasını engellemek istemiş hem de buradan gidecek hayvanları birtakım sağlık kontrollerine tabi tutmuştur. Bu iş için baytar Binbaşı Ziya Efendi¹⁰ görevlendirilmiştir. Baytarın yapmış olduğu muayeneler neticesinde Cısr-i Mustafapaşa'dan civar yerlere gönderilecek olan hayvanlarda herhangi bir hastalığa rastlanılmamıştır. Bu sebeple hayvanların hudut gümrüklerinden geçirilmesi uygun görülmüş ve geçiş sırasında hayvan sahiplerinden gümrük vergisi alınmıştır (BOA, DH.MKT.: 1692/136, DH.MKT.: 1697/95, DH.MKT.: 1705/107, DH.MKT.: 1697/83). Hayvanların geçeceği 12 gümrük noktası için bir baytarın görev yapmasının mümkün olamayacağından Tıbbiye Nezareti'nden baytar talebinde bulunmuş ancak sancağın bu isteği hükümet tarafından olumlu karşılanmamıştır. Ziya Efendi bu durum karşısında görevinin iadesini istemiş ve talebi kabul edilmiştir (BOA, DH.MKT.:1731/9). Tıbbiye Nezaretinin talebi geri çevirmesindeki sebebi bu alanda kalifiyeli eleman bulamayışının açık bir işaretidir.

13 Kasım 1890 tarihinde Binbaşı Ziya Efendi'nin yerine Binbaşı Nuri Efendi'nin baytar olarak sancağa görevlendirildiği görülmektedir. Nuri Efendi 27 Nisan 1893 tarihine kadar görevini devam ettirmiştir (BOA, DH.MKT.: 1781/46, DH.MKT.: 22/19). Bahsedilen süre zarfında Cısr-i Mustafapaşa'da sığır vebasına ilişkin herhangi bir vakaya rastlanılmamıştır. Bu durum baytarın sancaktaki görevi süresince başarılı bir politika izlediğini düşündürmektedir.

3 Haziran 1893'te Cısr-i Mustafapaşa Sancağı, Bulgaristan ve Rumeli Şarki ile hayvan ithali gerçekleştirmiştir. Bu ticaret sırasında hayvanlar trenle sancak istasyonuna getirilmiş ancak hayvanların sağlık kontrolüne tabi tutulmadan girişlerine müsaade edilmemiştir (BOA, DH.MKT.: 56/12).¹¹

Cısr-i Mustafapaşa sancağında sığır vebasının görülmemesi, görev yapan baytarlarla ilişkilendirilebilir. Coğrafi açıdan her türlü salgına açık bir konumda bulunmuş olsa da bu dönemde herhangi bir hayvan hastalığıyla karşılaşılmamıştır.

3.7. Cısr-i Ergene Kazasında Vebâ-yı Bakarı

Edirne'nin çeşitli sancak ve kazalarında yaşanan sığır vebası özellikle hayvan ticaretinin sekteye uğramasına yol açtığı gibi Cısr-i i Ergene kazası da aynı durumdan muzdarip olmuştur. Kazadan Romanya'ya yapılan canlı hayvan ve hayvan mahsulleri salgın süresince yasaklamaya tabi tutulmuştur (BOA, DH.MKT.: 2022/90, DH.MKT.: 2040/126).

¹⁰ Baytarın görev süresince Cısr-i Mustafapaşa belediyesinden aylık 300 kuruş alması uygun görülmüştür. BOA, DH.MKT., 1731/9.

¹¹ Bu tarihte salnamede de salgına ilişkin kayıt bulunmamaktadır. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H. 1310, s. 310.

Edirne'nin Cısr-i Ergene kazasının Karaburçak, Hamitli, Kömbeci ve Kiremitçi Salih gibi pek çok köyünde sığır vebası vakaları görülmüştür. Arşiv kaynakları incelendiğinde hastalığın yoğun olarak Karaburçak köyünde yaşandığı tespit edilmiştir. Bu sebeple Baytar Yüzbaşı Ali Efendi bölgeye görevlendirilmiştir (BOA, DH.MKT.: 1979/90). Devlet baytarın yanı sıra köye Edirne Baytar Müfettişini de göndermiştir (BOA, DH.MKT.: 2039/101). Yapılan tetkikler sonucunda köyde özellikle mandalar üzerinde vebâ-yı bakarî hastalığının meydana geldiği görülmüştür. Ancak mandalarda görülen diğer hayvan hastalıklarına ilişkin herhangi bir teşhis konulamamıştır.¹² 29 Temmuz 1890'da başlayan salgın, alınan sıhhi önlemler sonucunda 9 Ağustos 1892'de etkisini göstermeye başlamıştır (BOA, DH.MKT.: 984/57). 16 Ekim 1892'de ise tam anlamıyla ortadan kalkmıştır (BOA, DH.MKT.: 2011/15).

Vebâ-yı bakarînin görüldüğü bir diğer köy ise Hamitli'dir. Yaşanan hastalık sebebiyle köye gönderilen Kolağası Bani Efendi, hayvanlar üzerinde birtakım muayeneler yapmış ve buna dair bir rapor yazmıştır. Raporda hastalığa tutulmamış olan hayvanları ve hastalıkların insanlara bulaşabilme tehlikesini ortadan kaldırmak adına hayvan leşlerinin üzerine kireç dökülerek imha edildiklerini ifade etmiştir. 1890 yılında Hamitli köyünde yaşanan bu salgın hastalık çok fazla telefe sebebiyet vermeden sonlandırılmıştır (BOA, DH.MKT.: 1752/133).

Cısr-i Ergene kazasının Kömbeci ve Kiremitçi Salih köylerinde de benzer hadiselerle karşılaşmıştır. Ancak hastalığın köylerdeki etkisi uzun süreli olmamıştır. 29 Temmuz 1892'de başlayan salgın 9 Ekim 1892'de sonra ermiştir (BOA, DH.MKT.: 1979/89, DH.MKT.: 2008/102). Bu süreçte köylere baytar atamaları gerçekleştirilmesi salgının hafif seyirde atlatıldığına ilişkin bir çıkarım yapılmasını mümkün kılmaktadır.

4. Tartışma ve Sonuç

Dünya devletlerinin yaşadığı siyasi ve ekonomik buhranlar, yapılan savaşlar neticesinde kaybedilen toprak kayıplarının yanı sıra yaşanan salgın hastalıkların da dünya tarihinde kapanmaz birtakım yaralar açtığını söylemek mümkündür. Coğrafi konum itibari ile topraklarında sık sık salgın hastalıklar görülmesi Osmanlı Devleti'ni bazı önlemler almak durumunda bırakmıştır. XIX. yüzyılda gerek insanlar gerekse hayvanlarda yaşanan salgın hastalıklara karşı devlet teknolojik anlamda Batı'dan bazı yenilikleri ülkesine transfer etmiştir.

XIX. yüzyıldaki hayvan hastalıklarının başında sığır vebası gelmektedir. Ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayanan Osmanlı Devleti söz konusu salgınlardan ağır hasar görmüştür. Edirne de sığır vebasının yaşandığı bir Osmanlı toprağıdır. Bu hastalığa ek olarak vilayette şab, tifüs ve revan gibi muhtelif hayvan hastalıkları da görülmüştür. Vilayetin coğrafi konumu bu durumun başlıca sebebinin teşkil etmektedir. Bunun yanı sıra bazı ülkelerle yapmış olduğu ticari faaliyetler de salgının seyrini büyük oranda etkilemiştir.

Devletin salgınları kontrol edebilmek adına vilayete baytar atamaları yaptığı, serum denemelerine giriştiği ve kordon hatları oluşturduğu görülmektedir. Alınan bu tedbirlerin yukarıda incelenen sancak ve kazalarda da görüldüğü üzere başarıya ulaştığını söylemek mümkündür. Özellikle hayvanlar üzerinde uygulanan serum sayesinde ölüm oranları yok denecek kadar azalmıştır. Ancak söz konusu serum vilayetin tüm sancak ve kazalarında uygulanmamıştır. Bu durum serumu üreten doktorun görevden ayrılmasıyla işleyişin sekteye uğradığı fikrini düşündürmektedir.

¹² BOA, DH.MKT., 2026/116; Bu tarihlerde yaşanan hayvan hastalıklarının teşhisinde görevlendirilen sağlık ekibinin tespitine göre hastalığa yakalanan hayvanlara, göl sularının içirilmesiyle bulaştığı salnamelerde görülmektedir. *Edirne Vilayet Salnamesi*, H.1310, s. 368.

Bu süreçte Edirne vilayetinden Bulgaristan Hükümeti'ne yapılan canlı hayvan ve hayvan ürünleri ithalatı bazı kısıtlamalara maruz kalmıştır. Bunun yanında Bulgaristan topraklarına yakın yerlerde arazisi olan ahali de bu olumsuzluklarla karşı karşıya kalmıştır. Bulgarların ortaya attıkları pek çok asılsız iddia neticesinde halkın zirai hayatı kesintiye uğramıştır. 1890-1899 yılları arasında Edirne'de yaşanan sığır vebası vakaları Osmanlı ithalat ve ihracatını olumsuz etkilemiş olsa da devletin bu salgına karşı aldığı tedbirler ve sağlık politikaları zamanla ticari hayatın yeniden canlılık kazanmasına olanak tanımıştır. Ayrıca Edirne halkının sağlığı ve ekonomik çıkarları da gözetilerek bu süreç en asgari düzeyde atlatılmaya çalışılmıştır. Sarf edilen çabalar, alınan tüm önlemler ve uyulması istenen kaideler devletin sosyal politika anlayışının somut emareleridir.

Kaynaklar

A. Başkanlık Osmanlı Arşivi (BOA)

BOA., *Bab-ı Ali Evrak Odası (BEO.)* 994/74518.

BOA., *Dahiliye, Mektubi Kalemi (DH.MKT.)* 11/54, 19/18, 22/19, 56/12, 63/19, 95/48, 123/7, 200/3, 257/50, 266/36, 279/32, 311/59, 525/72, 984/57, 1157/133, 1687/101, 1690/78, 1692/128, 1692/136, 1697/83, 1697/95, 1705/107, 1726/96, 1731/9, 1734/92, 1745/93, 1750/121, 1752/133, 1763/114, 1764/30, 1769/36, 1775/44, 1776/83, 1781/46, 1826/22, 1834/14, 1855/76, 1863/69, 1894/64, 1951/55, 1952/47, 1979/89, 1979/90, 1980/112, 1980/115, 2011/15, 2011/24, 2016/102, 2017/14, 2022/90, 2026/32, 2026/116, 2030/18, 2033/57, 2039/101, 2044/34, 2100/32, 2114/66, 2129/13, 2167/95, 2183/120, 2184/138, 2186/142, 2192/132, 2229/135, 2235/36.

BOA., *Dahiliye Muamelat (DH.TMIK.M.)* 65/39.

BOA., *Hariciye İdare (HR.İD.)* 2076/18.

BOA., *Hariciye Nezareti Sofya Sefareti (HR.SFR.04.)* 359/13, 519/67, 524/15.

BOA., *İrade Orman ve Maadin (İ.OM.)* 4/27.

BOA., *Sadaret Bulgaristan (A.) MTZ. (04)* 62/59.

BOA., *Şura-yı Devlet (ŞD.)* 524/11.

BOA., *Yıldız Mütenevvi Maruzat (Y.MTV.)* 95/54, 119/50, 188/40.

B. Vilayet Salnameleri

Edirne Vilayet Salnamesi, H. 1307/ M. 1890.

Edirne Vilayet Salnamesi, H. 1310/ M. 1893.

Edirne Vilayet Salnamesi, H. 1311/ M. 1894.

Edirne Vilayet Salnamesi, H. 1312/ M. 1895.

Edirne Vilayet Salnamesi, H. 1315/M. 1898.

C. Kitaplar

Akalın, B. Ö., (1315), *Nevsal-i Afiyet Salname-i Tıbbiye*, 1. Kitap, İstanbul: İlim Matbaası.

- Ekrem, İ., (1930), *Çor veya Sığır Vebası*, İstanbul: Resimli Ay Matbaası.
- Erk, N., (1966), *Veteriner Tarihi*, (2. Baskı), Ankara: Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Yayınları.
- Erk, N., ve Dinçer, F., (1970). “Türkiye’de Veteriner Hekimlik Öğretimi ve Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Tarihi”, Ankara: Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Yayınları.
- Güran, T., (1998), *19. Yüzyıl Osmanlı Tarımı Üzerine Araştırmalar*, İstanbul: Eren Yayıncılık.
- Turan, M., (2014), “Osmanlı’dan Cumhuriyet’e Veba-yı Bakari Salgını ve Düşündürdükleri”. Remzi Kılıç (Edt.), *Prof. Dr. Mustafa Keskin Armağanı Türk Tarih ve Kültürü Araştırmaları* (s. 977-993). İstanbul: İdeal Yayıncılık.
- Yıldırım, N., (2014), “Bakteriyolojihane-i Şahane’de Veteriner Bakteriyoloji (1893-1901)”, *14. Yüzyıldan Cumhuriyet’e Hastalıklar Hastaneler Kurumlar* (s. 403-418). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

D. Makaleler ve Tezler

- Ak, M. (2016). Osmanlı Devleti’nde Veba-i Bakarî (Sığır Vebası), *OTAM*, (39), s. 215-240.
- Atılğan, T. (1964). Sığır Vebası, *Bornova Veteriner Araştırma Enstitüsü Dergisi*, s. 76-85.
- Gökbilgin, M. T. (1994). Edirne, *TDVİA*, C.10, s. 425-431.
- Karbyık, K. (1992). Baytarlık, *TDVİA*, C.5, s. 278-282.
- Özey, R. (2002). 19. Asırda Edirne Vilayeti Coğrafyası, *Marmara Coğrafyası Dergisi*, (6), s. 1-34.
- Özlü, Z. (2014). 19. Yüzyıl Sonlarında Osmanlı Devleti’nde Hazırlanan İki Risale: Vebâ-yı Bakarî ve Zâtülcenb, *Askeri Tarih Araştırmaları Dergisi*, (23), C. 12, s. 99-114.
- Şahin, R. (2006). Edirne Gümrüklerine Göre XVIII. Yüzyılın İkinci Yarısında Edirne’de Ticari Hayat, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Şimşek, K. (2020-2021). Osmanlı Devri Denizli’de Sığır Vebası: Vebâ-yı Bakarî, *Belgi*, (19), s. 2068-2080.

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

RUANDALI ÖĞRENCİLERİN YAZILI ANLATIMLARININ YANLIŞ ÇÖZÜMLEMESİ YÖNTEMİNE GÖRE İNCELENMESİ

Halil İbrahim ÖZKAN¹

Öz

Bu araştırmanın amacı; 2018-2019 ve 2019-2020 eğitim öğretim yıllarında Düzce Üniversitesi Türk Dili Öğretimi Araştırma ve Uygulama Merkezinde eğitim gören 13 Ruandalı öğrencinin yazılı anlatımda yaptıkları yanlışları “Yanlış Çözümleme” yöntemine göre değerlendirmektir. Bu ekseninde B1 seviyesinde Türkçe öğrenen öğrencilerin verilen konuyla ilgili duygu ve düşüncelerini yazdıkları yazılı anlatım örnekleri incelenmiş tespit edilen yanlışlar; yazım yanlışları, dilbilgisi yanlışları, yanlış kelime seçiminden kaynaklanan yanlışlar olarak başlıklara ayrılmış ve ayrıntılı olarak analiz edilmiştir. Bu yanlışların sıklık oranlarından yola çıkarak Afrikalı bu öğrenci gruplarının hangi konularda daha çok yanlış yaptığı ve zorluk yaşanan konulardaki eksikliklerin nasıl giderileceği ile ilgili çözüm önerileri ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yabancılar Türkçe öğretimi, Yanlış Analizi, Ruanda, Yazılı Anlatım, Dil Eğitimi

ERROR ANALYSIS IN WRITTEN EXPRESSIONS OF RWANDAN STUDENTS LEARNING TURKISH

Abstract

The purpose of this research; To evaluate the mistakes made by 13 Rwandan students studying at Düzce University Turkish Language Teaching Research and Application Center in 2018-2019 and 2019-2020 academic years according to the "Error Analysis" method. In this axis, the examples of written expressions that students who learn Turkish at B1 level write about their feelings and thoughts about the given subject were examined; Spelling mistakes, grammatical mistakes, errors arising from wrong word selection were divided into titles and analyzed in detail. Based on the frequency rates of these mistakes, it has been tried to put forward solution suggestions on which issues these African student groups are doing more wrong and how to overcome the deficiencies in the issues that are difficult.

Key Words: Teaching Turkish to foreigners, writing skills, comparative linguistics, error analysis

1. Giriş

Günümüz koşulları, küreselleşen dünya, dil öğrenimini entelektüel kazanım olmaktan çıkarmış, zorunluluk ve temel ihtiyaç durumuna getirmiştir. Bununla beraber, kişiler, özel kurum ve kuruluşlar veya devletler arasındaki, siyasi, ekonomik, kültürel, eğitim, bilim vb. alanlardaki ilişkiler eskiye göre çok daha yoğun hale gelmiştir. Bu ilişkilerin sorunsuz devam edebilmesi için yabancı dil çok önemlidir (Barın, 2018: 20). Bu sebeple yabancı dil öğretimi günümüzde çok önemli bir alan hâline gelmiştir. Yabancı dil öğrenme tercihinde ve aynı zamanda beyin göçünde ekonomiyle siyaset ayağının birinci derecede belirleyici olduğu düşünüldüğünde, Türkiye'nin giderek artan siyasi popüleritesi ve tarihten kalan güçlü bağlarının canlanmasıyla Türkçe öğrenerek yukarıda bahsedilen çeşitli ilişkileri kurmak isteyenlerin sayısı artmakta ve farklı coğrafyalara yayılmaktadır. Afrika kıtası ise bu coğrafyalardan en önemlilerinden biri konumundadır.

¹ Doktora Öğrencisi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, halil81duzce@gmail.com, orcid: 0000-0003-3045-2764

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as: Özkan, H. İ. (2021). Ruandalı öğrencilerin yazılı anlatımlarının yanlış çözümlemesi yöntemine göre incelenmesi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 201-211.

Makale Geliş Tarihi:12/10/2020

Makale Kabul Tarihi:01/04/2021

Makale Yayın Tarihi:30/07/2021

Bu çalışmada da Afrika ülkesi olan Ruanda'dan gelen öğrencilerin seçilme nedeni şu şekilde özetlenebilir; Türkiye'nin dış politikasının temel amaçlarından biri Afrika ülkeleriyle ilişkileri geliştirmektir. Özellikle Sahraaltı Afrika ülkeleriyle 1998 yılında başlayan, 2005 yılında Afrika Birliği'ne (AfB) gözlemci üye olmamız ve 2008 yılında ülkemizin AfB tarafından stratejik ortak olarak ilan edilmesiyle ivme kazanan çok boyutlu ilişkiler söz konusudur. Eğitim alanında başta TİKA, Maarif Vakfı, Yunus Emre Enstitüsü ve Üniversiteler aracılığıyla yapılan yatırımlar giderek artmaktadır. Ülkemiz 1992 yılından 2020 yılına kadar 10.480 Afrikalı öğrenciye doktora, lisansüstü ve lisans bursu vermiştir (İnternet-1). Yabancılara Türkçe eğitiminin her coğrafyayı kapsamı çok önemli olmakla birlikte, diğer alanlarla -ekonomi ve siyaset- bütünlük oluşturması gerekliliği göz önünde bulundurularak bu makalede Sahraaltı Afrika ülkesi olan Ruanda'dan Türkiye'ye gelen öğrenci grubu seçilmiş ve incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmada; çokça karışıklığa neden olan anadili, ikinci dil ve yabancı dil kavramlarına kısaca açıklık getirildikten sonra yazma kazanımının yapısal içeriği ve yanlış çözümlene yöntemine değinilip, bu yöneme göre yapılan araştırmanın ayrıntıları arz edilmiştir.

Cüceloğlu; dil öğreniminin doğum anından altı saat sonra bebeğin etrafındaki uyaranları kodlamaya başlamasıyla başladığını aktarır (Fidan, 2019:255). Belirli süre zarfı içinde yeterli girdi olması durumunda dil öğrenilir ve bu ana dilidir. Kendi kendine gerçekleşir dışarıdan bir müdahale gerektirmez (Bircan, 2017: 356). Bazı durumlarda da Grosjean'a göre birey, gerek yetiştiği ailede gerek içinde bulunduğu toplumda farklı dillerin konuşulması dolayısıyla iki farklı dili de öğrenilebilir bu duruma da iki dillilik denir (Günaydın, 2020: 354). İki dillilik kavramı üzerine en genel tanımlardan biri bu olmakla beraber, disiplinler arası boyutta; dilbilimi, psikoloji, sosyoloji başta olmak üzere birçok farklı alanda incelenmiş olup, tanımlar henüz ortak bir görüşte birleşmemektedir (Akkaya ve İşçi, 2016: 328). Dilin erken yaşta veya geç yaşta öğrenilmesi, edinim biçimi, edinim koşulları, bu dillerden hangisinde daha çok yetkin olduğu gibi pek çok değişkene bağlı olarak farklı tanımlar altında toplanmaktadır (Bölükbaş vd. 2019: 98-109). Yabancı dil ise; Kişinin ana dilinin ya da ailesinde, bulunduğu sosyal çevrede ve ülkesinde yaygın olarak kullanılan dilin haricinde yeni bir dil öğrenmesi olarak kabul edilmektedir (Oruç,2016:283). Oruç'un tanımı, genel kabul gören kapsamlı ve mantıklı açıklamadır. Bu yabancı dilin nasıl öğrenileceği veya öğretileceği en temel şekliyle ikiye ayrılabilir: Yabancı dil öğrenimi günlük hayatın akışı içerisinde edinim yoluyla kendi kendine kalıcı bir şekilde öğrenilebileceği gibi sınıf içerisinde bir öğreticinin yönlendirmesiyle de öğrenilebilmektedir (Peçenek,2014:8). Yabancı dil öğretimi, dolayısıyla yabancılara Türkçe öğretiminin konusu tam olarak bu kısımdır. Kaşgarlı Mahmut'la başlayan, değişerek ve gelişerek günümüze kadar gelen Yabancılara Türkçe Öğretimi günümüzde en modern şekliyle okuma, konuşma, dinleme ve yazma olarak dört ana kazanımın kazandırılmasını amaçlayan basamaklı kur sistemi üzerine kuruludur. Bu beceriler birbirini tamamlayan şekilde sistemli olarak programlandırılmışlardır. Bu sistem içerisinde, dil öğretiminde bu becerileri birbirinden ayrı olarak düşünmek olanaksızdır. Bunlardan birinin eksikliği problemlere neden olacaktır.

Hiçbiri diğerinden ayrılamayacak bu becerilerden konuşma ve dinleme formel bir eğitim almadan kazanılabilen becerilerdir. Yazma ve okuma ise genellikle formel eğitim ile kazanılan dil becerileri olarak bilinir (Coşkun, 2007:50). Yazma becerisi hakkındaki diğer görüşler şu şekildedir:

Dil becerilerinden okuma, konuşma ve dinlemenin formel veya günlük hayatta bölge insanıyla iletişime geçerek, informal eğitimle geliştirilmesi mümkünken yazma becerisinin geliştirilmesi formel ortamlarda ve mutlaka etkili bir öğretim süreci ile mümkündür (Maden vd., 2015: 751).

Raimes: Ana dilini yazma, konuşma becerisinde olduğu gibi aile ve çevre gibi ortamlardan doğal yollarla edinilen bir süreç değildir. Aksine ancak okulda öğrenilen sistematik bir eğitimi gerektirmektedir ve zordur. Yani dolayısıyla konuşmayı ve yazmayı öğrenme süreçleri birbirleriyle özdeş değildir.” Bundan hareketle yabancı dil öğretim sürecinde de aynı şekilde yazma becerisinin edinilmesi aşaması, konuşma becerisinin kazanılmasından daha farklı bir seyir izlemektedir. Yani dil öğrencisi doğal ortamda dinleyerek konuşmayı öğrenebilse bile yazma becerisinde aynı durumun olması mümkün olmayacağı için bir öğreticiye ihtiyaç duyacağı kesindir (Ak Başoğlu, D. ve Can, F.S. 2014: 101).

Yazma, dört temel dil becerisinin son halkasını oluşturmaktadır. Bu becerinin geliştirilmesi çeşitli sebepler ile sona bırakılmaktadır. Bunun temel nedeni konuşmada ve dinlemede istenilen seviyeye ulaşmanın bir yabancı dili bilmek için yeterli olduğu düşüncesidir. Ancak bir dili çok iyi konuşmak veya her dinlediğini anlamak bir dili bilmek için yeterli değildir. Kişinin kendini yazılı olarak ifade etmesi de birçok açıdan önemlidir (İnan, 2013:3).

Görüldüğü gibi yazma becerisi de diğer beceriler gibi eğitimin bir ayağı olmasına rağmen öğrenen kişiler tarafından çoğu zaman günlük hayatta çok gereksinim duyulmaması konuşma ve dinlemenin iş görür nitelikte görülmesi zor bir ders olduğu yönündeki ön yargılar sebebiyle önemsenmemektedir. Okuma, konuşma ve dinleme derslerindeki kazanımlarda başarılı olduktan sonra yazma dersinde başarılı olunabileceği görüşünden hareketle bu derste yapılan hataların diğer derslerdeki eksikliklerin yansımaları olduğu düşünülürse yazma dersindeki hataların görülmesiyle ve düzeltilmesiyle diğer derslerdeki hata ve yanlışların giderilmesi sağlanacaktır. Ayrıca somut olma avantajı sayesinde bu eksiklikleri düzeltmeye yönelik çalışmalar yapma olanağı sağlamaktadır. Bu çalışmaların başında “yanlış çözümü” gelmektedir.

2. Yanlış Çözümü

Bu konuya geçmeden önce “hata” ve “yanlış” kelimeleriyle karşılanan “error” ve “mistake” arasındaki farkın iyi bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Türkçede ayrımı bulunmayan bu iki kelimenin anlamı şöyledir:

Ellis (1997:17) bu farkı, “error” yani öğrenci kişilerin neyin doğru olduğunu bilmedikleri zaman meydana gelmekte ve onların bilgi boşluklarını yansıtmaktayken, “mistake” ise öğrencilerin bildiklerini üretememeleridir şeklinde açıklamaktadır (Çerçi vd., 2016: 696).

Brown’a (2000: 217-218) göre ise; birinde “mistake” konuşucuya kusurlar gösterildiğinde giderilebilmekteyken, diğerinde “error” öğrenciler tarafından giderilememektedir. Örneğin; öğrenciden doğru olarak yazılmamış bir cümleyi düzeltmesi istendiğinde, öğrenci cümleyi düzeltebilirse bu bir “mistake” düzeltilmezse “error” olarak değerlendirilmektedir (Çiğerci, 2009: 78- 79).

Özetle; hatada aslında öğrenen zaten doğruyu bilmektedir, dikkatsizlik, dalgınlık ya da yorgunluk gibi dış sebeplerden kaynaklı oluşmuştur. Bir şekilde hata yaptığının farkına varması durumunda, öğrenen kişi hatasını kendisi düzeltebilir. Yanlışta ise öğrenenin doğrusunu bilmediği için bu yanlışını yardım almadan düzeltmesi mümkün değildir. Bahsedilen bu hata ve yanlışların çözümlenmesi, belli başlıklar altında sınıflandırılması ve sıklık derecelerinin belirlenmesi yanlış çözümü yöntemi olarak geçmektedir. Daha ayrıntılı incelersek;

Corder (1967:167); Yabancı dil öğretiminde yanlış çözümlene yöntemi ilk olarak 1960'lı yıllarda Stephen Pir Corder ve arkadaşları tarafından ortaya atılmıştır. Bu yöntem dilin nasıl öğrenildiği ve öğrencinin dil öğrenilirken nasıl bir yöntem uyguladığı ile ilgili önemli kanıtlar sunar. (çev. Yılmaz ve Bircan, 2015:116) Yanlış çözümlene yöntemi öğrencilerin genellikle bir konu hakkında duygu, düşüncelerini yazdıkları yazılardan alınan verilerin, yanlışlarının belirlenip sınıflandırılması ve yorumlanması ile ilgilidir (Yılmaz ve Bircan, 2015:116).

İkinci bir dil ediniminde karşılaşılan yanlışları anadilden olumsuz aktarıma ve anadili girişimini temel gösteren karşıtsal çözümlene, zaman içinde farklı sorunlarla karşılaşılmış, bütün yanlışları aktarım ve anadili girişimiyle açıklamanın yetersiz gelmeye başlamasıyla dilbilim dünyasında yanlış çözümlene yöntemi alternatif yöntem olarak sıklıkla kullanılmaya başlanmış. Daha kısa ifadeyle yanlış çözümlene yöntemi öğrencilerden alınan verilerin değerlendirilmesidir (Elturan, 2019: 175).

Temelini davranışçı kuramın ortaya çıkardığı karşıtsal çözümleneye bir alternatif olarak ortaya çıkan yanlış çözümlenesi, ilkelerini bilişsel kuramdan almaktadır. Karşılaştırmalı dil bilimin varsayımlarını sorgulayan, kısıtlamalarına, sorunlarına ve eksik kaldığı noktalara çözüm getiren yöntemdir (Dede, 1985: 128).

Yanlış çözümlenesi işin içine matematiğin dâhil edilmesiyle somut veriler sağlaması bakımından hayli kullanışlı bir yöntemdir. Doğru yöntemin izlenmesi ve doğru yorumlama yapılması hâlinde gerek öğrenci kişiler gerek öğretici kişiler için yararlı olmakla beraber, farklı milletlere mensup grupların incelendiği bu türden çalışmaların birikmesi alan için de çok yararlı olacak, yenilikçi fikirlere temel olacaktır.

Ayrıca bu yöntemin uygulanmasının getirileriyle ilgili görüşler şu şekildedir;

Corder; öğrenci hataları üç açıdan önemlidir: birincisi, öğretmene öğrencilerin durumuyla ilgili ipucu verir. İkincisi araştırmacılara yabancı dil edinimiyle ilgili veriler sunar. Son olarak ise, öğrenci kişinin hedef dilin kurallarını öğrenmesine yardımcı olacak geri bildirimler veren bir sistem görevi görür (Gökçebağ, 2018:103). Yanlış çözümlenesi, öğretmenin öğretim yöntem ve tekniğini, hazırladığı materyallerin etkinliğini kontrol etmesini, öğretimin gidişatının değerlendirmesi ve öğretim programının alınan verilere göre tekrar düzenlenmesi konusunda yol göstericidir (Bölükbaş, 2011: 1359).

Öğrencilerin yaptıkları yanlışların kaynakları çeşitli araştırmacılar tarafından en kapsayıcı şekilde ve farklı biçimlerde sınıflandırılmıştır;

Selinker (1974: 37-41) hatanın kaynaklarını beş kategoriye ayırmıştır. Bunlar;

1. Dil aktarımı 2. Eğitimin aktarımı 3. İkinci dil öğrenme stratejileri 4. İkinci dil iletişim stratejileri 5. Hedef dildeki dilsel malzemenin aşırı genellemesi.

Corder'a göre yanlışın üç kaynağı vardır: 1.Dil aktarımı 2. Aşırı genelleme ya da benzerlik 3. Öğretimde kullanılan yöntem ve araçlar. Richards'a (1974: 176-178) göre, dil içi gelişimsel yanlışlar dört ana başlık halinde incelenebilir: 1. Aşırı Genelleme 2. Kural Kısıtlamalarını Bilmeme 3.Kuralların Eksik Uygulanması, 4. Yanlış Kavram Geliştirme (Kılıçarslan ve Yavuz, 2014; 869-870).

Yanlış çözümlene yöntemi hedeflenen amaca göre dilin yapısı da göz önünde bulundurularak belli bir sistem içerisinde yapılmalıdır. Sridhar (1972: 268) yanlış çözümlene yöntemi için şu yolu önermektedir;

1. Verinin toplanması
2. Yanlışların çözümlenmesi
3. Yanlış türlerinin tasnif edilmesi
4. Yanlış türlerinin göreceli sıklık tablosu
5. Amaç dildeki zorlukların belirlenmesi
6. İyileştirme (çözüm odaklı iyileştirici dersler, araçlar, vb.) (Aktaran: Büyükikiz ve Hasırcı, 2013: 55).

3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; B1 seviyesinde Türkçe öğrenen öğrencilerin yazma becerilerindeki yanlışları “yanlış çözümlene yöntemi” ile değerlendirmektir.

4. Araştırmanın Yöntemi

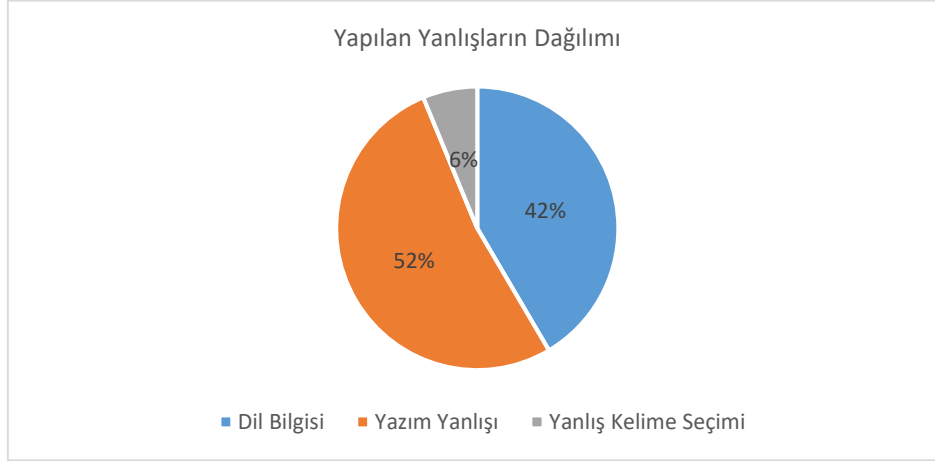
Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. “Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, olguların ve olayların doğal ortamda gerçeği ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir” (Yıldırım ve şimşek 2012:340’dan aktarma). Araştırmanın verileri de doküman analizi yoluyla elde edilmiştir. Doküman analizi; yazılı olarak mevcut belgelerin içeriğini bir düzen içerisinde çözümlene için kullanılan nitel araştırma yöntemidir (Wach, 2013; çev. Kral, 173). Öğrencilerin yazılı anlatımlarından toplanan veriler yanlış çözümlene yaklaşımına göre dilsel gelişim ve Avrupa diller ortak çerçevesinde belirtilen B1 kazanımları göz önünde bulundurularak, dilbilgisi yanlışları, sözcük seçiminden kaynaklanan yanlışlar, yazım yanlışları başlıkları altında toplanmıştır. Birinci el kaynaktan elde edilen yazılı anlatım verileri, tarama tekniğine uygun olarak incelenmiş ve öne çıkan hatalar tespit edilerek sıklık derecesine göre sınıflandırılmıştır.

5. Çalışma Grubu

Bu araştırma 2018-2019 ve 2019-2020 eğitim öğretim yıllarında Düzce Üniversitesi Türk Dili Öğretimi Araştırma ve Uygulama Merkezinde eğitim gören 13 Ruandalı öğrenciyi kapsamaktadır.

6. Bulgular ve Yorum

Yapılan tarama sonucunda tespit edilen yanlışlar; dilbilgisi, yazım yanlışı ve yanlış kelime seçiminden kaynaklanan yanlışlar olmak üzere üç ana başlık altında toplanmış ve ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bulunan yanlışların %52’sinin yazım yanlışı %42’sinin dilbilgisi yanlışı ve %6’sının yanlış kelime seçiminden kaynaklandığı tespit edilmiştir.



Şekil 1. Yanlışların Dağılımı

a. Yazım Yanlışı Kaynaklı Yanlışlar

Ruandalı öğrencilerin yazma becerileri incelendiğinde yapılan en fazla yanlışın bu kategoride olduğu görülmüştür. Nitekim bazı araştırmalarda dil bilgisi hatalarının daha fazla olduğu sonucu çıksa da çoğu araştırmanın sonucunda yazım kaynaklı hataların fazla olduğu görülmektedir (bk. Büyükkiz ve Hasırcı,2013:58 ; Boylu vd.,2017:199). Toplam yanlışlar içinde yapılan yazım yanlışları %52 ile en fazla paya sahiptir bu yanlışların %86'sı vokallerin eksik veya yanlış harf seçimi temelliyen %14'ü konsonantların yazımından kaynaklandığı tespit edilmiştir.

b. Dil Bilgisi Kaynaklı Yanlışlar

Yanlışları kesin sınırlarla ayırmak zordur (Dede,1985: 131). Bu bölümde isimlere veya fiillere eklenen eklerin, gereken yerde kullanılmaması veya fazladan kullanımı, işlevine uygun kullanılmaması gibi, kural kısıtlamalarını bilmeme ve kuralların eksik uygulanması başlıkları altında toplanabilecek yanlışlardan oluşmaktadır. Yapım ekleri, çekim ekleri ve söz diziminden kaynaklı yanlışlar dâhil edilmiştir. Yapılan toplam yanlışların %42'si dilbilgisi kaynaklı olup en fazla paya sahip olan ikinci yanlış türüdür.

Hâl Ekleri

Bu bölümde isim çekim ekleri kategorisinde olan hâl eklerinin kullanımıyla ilgili gözlenen hatalar değerlendirilecektir. İsmi hâl eki eklenmesi gerekmeyen durumlarda eklenmesi, fazla kullanılması veya kullanılması gerekenden farklı hâl eki kullanımı durumundan kaynaklanan yanlışları kapsamaktadır. Dil bilgisinden yapılan 252 yanlışın 94 tanesinin dört hâl ekinin kullanımında yapılan yanlışlardan meydana geldiği gözlenmiştir. Toplam dil bilgisi hatalarından %37'si hâl eki kaynaklıdır. Belirtme, bulunma, ayrılma ve yönelme hâl eklerinin kullanımında yanlış payı en yüksek olan %41'le belirtme hâlidir ve bu yanlışların %38'i eksik kullanım % 62'si işlevi dışında kullanımdan ve belirtme hâli eki almayan fiillerle kullanımdan kaynaklandığı gözlenmiştir. Hâl eklerinde yapılan diğer yanlışların %27'si bulunma hâli, %19'u yönelme hâli, %13'ünün ayrılma hâlinde yapıldığı görülmüştür. Bu yanlışlardan bazıları şu şekildedir;

Ö2) Bence aşağıdaki **fikirlerim** kapsıyor

Ö1) Eğer sosyal **medya** farklı düşünce varsa..

Ö6) Gençlik kötü **davranışlar** sahip olur.

- Ö4) Sosyal **medya** başka bir dil öğrenebilirsin
 Ö3) Sosyal medyanın **zararlı** vardır.
 Ö4) Olumlu şeyler sosyal **medya** yapar
 Ö5) Çalışmak için her **bilgiler onları** veriyor
 Ö1) Dersimizin **notları** hocamızdan almamız mümkün
 Ö1) **Vaktiniz** israf edebilir
 Ö9) Boş zamanlarımda **filme** izleyebilirim
 Ö12) **Lokanta** müdür olmak istiyorum
 Ö12) Mesela bizim **lokantamız** müzik yok alkor yok
 Ö10) Şu kamik **film** izledim
 Ö10) Yarın bizim **hocamıza** ziyaret edeceğiz
 Ö11) Düzcede **yurt** yaşıyorum.

Tamlama Yanlılıkları

Sıklık oranı yüksek yanırlardan birinin de tamlamalar olduğu gözlenmiştir. Tamlamaların kuruluşundaki yanlış gerek ilgi ekinin gerek iyelik ekinin eksik kullanımından kaynaklanmaktadır. Örnekler;

- Ö2)Bu da kötü sosyal **medya** zararlı **parça**.
 Ö1) **Arkadaşlarımız** hâli bilebiliriz
 Ö6) **İnsan** ünlü **olmak** daha kolay
 Ö6) Kötü **belgeler** sahibi....
 Ö5) Ama kullanan **gençler** sayısı çok hızlı artıyor.
 Ö11)**Uçak kalkış** çok korkutucuydu

Çokluk Eki

Türkçenin karakteristik özelliği olan; sayılardan veya bazı belgisiz sıfatlardan sonra çokluk ekinin kullanılmaması kuralından kaynaklı yanırlar olduğu gözlenmiştir. Diğer çalışmalarda ekin yabancı kelimelerle kullanımında kalınlık incelik uyumundaki istisnadan kaynaklı yanırlar da kayda geçirilmiştir (bk. Kılıçarslan, Yavuz ,2014:874). Bulunan örneklerden bazıları şu şekilde;

- Ö1) Sosyal medya çoğu **insanlar** kullanır.
 Ö5) Her **insanlar** biliyor ki eskiye göre...
 Ö5) Bunları çok **insanlar** ulaşabilir
 Ö5) Birçok **gençler** fikirler kullanmıyor

Fiil Çekimi

Bu yanlış türünde yanlış şahıs ekinin kullanılmasıyla ilgili yanırlar bulunmuştur. Bulunan bazı yanırlar şu şekildedir.

- Ö6)İnsanlara yardım edebilir. (yardım edebiliriz)

Ö6)En kolay yolla reklam yayımladı (yayımlarız)

Ö1)Eskiden basıl kitapları kullandı günümüzde elektronik kitapları var (kullandık)

Söz Dizimi

Kelime veya kelime guruplarının Türkçenin öge dizilişine uygun olmayan şekilde sıralanmasından kaynaklanan yanlışlar şu şekilde:

Ö8)Allah'ın emiri bize vardır.

Ö8)Sosyal medya fazla bize yardımcı olabilir

Ö9)Nasıl hayat gidiyor

Ö10) İnsanlar beraber hepsi yapabilir

Zaman Ekleri

Zaman eklerinin uygun seçilemeyeşinden kaynaklanan bu yanlışlarda geniş zaman ekinin kullanılmasındaki yanlışların daha sık olduğu görülmektedir. Örnekler şu şekilde:

Ö6)Günümüzde eskiye göre haber daha kolay ulaştı

Ö2)Sosyal medyada yanlış bilgi ve hikaye paylaşabilir ve her yerde yayılıyor.

Ö2)Ailem ile Ankara'ya gittik. Amcam ziyaret ediyor.

Diğer Yanlışlar

Yukarıda sıralanan yanlışların haricinde yüzdesi çok düşük olan tek tek ele alındığında araştırmanın sonucunu değiştirmeyecek nicelikteki yanlışlar bu bölümde toplanmıştır. Bir örnekte soru ekinin eksik kullanımı, bir örnekte olumsuzluk ekinin eksik kullanımı, birkaç örnekte iyelik ekinin, iki örnekte ek fiilin şimidiki zamanının eksik kullanımı , beş örnekte ki'nin yanlış yazımı, dört örnekte ile'nin kullanılmaması ve yanlış yazılması, bazı yapım eklerinin anlamına uygun kullanılmaması gibi yanlışları kapsamaktadır.

Ö1) Sosyal medya için iletişim kolay değişti

Ö2) İnsanlar sosyal medya bağlanması mümkün

Ö9) Önceden hayatlı çok zor ama şimdi memnun oldum

Ö9) Hiç kimse bugün çıkıyor

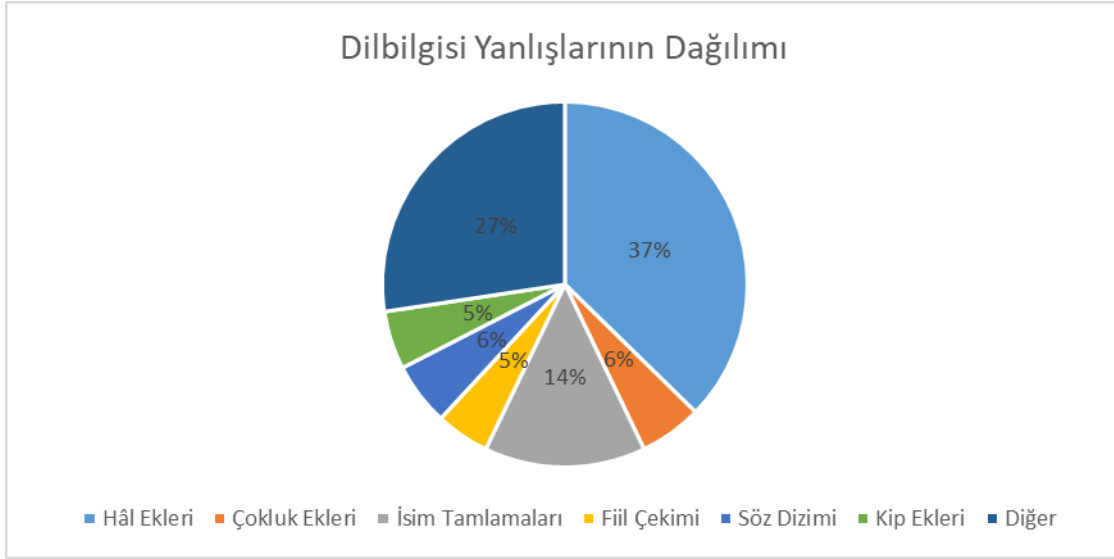
Ö9) Arkadaşlarıma göre ben iyi bir insan

Ö10) Hoşça kalıp kendine iyi bak

Ö10) Bence şimdi düzcede yaşıyorum

Ö11) Uçakta gibi asla korkmadığını söyledi

Ö11) Kendime bir sonraki ne olacağını sormak



Şekil 2. Dilbilgisi Yanlışlarının Dağılımı

c. Yanlış Kelime Seçimi

Bu başlık altında yanlış kelime seçimi veya eksik kelime kaynaklı yanlışlar incelenmiştir. Yabancı dil öğrenen kişilerin yaptıkları en temel yanlışlardan biri olup bulunan örneklerden bazıları şu şekildedir:

Ö4) Sosyal medyanın satın almak **yapabilir**.

Ö2) Bazı reklamlar telefon uygulamalarında **açıklanır**.

7. Sonuç ve Tartışma

Ruandalı öğrencilerden alınan yazma etkinliği sonucunda yapılan yanlışlardan elde edilen veriler ve ulaşılan sonuçlar şöyledir;

Yazım yanlışından kaynaklı yanlışların en yüksek orana sahip olduğu görülmüştür. Bu alandaki yanlışların %86'sı vokallerin kullanımından kaynaklıdır ve "i" harfindeki yoğunluk dikkat çekici düzeydedir. Bu duruma göre kelime bilgisinin artırılması ve Türkçedeki seslerin pekiştirme yoluyla içselleştirilmesinin yerinde olacağı konusunda okutmanlarla hemfikir olunmuştur.

Dil bilgisi yanlışlarından hâl eki kullanımındaki hata oranının düşürülmesi, bol ve farklı örnekler verilmesinin yanında hâl eklerinin isme eklenen ekler olduğu fakat fiille alakalı olduğunun etkinlikler yoluyla sezdirilmesi başta olmak üzere, bir fiilin kabul ettiği hâl ekinin diller arasında farklılaşabileceğinin sezdirilmesinin, başlangıç için faydalı olacağı bilgisi okutmanlardan alınan görüşlerdendir. Ayrıca hâl ekleri konusunun anlatımında veya herhangi konu bağlamında bir fiil verilirken aldığı hâl ekiyle birlikte verilmesi yöntemi de faydalı olacaktır görüşü önerilen çözüm önerilerindedir. İsim tamlaması en fazla yanlışın görüldüğü önemli başlıklardan biridir. Türkçede tamlama yapısından faydalanma oranının yüksek olduğu çeşitli çalışmalarda kayda geçirilmiştir (bkz. Serebrennikov; Gadjeva, 2011;79, çev. Hacıyev, Öner). Bu yapının birinci parçası olan ilgi ekinin, yapılan son çalışmalarda diğer hâl eklerinden farklı olarak, ismi isme bağlaması sebebiyle bir hâl eki olmadığı öne çıkan bir durumdur. Dolayısıyla ilgi ekinin, hâl ekleri konusundan bağımsız olarak düşünülüp, iki ismin arasındaki basit ilgi bağı olması özelliği üzerinden verilmelidir. Tamlama yapısının üzerine hâl eki alarak kullanım sahasına çıkmasının örnek ve pratiklerle kavratılması da çok önemlidir. Çünkü bu konu, öğrencilerin cümle kurma aşamasına geçmeleri için önemli bir adımdır. Bu yönüyle düşünüldüğünde işlevsel ve önemli bir yapı olup üzerinde durulması elzemdir.

Çoğul eklerinin kullanımında, sayılardan veya bazı belgisiz sıfatlardan sonra çokluk ekinin kullanılmaması kuralından kaynaklı yanlışlar olduğu gözlenmiştir. Okutmanlardan konuyla ilgili, yapılan hatalarda kuralın birkaç kez tekrar edilmesi ve örneklendirilmesiyle ileri kurlarda giderildiği görüşü alınmıştır. Kip eklerinin kullanımında ve şahıslara göre çekiminde fazla yanlış gözlenmezken yapılan yanlışların geniş zaman kullanımında yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Söz diziminden kaynaklı yanlışlara da rastlanmıştır. Bu konuda öğrenen kişilerin ana dilinin cümle yapısının göz önünde bulundurulması birçok çalışmada vurgulanan noktalardan biridir (bkz.Way; Joiner; Seaman, 2000: 172, çev.Tiryaki, 2013: 39). Yanlış kelime seçiminden yapılan yanlışlar %6 paya sahiptir. Kelime hazinesini geliştirici etkinliklerin ve kelimerin farklı anlamlarının, cümle bağlamından örneklendirilerek kavratılmasının bu eksikliğin giderilmesinde büyük önemi olduğu bilinmektedir.

Kaynakça

- Ak Başoğul, D. ve Can, F. S. (2014). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenen Balkanlı Öğrencilerin Yazılı Anlatımda Yaptıkları Hatalar Üzerine Tespitler. *Dil ve Edebiyat Eğitimi Dergisi*, 10, 100-119.
- Akkaya, N. ve İşci, C. (2016). Akademik Çevrenin İkidillilik Kavramı Hakkındaki Görüşleri. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 5 (2) , 328-343 . DOI: 10.14686
- Barın, E. (2004). Yabancılara Türkçe Öğretiminde İlkeler. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)* , (1) , 19-30
- Bican, G. (2017). İki Dilliliğin Tanımlanması: Kuramsal Tartışmalar ve Güncel Dilbilimsel Yaklaşımlar. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 5 (2) , 353-366.
- Boylu, E., Çal, P. ve Ustabulut, M . (2018). Türkçeyi Yabancı Dil Olarak Öğrenenlerin Türkçede Konuşma Ve Yazı Dili Arasındaki Farklılıklara İlişkin Görüşleri. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (Teke) Dergisi*, 7 (1) , 459-480 .
- Bölükbaş F., Hançer B.F. ve Golynskaia A. (2019). İki Dillilik: Tanımı ve Türleri Üzerine Kuramsal Tartışmalar. *International Journal of Languages Education and Teaching*. 7.2(7.2):98-113
- Bölükbaş, F. (2011). Arap Öğrencilerin Türkçe Yazılı Anlatım Becerilerinin Değerlendirilmesi. *Turkish Studies*. 6/3, s.1357- 1367.
- Büyükikiz, K.K. ve Hasırcı, S. (2013). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenen Öğrencilerin Yazılı Anlatımlarının Yanlış Çözümleme Yaklaşımına Göre Değerlendirilmesi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 1(4), 51-62.
- Ciğerci A. E. (2009). İngilizcenin Yabancı Dil Olarak Öğretimi Bağlamında Hata Çözümleme Denemesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Coşkun, E. (2007). Yazma Becerisi, Ahmet Kırkkılıç ve Hayati Akyol (Edt.), *İlköğretimde Türkçe Öğretimi* (1. Baskı) İçinde (s.49-91). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Çerçi, A, Derman, S. ve Bardakçı, M. (2016). An Error Analysis on TFL Learners' Writings. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2) , 695-715.
- Dede, M. (1985). Yabancı Dil Öğretiminde Karşılaştırmalı Dilbilim ve Yanlış Çözümlemesinin Yeri. *Türk Dili Dergisi-Dil Öğretimi Özel Sayısı*, C:XLVII, S. 379-380, s. 123-135

- Elturan, B. (2019). Yabancı Dil Öğretiminde Yanlışların Düzeltilmesi (Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Örneğinde) . Uluslararası Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Dergisi, 2(2) , 165-188.
- Fidan M. (2019). Türkçe Öğrenen Yabancı Öğrencilerin Yazılı Anlatım Metinlerinin Yazım ve Noktalama Kuralları Yönünden Değerlendirilmesi. Ekev Akademi Dergisi Yıl: 23 Sayı: 77 253-266.
- Gökçebağ, D. (2018). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenen Yunanlıların Yaptıkları Dilbilgisel Hataların İncelenmesi. Uluslararası Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Dergisi, 1(2) , 100-116.
- Günaydın, Y. (2020). İki Dillilik İle İlgili Yayımlanan Makalelerin İncelenmesi (2010-2020). International Journal of Language Academy, 8(5), 352/365.
- İnan, K. (2013). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenen İnanlıların Yazılı Anlatımları Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kılıçarslan, R. ve Yavuz, A. (2014). Türkçeyi Yabancı Dil Olarak Öğrenenlerin Sosyal Medya Kullanımında Yaptıkları Yazma Hataları. Turkish Studies, 9(3), 863-877.
- Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi . Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15) , 170-189.
- Maden, S., Dincel, Ö. ve Maden, A. (2015). Türkçeyi Yabancı Dil Olarak Öğrenenlerin Yazma Kaygıları, Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi Sayı: 4/2, s.748-769.
- Oruç, Ş.(2016). Ana Dili, İkinci Dil, İki Dillilik, Yabancı Dil. The Journal Of Academic Social Science Studies. 4(45), 279-279.
- Peçenek, D. (2014). On Second Language Acquisition (Research) And Instructed Second Language Acquisition. Dil Dergisi , (164) , 5-25.
- Tiryaki, E. (2013). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Yazma Eğitimi, Ana Dili Eğitimi Dergisi, 1(1), 38-44.
- Yıldırım, A. Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 9. Baskı Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Yılmaz, F. ve Bircan, D. (2015). Türkçe Öğretim Merkezinde Okuyan Yabancı Öğrencilerin Yazılı Kompozisyonlarının Yanlış Çözümleme Yöntemi'ne Göre Değerlendirilmesi. International Journal of Language Academy. 3(1), 113-126.

İnternet Kaynakları

İnternet-1: <http://www.mfa.gov.tr/turkiye-afrika-iliskileri.tr.mfa> Erşim tarihi: 25.01.2021