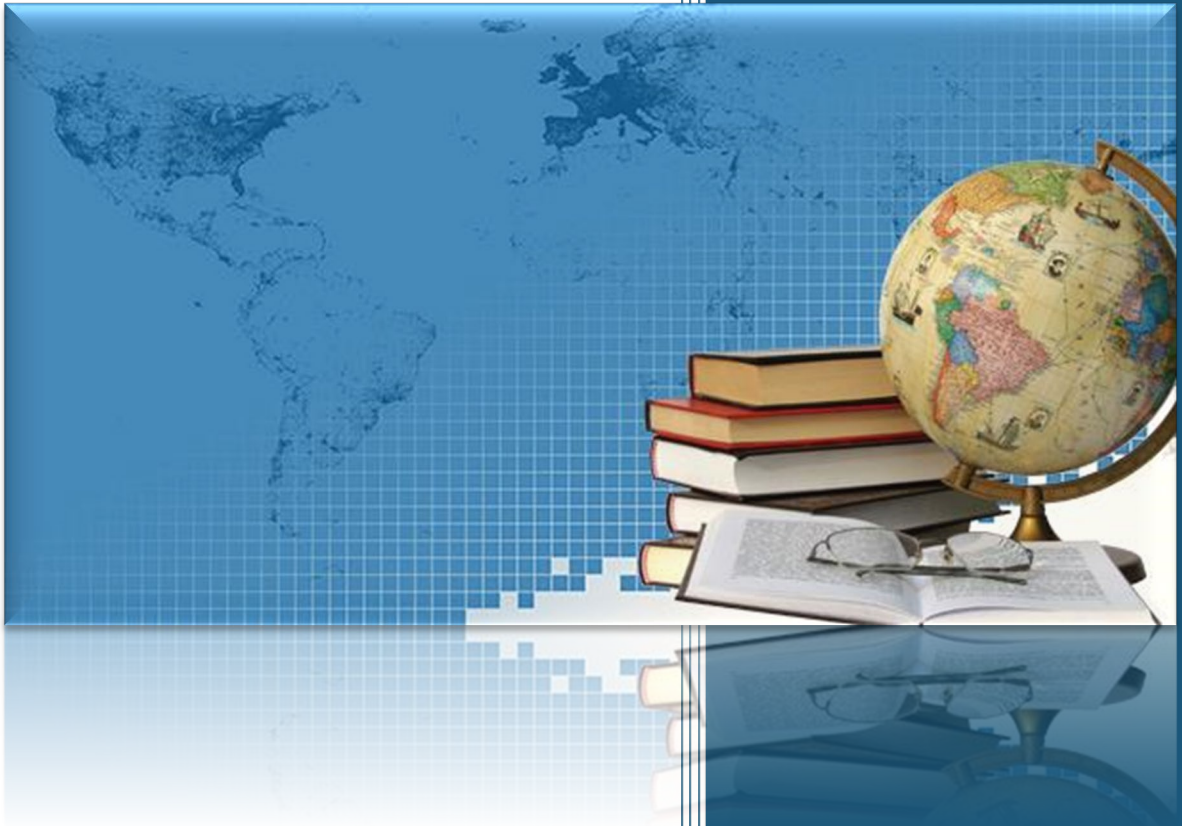


19 MAYIS JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

19 MAYIS SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

ISSN: 2717-736X

CİLT: 3 SAYI: 3



19 MAYIS SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

ISSN: 2717-736X

CİLT 3

SAYI 3

30 EYLÜL 2022

İndeks:

Scientific Indexing Services

ASOS İndeks

Google Scholar



İletişim:

dergipark.org.tr/19maysbd

19maysbd@gmail.com

Baş Editör:
Dr. Furkan ÇELEBİ (Yozgat Bozok Üniversitesi)

Editör Yardımcısı:
Öğr. Gör. İsmail Aykut KARAMANLI (Yozgat Bozok Üniversitesi)

Editör Yardımcısı:
Arş. Gör. Zeliha ULUTAŞ (KTO Karatay Üniversitesi)

Yazım ve Dil Editörü:
Öğr. Gör. Salih GENÇER (Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi)

Alan Editörleri:
Doç. Dr. Mücahit YILDIRIM (Samsun Üniversitesi)
Coğrafya, Turizm, Kültürel Miras

Doç. Dr. Hüseyin MERTOL (Tokat Gazi Osman Paşa Üniversitesi)
Sosyal Bilgiler Eğitimi, Özel Eğitim, Çocuk Gelişimi

Dr. Hasan Önder SARIDOĞAN (Akdeniz Üniversitesi)
İktisat, Ekonometri, Finans

Dr. Nurdan DOĞRU ÇABUKER (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)
Eğitim Bilimleri, Psikoloji, Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik

Dr. Öğr. Üyesi Onur ÇAPKULAÇ (Amasya Üniversitesi)
Örgüt Kuramı, Yönetim ve Strateji

Yabancı Dil Editörü
Ercüment KAYA (Sinop)

Sayı Hakemleri

Doç. Dr. Aydın KIZILASLAN

Doç. Dr. Dilan ÇİFTÇİ

Doç. Dr. Hüseyin MERTOL

Doç. Dr. Şaduman HALICI

Doç. Dr. Yasin TAŞPINAR

Doç. Dr. Yaşar BARUT

Doç. Dr. Yüksel İLTAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Alp Eren KAYASANDIK

Dr. Öğr. Üyesi Çağla ÖNEREN ŞENDİL

Dr. Öğr. Üyesi Esra DEMİRBAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Güliz KAYMAKCI

Dr. Öğr. Üyesi Mutlu Sesli

Dr. Öğr. Üyesi Müjde AYDOĞDU

Dr. Öğr. Üyesi Nurgün KUL PARLAK

Dr. Betül HASTAOĞLU ÖZBEK

Dr. Hakan ALPTÜRKER

Dr. Hüseyin DOĞAN

Dr. Kader KIZIL EROL

Dr. Kezban TALAK

Dr. Luan VARDARİ

Dr. Lütfi SÜRÜCÜ

Dr. Semih SÜTÇÜ

Şengül CAN

19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, 2022, Cilt: 3, Sayı: 3

Makaleler

1. Yazı Devrimi'ne Yöneltilen Eleştiriler Hakkında, Özgür ÜSTÜN. Sayfalar: 207-214
2. Okul Öncesi Çocuğa Sahip Annelerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aile İşlevselliği Arasındaki İlişki, Nihan DEMİRBAŞ, Özlem GÖZÜN KAHRAMAN. Sayfalar: 215-222
3. Kovid-19 Salgınında Sosyal Hizmet Bakışıyla Ailede Yoksullaşma ve Uzaktan Eğitim, Safiye Elif CIBIR. Sayfalar: 223-230
4. Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi, Ayşe AYGÜN ÖZGÖZ, Merve UZUN. Sayfalar: 231-249
5. Amerikan Pamuk Vadeli Piyasaları ve Dövizin BİST Tekstil Deri Sektörü ile İlişkisi, Hüseyin Başar ÖNEM. Sayfalar: 250-257
6. Yerel Yönetimlerde Stratejik Yönetim Kültürünün Stratejik Planlama ve Faaliyet Raporları Aracılığıyla Değerlendirilmesi: TR90 Bölgesi Belediyeleri Örneği, Şifa KIRHASANOĞLU. Sayfalar: 258-271
7. Siyasal Hayattan Örneklerle Türkiye'de Yeni Medyanın Gücü, Eda AKGÜL ARSLAN. Sayfalar: 272-281
8. Üniversite Öğrencilerinin İş Hayatına İlişkin Eğilimleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Ceylan Ümmü DEMİR, Mert AKTAŞ. Sayfalar: 282-303
9. Türkiye'de Fen Okuryazarlığı Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Doküman Analizi, Hacı Ahmet ALAGÖZ, Mustafa YAZICI. Sayfalar: 304-318
10. Tarihi Coğrafya Açısından XVI. Yüzyıl'da Konya Şehri ve Şehirselsel Fonksiyonları, Bayram TUNCER, Leyla ŞAFAK. Sayfalar: 319-333
11. Ruh Halimizi Etkileyen Hava Durumu Parametreleri Borsa Verilerini De Etkiler Mi?, Sezen GÜNGÖR, Nihan TOMRİS KÜÇÜN. Sayfalar: 334-340

Yazı Devrimi'ne Yöneltilen Eleştiriler Hakkında

About the Critics of the Written Revolution

Özgür ÜSTÜN*

* Öğretim Görevlisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Rektörlük Türk Dili Bölüm Başkanlığı, ustun_ozgur@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2899-7530

Öz

Toplumsal yaşantımızı doğrudan etkileyen Yazı Devrimi, Tanzimat'tan beri birçok aydın tarafından dile getirilen ve II. Meşrutiyet yıllarında iyice alevlenen bir sorunun çözüme kavuşturulmuş biçimidir. Uzun yıllardır kangrenleşmiş, bazı aydınlara göre ilerlemenin önünde büyük bir engel olarak duran alfabe konusu, Mustafa Kemal Atatürk'ün öncülüğünde ciddi bir planlama, büyük bir cesaret ve başarıyla sonuçlanmıştır. Yazı konusu, sadece bir alfabe değişikliği olarak görülmeyip çağdaşlaşmanın ilk basamağı olarak düşünüldüğü için yeni yazıyı toplumun tüm kesimlerine öğretmek adına devletin tüm olanakları seferber edilmiştir. Kısa sürede okur-yazar oranımızla birlikte kültür düzeyimizde eskiye göre bir sıçrayış görülmüştür. Ne var ki bu artış, dikkate alınmadan Cumhuriyet yıllarında düşük tonda yapılan eleştiriler, ilerleyen yıllarda ve özellikle günümüzde çok daha ağır boyutlara ulaşmıştır. Yeni yazıyla toplumun cahil bırakıldığı, yabancılaştırıldığı, tarihinden ve İslamiyet'ten koparıldığı sık sık ileri sürülmüştür. Toplumun bilgisizlikten neler çektiğini çok iyi bilen Cumhuriyet kadrosu, dilimizin, kültürümüzün, tarihimizin bilimsel yöntemlerle araştırılması için çeşitli kurumlar kurmanın yanında İslamiyet'in doğru öğrenilmesi ve öğretilmesi için de önemli adımlar atmıştır. Latin kökenli yeni Türk yazısı, cehaletle savaşın en önemli silahı olarak görülmüş, çağdaş uygarlığa giden yolun başlangıcı sayılmıştır. Bu çalışma, Yazı Devrimi'ne eleştiri getirenlere yanıt vermenin yanında genel anlamda konuyla ilgili önemli bilgileri tazeleme, hatırlatma amacına yöneliktir.

Anahtar Kelimeler: Atatürk, Yazı Devrimi, Alfabe, Eleştiriler, Çağdaşlaşma, Cumhuriyet Dönemi.

Abstract

The Font Revolution, which directly affects our social life, has been expressed by many intellectuals since the Tanzimat and II. It is the solution of a problem that flared up in the years of the Constitutional Monarchy. The alphabet issue, which has been gangrenous for many years and stood as a major obstacle to progress according to some intellectuals, has been successfully concluded with serious planning and great courage under the leadership of Mustafa Kemal Atatürk. Since the subject of writing was not only seen as an alphabet change, but as the first step of modernization, all the possibilities of the state were mobilized in order to teach the new script to all segments of the society. In a short time, a leap has been seen in our literacy rate and cultural level compared to the past. However, regardless of this increase, the low-toned criticisms made in the Republican years reached a much heavier level in the following years and especially today. It has often been argued that with the new writing, the society has been left ignorant, alienated, and cut off from its history and Islam. The Republican staff, who know very well what the society suffers from ignorance, has taken important steps for the correct learning and teaching of Islam, as well as establishing various institutions for the scientific research of our language, culture and history. The new Turkish script of Latin origin was seen as the most important weapon of the war against ignorance and was considered the beginning of the road to modern civilization. In addition to responding to those who criticize the Font Revolution, this article aims to refresh and remind important information on the subject in general.

Keywords: The Font Revolution, Alphabet, Criticism, Modernization, Republican Period.

Giriş

İnsanoğlunun toplumsal ilişkilerini sürdürebilmesi için en temel gereksinimlerinin başında anlatım gelmektedir. Sözlü anlatım kişinin gündelik ilişkileri için ne kadar önem taşırsa yazılı anlatım da bireysel ihtiyaçların karşılanmasıyla aynı sıra toplumun kültürel birikiminin ve devlet hafızasının oluşması ile devlet ve birey arasındaki ilişkilerin düzenlenmesinde oldukça önemlidir. Birçok toplum kendi dilini ifade edebilmek için tarih boyunca farklı yazı sistemleri kullanmış ve en ideal alfabeyle ulaştıklarında veya kullandıkları alfabeyle geliştirdiklerinde yazı ile ilgili sorunu bir ölçüde ortadan kaldırmış olurlar. Yazı, toplumların yüzlerce yıldan beri edindiği bilgi birikimlerinin depolandığı bir bellek olarak düşünülürse mevcut alfabenin kullanışlı, sorunsuz ve toplumun dilini ifade edebilecek yetkinlikte olmasının önemi daha iyi anlaşılacaktır. 1 Kasım 1928' e kadar Türkçenin yazımında farklı alfabeler kullanılmış olmakla birlikte son yazı değişikliği birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Bireyin ve toplumun daha iyi bir yazıya kavuşması, daha iyi anlatım olanağına ulaşılması için atılan adım, büyük eleştirilerin de başlangıcı olmuştur. Son yıllarda yazılı ve görsel iletişim kanallarında Yazı Devrimi ve bu devrimin sonuçlarının sıklıkla tartışıldığı, görülmektedir. Konu, sınıflardan ve kürsülerden taşmış, neredeyse her ortamda tartışılmaktadır. Ancak, konunun tartışılmasının bir sorun olmadığı, tartışma biçiminin hakarete dönüşmesi ve siyasal söylemlerin gölgesinde, sloganlara dayanılarak yapılması, kimi çevrelerce sağlıklı bir yol olarak görülmemektedir. Alfabe-yazı gibi uzmanlık gerektiren bir konunun bilimsel söylemlere dayanması gerekirken toplumu kutuplaştırıcı söylemlerle biçimlenmesi, bilimsel yaklaşımdan uzak düşmektedir. Yazı Devrimi'ne yöneltilen eleştirilerin içeriği ve bu eleştiriler hakkındaki görüşler, bu makalede açıklanmaya çalışılmıştır. Makalede, konu hakkında hiç bilgisi olmayanlara ve zihinlerinde soru işaretleri taşıyanlara yönelik uzmanlarca bilinen bilgilerin tazelenmesi, göz önüne getirilmesi amaçlanmıştır.

Yazı Devrimi Öncesi ve Sonrası Hakkında

Cumhuriyetin ilanından sonra Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün öncülüğünde eğitim, hukuk, sağlık, tarım, sanayi başta olmak üzere pek çok alanda çağdaşlaşma yolunda büyük adımlar, atılmıştır. Kurtuluş Savaşı'nı zaferle sonuçlandıran kurucu irade, yenilik hareketlerini yalnızca bir alanda sınırlı tutmamış, bu zaferi taçlandırmak için toplumu ve yeni devleti ilgilendiren konularda sürdürülebilir yeniliklerin mimarı olmuştur.

Cehaletle yapılacak mücadeleyi düşmanla yapılacak mücadele kadar önemli gören Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve ona inananlar, aklın ve bilimin öncülüğünde toplumu ve devleti çağdaş uygarlık düzeyine çıkarmayı amaç edinmişlerdir. Bu doğrultuda halka ulaşmak ve halkın eğitim, kültür düzeyini yükseltmek için okur-yazar oranını artırmak, ilk amaçlardan biri olmuştur. Ancak, Tanzimat ve özellikle II. Meşrutiyet döneminde birçok aydın tarafından okur-yazar oranını ve kültürel düzeyi yükseltmenin önünde alfabe-yazı büyük bir sorun olarak görülmüştür. Celal Nuri'nin Tarih-i Tedeniyat-i Osmaniye-Mukadderat-ı Tarihiye kitabında belirttiği görüşe göre sorunlu görülen mevcut yazıdan dolayı halkta öğrenme isteği kalmamış ve bu nedenle toplum ilerleyememiştir (Ülkütaşır, 2000, s. 29). Bu sorunlu yazı için dönemin aydınlarınca ya mevcut alfabenin düzenlenerek ya da yeni bir alfabe sisteminin benimsenerek zaman kaybedilmeden çözümlenmesi önerilmiştir.

Yaşadığı dönemin sosyal, siyasal ve kültürel değişimlerini yakından izleyen ve Cumhuriyet öncesinde alfabeyle ilgili tartışmalardan, önerilerden haberdar olduğu bilinen Mustafa Kemal Atatürk, daha Erzurum Kongresi sırasında bir akşam Mazhar Müfit'e ileride planladıklarını maddeler halinde not ettirmiştir. Bu notlar arasında "Latin harfleri kabul edilecek." maddesi, Atatürk'ün alfabe sorunu ve çözümünü hakkında düşüncelerinin olduğunu, 1928'den çok daha önce göstermesi bakımından önemlidir (Kansu, 2009, s. 131).

Yazı sorununun çözümlenmesi gerektiğini ileri sürenler gibi İsmet İnönü de alfabe değişikliğinin okur-yazarlığı artırmanın yanında kültürel bir önceliği olduğunu şu sözlerle dile getirir: "Harf Devrimi, yalnız milleti okuyup yazdırır hâle getirmek için vasıta kolaylığı değildir. Aynı zamanda kültür istikametidir. En mühim yeri orasıdır. Bunun için tesirleri iyi olmuştur ve neticeleri daha büyük olacaktır." (İpekçi, 2004, s. 33).

Kurucu iradenin birçok alanda olduğu gibi alfabe-yazı sorununu öncelediği, görülmektedir. Yeni yazıya geçiş için beş ila on yıl arasında bir süreyi öngörenlerin aksine zaman kaybetmeden yurdun dört bir yanında tahta başında yeni yazıyı öğreten Atatürk, bu nedenle halk arasında "Cumhurbaşkanı" sıfatından çok "Başöğretmen" sıfatıyla anılacaktır. Başöğretmen'e göre cehaletten kurtuluşun anahtarı, yeni yazıdır (Martın, 2020, s. 63). Kökleşmiş yazı sorunu için büyük bir cesaretle kolların sıvanması ve yeni Türk alfabesinin kabul edilmesi, Atatürk'ün devrimcilik önderliğinin ulaştığı belki en yüksek doruk olarak değerlendirilecektir (Berkes, 2019, s. 550).

Cumhuriyetin kazanımlarının içerisinde alfabe konusunda atılan adımların kültürel alanda yapılan diğer çalışmaların önünde geldiği söylenebilir. Bu çalışmalara ister reform-ıslahat isterse devrim denilsin bu adımın Türk kültür savaşındaki önemi, değişmeyecek ve bu kültür yeniliği, Atatürk tarafından "Türk Devrimi'nin aslı malzemesi olarak benimsenecektir." (Aydemir, 1999, s. 302).

Ne var ki, alfabe çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmalara kuruluş yıllarında olduğu gibi günümüzde de olumsuz tavır alanlar bulunmaktadır. Televizyon programlarından, gazete ve dergilerden, sosyal medya hesaplarından bu tavırlar rahatlıkla gözlenmekte, üstelik bu tavırlar, eleştiri sınırlarını aşarak karalama kampanyalarına dönüşmektedir. Yazı Devrimi'ne karşı toplumun sınırlı bir kesimince takınılan bu olumsuz yaklaşım, yalnızca bu alanla sınırlı değildir elbette. Yazı değişikliğini istemeyenlerin bir kısmının Cumhuriyete, laikliğe, kadınlara verilen seçme-seçilme haklarına, Medeni Kanun'a, laikliğe ve sözün özü çağdaşlığa doğru atılmış pek çok adıma tepki gösterdiklerine veya dudak büktüklerine de tanık olunmaktadır. Yazı-

alfabe konusunda yapılan olumsuz eleştirilerin birçoğunun bu bakımdan ya amaçlı yapıldığı ya da bilgisizlikten kaynaklandığı düşünülmektedir.

Yazı Devrimi'ni Eleştirenlerin Gerekçeleri

Yazı konusunda yapılan eleştirileri genel anlamda şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Bir gecede cahil bırakıldık.
2. Tarihimize bağımlı koparıldı.
3. Batılıların yazısını alırsak ecnebileriz.
4. Dinimiz, unutturulmak isteniyor.

Alfabe konusu, genel yönleriyle teknik ve akademik birikim isteyen çalışma sahasıdır. Kulaktan dolma, derme-çatma bilgilerle bir çırpıda açıklanabilecek bir konu değildir. Bu nedenle gerçekler, yukarıda söylenildiği gibi miydi? İşin aslı neydi?

Latin kökenli yeni Türk harflerinin kabul edildiği 1 Kasım 1928'e kadar Türkçenin yazımında on üç farklı alfabenin kullanıldığı bu eleştirileri getiren kimselerin çoğu tarafından ayrıntısıyla bilinmemekle beraber bu bilgiye sahip olanların bazılarınınca da pek dile getirilmemektedir. Tarih süreci içerisinde Türkçenin yazımında Göktürk, Uygur, Soğd, Kiril (Slav) İbrani, Süryani, Brahmi, Çin, Tibet, Grek, Ermeni, Arap, Latin harfleri kullanılmıştır (Eker, 2003, s. 128). Türkçenin yazımında bu kadar farklı alfabe kullanılmasını Talat Tekin, "Tarih boyunca Türkler kadar çok alfabe değiştirmiş başka bir ulus ya da Türk dilleri kadar değişik alfabelerle yazılmış başka bir dil ailesi yoktur denebilir." biçiminde açıklayacaktır (Tekin, 1997, s. 25). Yeni Türk harfleri kabul edilene kadar alfabe değişiklikleri konusunda pek fazla eleştiri görülmezken yeni Türk yazısının kabul edilmesinden sonra bazı kesimler, neden feryat etmekte, yazının benimsendiği günümüzde dahi Yazı Devrimi'ne neden bu kadar sıklıkla saldırılmaktadır?

Aslında bu sorunun yanıtı iki yönden açıklanabilir. Birincisi, diğer yazı değişiklikleri farklı dönemlerde ve farklı coğrafi alanlarda özellikle uzun sürelerle yayılarak gerçekleşmiştir. Oysa yeni yazıya geçiş çalışmaları, Cumhuriyet'ten sonra devlet eliyle planlı, programlı ve seferberlik biçiminde ama en önemlisi ivedi olarak yapılmış oldukça sınırlı bir kesimin bu sürece uyum sağlayamamasından feryat ettikleri, bu nedenle tepki gösterdikleri söylenebilir. Atatürk'ün silah arkadaşlarının dahi yeni alfabenin uygulanışındaki bu ivmeye baştan karşı çıktıkları, görülmektedir. Öyle ki eski harflerin yerine yeni harflerin kullanılması için Atatürk'ün altı ay önerdiği geçiş sürecine İsmet İnönü, altı yıl önermektedir (Karaosmanoğlu, 1983, s. 136).

İkincisi ve en önemlisi ise toplumun büyük kesimince Arap alfabesine kutsal anlam yüklenmesinden dolayı dinî gerekçelerle yeni yazı hedef tahtasına oturtulmuştur. Ayrıca yüzyıllardır Arap alfabesi kullanıldığı için okur-yazarlar arasında bu yazıya karşı bir aidiyetlik bağının oluştuğu, yeni yazıyla bu bağın kopacağı endişesinin doğması da söylenebilir. Şimdi yukarıda verdiğimiz eleştirileri, tek tek açıklayalım.

1. "Bir Gecede Cahil Bırakıldık"

"Bir gecede cahil bırakıldık." eleştirisini getirenlere şu soru sorulabilir: 1928 öncesinde okur-yazar oranı ne kadardı? Osmanlı İmparatorluğunun son dönemdeki yenileşme çabalarına ve II. Meşrutiyet dönemine rağmen 1918'de okur-yazar oranı %5, 1927'de ise %10,7'dir. (Akşin, 2018, s. 201). Geleneksel-kültürel yapı dikkate alındığında bu oranın içinde kadınların payının oldukça düşük olduğu, rahatlıkla anlaşılabilir. Okur-yazar kesimin hepsinin fizik, kimya, tarih, edebiyat, coğrafya vb. alanlarda öyle büyük bir bilgi birikimine ulaştığı da düşünülmemelidir. Biraz okuma yazması, biraz toplama çıkarması olanlar da belirtilen bu oranın içindedir. Hattâ düzgün okuyup yazarların nitelikli kabul edildiğini Falih Rıfkı Atay, "İmlâsı düzgün demek, Osmanlıcada yarı bilgin demektir. Enikonu şöhret kazanmış yazarlar arasında kendi yazısındaki Arapça ve Farsça kelimeleri doğru okuyamayanlar çoktu." sözleriyle ifade eder (Atay, 2004, s. 476).

Mustafa Kemal Atatürk, 9 Ağustos 1928'de Sarayburnu (Gülhane) Parkı'nda yeni yazıyla ilgili görüşlerini açıklarken halkın eğitimden yoksunluğunu da şöyle dile getirmektedir:

"Bizim ahenktar, zengin lisanımız yeni Türk harfleri ile kendini gösterecektir. Asırlardan beri kafalarımızı demir çerçeve içinde bulundurarak, anlaşılmayan ve anlayamadığımız işaretlerden kendimizi kurtarmak, bunu anlamak mecburiyetindeyiz..."

"Şimdi sözden ziyade iş zamanıdır..."

"Çok işler yapılmıştır, ama bugün yapmaya mecbur olduğumuz son değil, lakin çok lüzumlu bir iş daha vardır: Yeni Türk harflerini çabuk öğrenmelidir. Vatandaşa, kadına, erkeğe, hamala, sandalcıya öğretiniz. Bunu vatanperverlik ve milletperverlik vazifesi biliniz. Bu vazifeyi yaparken düşününüz ki, bir milletin, yüzde onu, yirmisi okuma yazma bilir; yüzde seksen, doksanı bilmez; bu ayıptır. Bundan insan olanlar için utanmak lazımdır. Bu millet utanmak için yaratılmış bir millet değildir. İftihar etmek için yaratılmış ve tarihini iftiharlarla doldurmuş bir millettir. Milletlin yüzde doksanı okuma yazma bilmiyorsa hata bizlerde değildir. Hata onlardadır ki, Türk'ün seciyesini (karakter) anlamayarak birtakım zincirlerle kafamızı sarmıştır. Mazinin hatalarını kökünden temizlemek zamanındayız. Hataları tashih edeceğiz(düzelteceğiz). Hataların tashih olunmasında bütün vatandaşların faaliyetini isterim. En nihayet bir sene, iki sene içinde bütün Türk heyeti içtimaiyesi (toplumu)yeni harfleri öğreneceklerdir. Milletimiz, yazısıyla ve kafasıyla bütün âlem-i medeniyetin (medenî dünyanın) yanında olduğunu gösterecektir." (Ülkütaşır, 2000, s. 65).

Falih Rıfkı Atay, okur-yazar oranı ve Yazı Devrimi arasındaki ilişkiyi göz önünde tutarak bu oranın %50'nin üzerinde olması durumunda yazının değiştirilmeyeceğinin şüphe götürmez bir gerçek olduğunu belirtir (Atay, 2004, s. 482). Bu görüşü desteklemesi bakımından önemli tarihçilerimizden Sina Akşin de daha iyimser bir yaklaşımla okur-yazar oranının %20-25 dolaylarında olması durumunda bile böyle bir devrimin Atatürk'ün aklına pek de gerçekçi bir düşünce olarak gelmeyeceğini söyler (Akşin, 2018, s. 201).

Yeni Türk harflerinin öğrenilmesinde önemli bir işleve sahip olan ve 1 Ocak 1929'da açılan Millet Mekteplerinin okur-yazar oranının yükselmesinde oldukça etkili olduğu görülür. Bu okulların kuruluş amacı, 1928'de açıkça belirtilir: "Yeni Türk harflerinin kısa bir zamanda ve kolay surette her ferde okuyup yazabilmek imkânını bahşeden mahiyetinden Türk Milletini azami surette istifade ettirmek ve büyük halk kitlelerini süratle okuryazar bir hale getirmek." (T.C. Resmî Gazete, 24 Kasım 1928, Sayı:1048, s.6101).

Cehaletle yapılan savaşta eğitim seferberliğinin merkezi olarak düşünülen bu okullara büyük bir rol verilir. Devlet yönetiminin halk eğitimini öncelikli konuların başında görmesi, ciddi bir planlamanın ve özverili çalışmaların yapılmasıyla kısa sürede başarılı sonuçlar elde edilmiştir. Öyle ki, okur-yazar oranı, 1927'de %10,5 iken 1935'te %20,4'e ulaştığı ve okur-yazar oranında %100'lük bir artış sağlandığı görülür (Kılıç, 2017, s. 221). Sevindirici bir sonuç olarak yorumlanan bu başarı, cehaletin karanlığına karşı Millet Mekteplerince yakılan ateşin ışığı olarak anılmıştır. Bu aydınlanma ateşinin ışığı ki şehirlerle sınırlı kalmamış köylere kadar ulaşmıştır. İlk beş yılda açılan okulların 35.461'inin köylerde, 18.589'unun şehirlerde olması, Cumhuriyetin aydınlanma amacını açıklıkla ortaya koymaktadır (Yenişan, 2005, s. 122). 1950'lere gelindiğinde ise okuma yazma oranının %7-10'lardan %45-50'lere ulaştığı görülecektir. Yirmi beş yıldan daha kısa zamanda ulaşılan sonuçlar göstermektedir ki alfabe değişikliği sürecinde uygulanan programda büyük bir başarı elde edilmiştir (Meydan, 2010, s. 479).

Okur-yazarlığın düşüklüğünden yakınan Tanzimat aydınlarımızdan Namık Kemal, 27 Temmuz 1860'ta Hürriyet gazetesinde "Millet-i İslamiye'nin yüzde 2'si yazı bilir çıkmaz, diğer milletlerin yüzde 20'si okur-yazar bulunur. Bizimkilerin içinde on beş yaşında çocuk pek nadir bulunur ki Türkçe iki satır bir tezkere yazabilsin." (Akyol, 11 Aralık 2019) demektedir. %20'lik diye söz ettiği kesim ise Osmanlıdaki gayrimüslimlerdir.

Hüseyin Cahit Yalçın, 22 Eylül 1923'te Resimli Gazete' deki yazısında ise şunları söyler:

"...Bütün Türk basının bastıkları gazetelerin toplamı Avrupa'nın bir vilayet merkezindeki tek bir gazetenin baskı sayısına uzaktan bile yaklaşamaz. Şu ölçüt bize ispat eder ki bizde okuyup yazma bilenler nüfus sayımıza oranla pek azdır. Gazete okuyamayan bir memlekette ilmi ve edebî eserlerin ne kadar rağbet göreceği pek kolay tahmin edilebilir (...)Bu memlekette cehaleti azaltamıyoruz. Çünkü, harflerimiz buna engeldir. Çocuklarımız mekteplerde üç sene, dört sene çalıştıktan sonra da doğru okuyamazlar. Çocuklarımız değil, hiçbirimiz her kelimeyi doğru telaffuz ettiğimizi iddia edemeyiz. Böyle dil, böyle tahsil olur mu? Bir köylü çocuğu senelerce mektebe gidip de hiçbir şey öğrenmezse niçin vakit kaybetsin." (Ülkütaşır, 2000, s. 46).

Tanzimat'tan Cumhuriyet'e kadar bu yöndeki eleştirileri dile getiren daha başka aydınlar da örnek verilebilir. Toplumun %90'ı tarafından okuma-yazma bilinmezken nasıl oluyor da Yazı Devrimi ile cahil kalınmaktadır? Bunu söylemek, ömrü savaş meydanlarında geçmiş Gazi Mustafa Kemal Atatürk'e, silah arkadaşlarına ve toplumunu yüceltmeyi amaç edinen bu devrimin uygulayıcılarına karşı haksızlık değil midir? Şu da belirtilmelidir ki eski yazıyı bilen %10'luk kesim için tabii ki yeni yazıyı öğrenene kadar -birkaç haftalık- çok kısa bir geçiş süreci olmuştur. Oysa Cumhuriyete kadar toplumun %90'ının çeşitli nedenlerle cahil kalışının göz ardı edilerek Yazı Devrimi'ni karalamanın vicdani ve ahlaki bir yaklaşım olduğunu söylemek, kabul edilebilir bir tutum değildir.

2. "Geçmişimizle Bağımız Koparıldı!"

Yazı Devrimi'yle birlikte "Geçmişimizle bağımız koparıldı.", "Tarihimiz öğrenilmesin isteniyordu.", "Atalarımızdan kalan eserleri okuyamaz olduk." diyenlere karşı Cengiz Özakıncı, Eski yazıyı bilmekle eski eserlerin bir anda anlamının mümkün olmadığını, uzmanların dahi bu eserleri okurken büyük güçlük çektiğini ve Osmanlı döneminde bile aydınların kaleme aldıklarının halk tarafından okunmadığını dile getirmektedir (Özakıncı, 2017, s. 244).

Cengiz Özakıncı'nın ifade ettiği bu durumla üniversitelerde uzun yıllardır Osmanlıcanın yanı sıra Eski Türk Edebiyatı dersleri veren öğretim görevlilerinin sıklıkla karşılaştığı ve onların öğrenciler karşısında bu metinleri okurken zor durumda kaldığı hem hocalar hem de öğrenciler tarafından bilinmektedir. Bu açıdan bakıldığında eski yazının özellikle el yazmalarının rahatlıkla, seri bir biçimde okunduğunu söylemek, pek mümkün görülmemektedir.

Gazi Mustafa Kemal Atatürk, Cumhuriyet'in ilanından sonraki birkaç hafta içinde Mehmet Fuat Köprülü'den Türkiyat Enstitüsü kurulması için hazırlık yapılmasını ister ve hazırlıklar tamamlanınca 12 Kasım 1924'te Türkiyat Enstitüsü açılır. Savaşın yorgunluğuna, kısıtlı bütçeye ve onlarca yıldır birikmiş bir yığın sorun arasında bu Enstitü'nün hayata geçirilmesine öncelik verilecektir. Açılış tarihine dikkat edilirse bu konunun ne kadar ciddiye alındığı daha iyi anlaşılacaktır. "Kuruluş amaçları arasında 'Türk dilinin metinlere dayalı gramer ve sözlüğünü yapmak ve özel bir Türkoloji kütüphanesi kurarak burada Türk kültürü ile ilgili yayınları toplamak ve arşiv oluşturmak da vardır.'" (Öner, 2015, s. 87). Enstitü'nün adına ve kuruluş ilkelerine bakıldığında yapılmak istenenler, oldukça açıktır: Türk kültürünü ve tarihini bilimsel temellere dayandırarak araştırmak.

Cumhuriyet'in ilanından hemen sonra ivedi bir biçimde böyle bir girişimde bulunulması, bir eksikliği de akıllara getirmektedir. 1851'de Macaristan'da Türkoloji derslerinin verilmeye başlandığı ve 1870'ten sonra bağımsız Türkoloji kürsüsünün kurularak sistemli bir biçimde Türkçenin öğretilmesi (Duran, 2020, s. 2764), Türk dili ve kültürünün araştırılmasında Alman, Fransız ve Rus bilim insanlarının Türk araştırmacılardan çok uzun yıllar önce ve ciddiyetle çalıştıkları bilindiğinde birçok alanda olduğu gibi dil-kültür-tarih çalışmalarında da ne kadar geç kalınmış olduğu görülecektir.

Türkiyat Enstitüsünden sonra 1931'de Türk Tarih Kurumu kurularak Türklerin tarihinin yalnızca Osmanlı İmparatorluğu ile sınırlı olmadığı, Türklerin binlerce yıldır tarih sahnesinde rol aldığı dünya kamuoyuna anlatılmaya çalışılmıştır. Kurum aracılığıyla Anadolu Selçuklularını, Büyük Selçuklular, Asya Hunları ve diğer Türk devletlerinin tarihleri hakkında araştırmalar yapılmasının yolu açılmıştır. Türklerin tarih öncesine kadar olan geçmişinin araştırılıp dünya kamuoyu ile paylaşılması ve en eski çağlardan itibaren uygarlık sahnesinde Türklerin varlığı kanıtlanmak istenmiştir. Bu yöndeki görüşleri destekleyen yabancı yayınlar da Türkçeye kazandırılmıştır.

Bazı Batılı kaynaklarda Türkler, sarı ırk olarak tanımlanıp ikinci sınıf olarak adlandırılmakla birlikte barbar ve istilacı bir kavim olarak tanıtılmaktadır (İnan, 1957, s. 3). Ünlü romancımız Yakup Kadri Karaosmanoğlu, işgal yılları sırasında 1919'da İsviçre'de bulunurken lokantada, çarşıda, sokakta Türk olduğu anlaşılınca alay edildiğinden söz etmektedir:

“Gün geçmiyordu ki Türk ırkının manevi şahsiyetinin çamurdan çamura sürüklenir görmeyeyim... Makak-yani bir nevi şempanze- bizim lakabımızdı ve bunu, gazeteler, bizden bahsederken sık sık kullandıkları gibi, halk arasında bazı kimselerin de yüzümüze haykırdıkları oluyordu ve gönül verdiğimiz genç kızlar Türklüğümüzü sezince bizden iğrenip kaçıyor” (Karaosmanoğlu, 1983, s. 32).

İngiltere Başbakanı Lloyd George da: “Türkleri medenileştireceğiz.” ifadesini dile getirmiştir (Adıvar, 2005, s. 30).

Türlere karşı olan bu yöndeki önyargıların ortadan kaldırılması için Türk tarihinin ve kültürünün araştırılmasına ağırlık verildiği, bu amaçla Türk Tarih Tezi'nin geliştirildiği görülecektir. Bu tez, bazı Batılı tarihçi ve düşünürlerin Türkiye üzerindeki emellerine ulaşmak için ortaya attıkları Türkleri küçültücü iddialarına karşı ulusal bilinci yaratmak amacıyla geliştirilmiştir (Avcı, 2019, s. 8). Atatürk'ün konuşmalarındaki “Ne mutlu Türküm diyene” ve “Türk! Övün, çalış, güven” sözlerini gerek dış dünyaya gerekse yıllardır diline ve tarihine gereken değeri vermeyenlere karşı söylediği düşünülmektedir. Ayrıca Atatürk'ün bu ifadeleri, içinde yetiştiği topluma duyduğu güveni göstermenin yanında ulusun da kendine güven duyması amacıyla söylemiş olabileceği akıllara gelmektedir.

Atatürk'ün öncülüğünde yapılan dil-kültür-tarih çalışmalarıyla Türk tarihi ve Türk kültürü ulusal bir çerçeve içinde ortak bir temele dayandırılmak istenmiştir. Bu çalışmalar yapılırken de bilimsel ölçütler esas alınmış, yalnızca yerli araştırmacıların değil yabancı araştırmacıların eserleri de dikkate alınarak ortaya çıkarılan ürünlerin evrensel olmasına önem verilmiştir. 2876 Sayılı Kanun'a göre kurulan Türk Tarih Kurumunun amaç ve görevleri maddeler hâlinde açıklanırken “Türk Tarihi ve Türkiye Tarihi” ifadelerinin defalarca kullanılması da “Geçmişimizle bağımız koparılmak isteniyor.” eleştirisini getirenlere özellikle hatırlatılması gereken bir noktadır (Çelik, 2011, s. 85). Ayrıca, Türk Tarih Kurumunun başlangıcından bugüne değin dergiler dâhil 1400'e yakın eser yayımlaması da o dönemde atılan adımların ne derece etkili olduğunu göstermesi bakımından bu yaklaşımları sergileyenlere duyurulmalıdır (www.ttk.gov.tr/tarihce/).

Cumhuriyet döneminde Türk tarihi gibi Türk diline de gereken önem gösterilmiş, 1932'de Türk Dil Kurumunun kurulmasıyla dilimiz yabancı etkilerden arındırılmaya çalışılmış, Derleme ve Tarama Sözlükleri'nin hazırlanmasıyla Türkçenin söz varlığı gün yüzüne çıkarılmıştır. Türkçenin lehçelerinden ve halk ağzındaki öz Türkçe sözcükler yazı-kültür dilimize kazandırılmış; atasözlerimiz, deyimlerimiz, türkülerimiz, manilerimiz, masallarımız derlenmiştir. Bu atılan tohumlarla Türk dilini ve kültürünü koruyup geliştirme, öz kimliğine kavuşturma adına kısa sürede sayıca ve nitelikçe ciddi yayınlar yapılmıştır.

Sadece dil ve tarihle ilgili değil, çeşitli konuları içeren kitapların basımında 1928 sonrası oldukça dikkate değer bir artışın olduğu göze çarpacaktır. 1876-1928 arasındaki elli iki yıllık dönemde 27.000 kitap yayımlanırken 1928'den sonraki ilk on yılda 15.244 kitap yeni yazıyla yayımlanır. Bu dönemde yılda ortalama 1524 kitap yayımlanırken bu oranın, 1928 öncesinin üç katı olduğu tespit edilmiştir (Akalin, 2002, s. 31).

1928 sonrasında basın-yayın faaliyetlerindeki canlılığı görmezden gelip Yazı Devrimi'nin kültürel ve bilimsel birikimi yok ettiğini söyleyenlere karşı Özdemir İnce, Divan şiiri dışında Osmanlıca yazılmış tıp, fizik, kimya, biyoloji, matematik kitaplarının ne kadar olduğunu sorar. Elde bulunanların da tercüme olduğunu, ayrıca 1923 yılına gelindiğinde kütüphane ve kitap sayısını kimsenin utanmadan yanıtlamayacağını belirtir (İnce, 2008).

Özellikle 1934'te Türk Arkeoloji Enstitüsü, 1935'te Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi kurularak dil, tarih-coğrafya ve arkeoloji alanlarında çalışmalar ivme kazanmış ve araştırmalar bilimsel yöntemlere dayandırılmıştır. Yurdun dört bir yanında müzeler açılmış, dışarıdan bilim insanları davet edilmiş, yetişmiş Türk arkeologları olmadığı için yurt dışına arkeoloji eğitimi alması için öğrenciler gönderilmiştir. Bu ve benzeri çalışmaların ivme kazanmasında Mustafa Kemal Atatürk'ün doğrudan etkili olduğu ve birçok çalışmayı yakından takip ettiği bilinmektedir. Onun arkeolojiye ve tarihi eserlere verdiği önem, Ahlatlıbel ve Alacahöyük kazılarının masraflarını şahsi bütçesinden karşılamasından ve 22 Mart 1931'de İsmet İnönü'ye gönderdiği şu telgraftan da gayet iyi anlaşılabilir:

“Memleketimizin hemen her tarafında emsalsiz defineler halinde yatmakta olan kadim medeniyet eserlerinin ileride tarafımızdan meydana çıkarılarak ilmi bir surette muhafaza ve tasnifleri ve geçen devirlerin sürekli ihmali yüzünden pek harap bir hale gelmiş olan abidelerin muhafazaları için daha fazla ihtimam gösterilmesi, arkeoloji için daha fazla talebe yetiştirilmesi...” (Ünar, 2020, s. 134).

Türk dili, tarihi ve kültürünü araştırmak için kurulan bu kurumların, kültürümüzle ilgili yapılan çalışmaların ve kısa sürede ortaya çıkarılan nitelikli eserlerin, geçmişimizin öğrenilmesi, gelecek kuşaklara aktarılması için yapıldığı inkâr edilebilir mi?

Bütün bu açıklananlara karşılık Cumhuriyet döneminin başlarında Osmanlı'ya karşı mesafeli bir yaklaşımdan söz edilebilir. Ancak, bu yaklaşımın Cumhuriyet'in başlangıç yıllarında olduğunu ve durumu “geçmiş yok saymak” gibi ağır bir dille ifade etmek yerine “yakın geçmişe mesafeli durmak” biçiminde ifade etmenin daha akla yatkın olduğu söylenebilir. Çünkü İstanbul Hükümeti'nin Kuvayı Milliye'den yana olmak yerine Kuvayı İnzibatiye'yi kurarak Kurtuluşu yok etme çabaları, boyunlarında idam fermanlarıyla zaferi kazanan Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları ile Anadolu insanının belleklerinden silinmemiştir. “Anadolu ve İstanbul bağımsızlık ile tutsaklığın, özgürlük ile mahkûmiyetin zıtlaştığı ve çatıştığı iki parça halinde” (Atatürk, 2020, s. 391) beliren bir tablonun renkleri gibi belleklerde hâlâ canlılığını sürdürmektedir. Pek doğaldır ki her devrimci, eserini koruma ve yüceltme mantığıyla hareket edecektir. Bu durum göz önüne alındığında “mesafeli duruş”un daha kabul edilebilir olduğu anlaşılacaktır.

3. “Batılıların Yazısını Alırsak Ecnebileşiriz?”

Yazı Devrimi öncesi ve sonrasında bazı kesimlerde bu girişimle birlikte kültürel ve özellikle de dinsel bir kopuşun olacağı yönünde kaygı baş gösterir. Bu kaygıdan hareketle Batılıların yazısının alınması halinde ecnebileşme düşünceleri dillendirilir. “Ecnebileşmek” kavramıyla toplumun yabancılaşacağı, İslâm dininden uzaklaşıp başka dinlere geçeceği vurgulanmaktadır. Kâzım Karabekir, Latin harfleriyle ilgili bir demecinde “...bu harfleri kabul ettiğimiz gün, en büyük felakete derhal bütün Avrupa'nın eline güzel bir silah verilmiş olacak, bunlar âlem-i İslâm'a karşı diyeceklerdir ki, Türkler ecnebi yazısını kabul etmişler ve Hristiyan olmuşlardır. İşte düşmanlarımızın çalıştığı şeytânkârane fikir budur.” (Ülkütaşır, 2000, s. 44). Karabekir'in sözleri, sadece yazı konusunda aydınlanmamış halkın bakışını değil aynı zamanda iyi eğitilmiş kişilerin de düşüncelerini göstermesi bakımından önemlidir.

Ecnebileşmek kavramı daha çok “Batılılaşmayı” işaret etmektedir. Bu söz, halk arasında “gâvurlaşmak” olarak tanımlanacak ve çağdaşlaşmadan yana olanlar, geleneğin kimilerine göre de dinin dışına çıkanlar, bu tanımlamayla anılacaktır. İlk akla gelen örnekle, II. Mahmut fes ve kıyafetle ilgili değişiklik yaptığında ve salgın hastalıklar karşısında yabancı doktor getirmek istediğinde kendisine “Gâvur Padişah” denildiği unutulmamalıdır. Geçmişe bakıldığında Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün bu kültür devrimine “ecnebileşiriz” kaygısıyla karşı çıkılması, pek de yeni bir durum değildir. Kaldı ki Atatürk'ün ülkemizi ulaştırmak istediği “çağdaş uygarlık düzeyi” hedefine gidilirken “Batı” veya “Doğu” diye bir betimlemeden, “Batılılaşmak” veya “Doğululaşmak” diye bir yönelimden açıkça söz edilmez. Tek yönelimin, gençler ve gelecek kuşaklar için tek yol göstericinin “bilim ve akıl” olduğu sıklıkla vurgulanacak; bu da Atatürk'ün “Hayatta en hakiki mürşit ilimdir, fendir.” sözleriyle ilkesel bir boyuta taşınacaktır.

4. “Dinimiz Unutturulmak İsteniyor!”

“Dinimiz unutturulmak isteniyor.” görüşü, yapılan eleştiriler arasında en ağırı olmasının yanında bu yaklaşımın topluma nefret tohumları eken bir ifade olduğu söylenebilir. Bu ve benzeri kışkırtıcı ifadelerin varlığına neredeyse birçok toplumun tarihinde rastlanabilir. Ne yazık ki dinî gerekçelerle Yazı Devrimi'ne ve bu Devrim'in mimarı Atatürk'e karşı da bu yönde ağır eleştiriler getirilmiştir. Kur'an-ı Kerim'in Arap harfleriyle yazıldığı ve bu nedenle yeni yazının kabulüyle İslâmiyet'in unutturulmak istendiği savı, günümüze değin ileri sürülmüştür. Kur'an harfleriyle yazıda kullanılan Osmanlıca'nın farklılık gösterdiği, Osmanlıca bilen birinin Kur'an-ı; Kur'an-ı Kerim'i okuyup yazabilen birinin ise hemen Osmanlıca okuyamayacağı bilinmelidir. Ayrıca, Cumhuriyet öncesinde maliye, askeriye, adliye vb. her devlet kurumunda farklı yazı çeşitleri kullanıldığı ve bunları okuyup yazmanın uzmanlık gerektirdiği de günümüzde bilinmemektedir.

Bu ağır eleştiriyi getirenlere, din işerinin daha sağlıklı ve daha planlı yürütülmesi için 1924'te Diyanet İşleri Başkanlığının kurulduğu, ilk Türkçe Kur'an-ı Kerim'in meal ve tefsiri ile hadis kitaplarının yazdırıldığı, Elmalılı Hamdi Yazır'ın tefsir ve tercümesi ile Buhari'nin hadislerinin ücretsiz olarak ülkenin dört bir yanına dağıtıldığı hatırlatılmalıdır. Türk ulusunun inancını doğru öğrenebilmesi amacıyla ilköğretimden başlanarak “Cumhuriyet Çocuğunun Din Dersleri” adlı ders kitabının okutulduğu da dikkate alınmalıdır (Uluşan, 2018, s. 306). Ayrıca, Cumhuriyet döneminde ibadethanelerin korunmasına özen gösterildiği, birçok caminin onarımının yaptırılarak eksiklerinin giderildiği, ibadethanelerin aslına uygun olarak yapılması için kararnamelemlerin çıkarıldığı ve özellikle Mustafa Kemal Atatürk tarafından imzalandığı bilinmelidir. (Aydın & Ergün, 2020, s. 59). Atatürk, 1 Mart 1923'te TBMM'nin 4. Toplantı Yılı'nın açılışında yaptığı konuşmada yurdun çeşitli yerlerinde 126 cami ve mescit ile 31 medrese ve okul, 22 suyolu ve çeşme, 175 gelir getiren yer ile 26 hamamın onarım ve eksiklerinin giderildiğini söyler (Atatürk, 2006, s. 169).

Yazı konusunun teknik-akademik bir alan olduğu bu yazının başında dile getirilmişti. Yazı Devrimi, siyasal tartışmaların içine çekilmeden dilbilim, fonetik ölçütler içinde değerlendirilmelidir. Fonetik açıdan bakıldığında Türk dilinin sesliler açısından oldukça zengin olduğu görülecektir. Türk lehçelerinde 8-10 sesliye karşılık eski alfabede bu sesleri gösteren 3 harf varken Arap alfabesinde harflerin yazılışları başta, ortada ve sonda farklılık göstermekteydi. Aynı zamanda Arap alfabesinde sessiz harflerin kimileri için ikişer, üçer hatta dörder biçim kullanılıyordu. Sözelimi zalim 'in, zillet 'in, tazyik 'in, zal'ın z'si aynı ses ve harf

olmadığı halkın bilgisi dâhilinde değildir (Ediskun, 1999, s. 26). Özellikle eski yazının Türkçenin seslerini göstermede yetersizliği, bir harfin birkaç sesi göstermesi bunun sonucunda da bir sözcüğün üç-beş farklı biçimde okunduğu göz önünde tutulmalıdır. Örneğin oldu ile öldü'nün, göz ile güz'ün, kol ile kul'un, kör ile gör'ün yazılışları aynıdır. Latin kökenli yeni Türk yazısı, "Türkçedeki seslerin ve ses birimlerinin gösterilmesi açısından büyük bir tutarlılık sağlamış, ünlülerin gösterilmesi açısından yeterlilik, ünsüzlerin gösterilmesi açısından yalınlık ortaya koymuştur. Ünlü ve ünsüz uyumlarının kurallaştırılmasıyla Türkçenin kalıcı kılınmasında eşbiçimliklerin sayısı artmış ve bunlar Latin alfabesinde gösterilebilmiştir." (İmer, 1998, s. 61).

Eski yazının kitap, dergi ve gazetelerin basımında da yarattığı güçlükler söz konusudur. Matbaa yazısında harflerin kelime başında, ortasında ve sonunda yazılışları için ayrı şekiller, dolayısıyla ayrı kalıplar bulunmaktaydı. Bu durum da şekil kalabalıklığını doğurmaktaydı. O günlerin basım koşulları düşünüldüğünde ve dizginin elle yapılarak harflerin teker teker bir araya getirildiği göz önünde bulundurulursa bir kitap veya gazete basmanın ne kadar güç bir iş olduğu anlaşılacaktır (Akalın, 2002, s. 30).

Alfabe tartışmalarının Cumhuriyet'ten çok önce 1860'larda başladığı ve önemli görevlerde bulunan birçok yönetici ve aydının yazının düzeltilmesi veya değiştirilmesi gerektiği yönünde görüşlerinin veya girişimlerinin olduğu hatırlanmalıdır. Başta Encümen-i Dâniş yazarlarının yanı sıra Ali Suavi, Yenişehirli Avni, Ahmet Mithat Efendi, Macid Paşa, Şemsettin Sami, Şinasi ve Namık Kemal gibi sanatçılar, Arap alfabesinin Türkçeyi ifade etmekteki yetersizliğini dile getirirler (Akçay, 2007). II. Meşrutiyet yıllarında ise konunun daha da gündemde olduğu gözlerden uzak tutulmamalıdır. Bunda özellikle Arnavutların Latin alfabesini kabul etmesi etkili olmuştur. Önceki dönemlere göre bu dönemde bazı uygulamaların yürürlüğe koyma çabaları görülür. Maarif Nazırı Şükrü Bey döneminde "huruf-ı munfasıla"nın uygulanma girişimi bunlardan biridir. Enver Paşa'nın da 1914'te Arap harflerinin başta-ortada ve sondaki farklı yazımlarını kaldırarak harfleri birleştirmeden yazma isteği olmuş, Birinci Dünya Savaşı'nın başlaması nedeniyle bu düşünce ertelenmiştir (Ulu, 2014, s. 279).

Atatürk'e Göre Yazı Devrimi ve Büyük Taarruz

Yazı Devrimi, Mustafa Kemal Atatürk'ün iradesinde biçimlenmiş ve büyük bir başarıyla sonuçlanmıştır. Atatürk'ün 26/27 Ağustos 1928 gecesi Ertuğrul yatında telsizle yaptığı konuşma, Yazı Devrimi'nin başarısını savaş meydanlarındaki başarıdan daha önemli gördüğünü göstermesi bakımından önemlidir. O gece 26 Ağustos zaferi ile ilgili duygularını aktardıktan sonra yeni Türk harfleriyle ilgili şunları söyler: "...Bugün yeni Türk harfleriyle cehalete karşı açtığımız mücadelenin yarın millet için 26 Ağustos zaferinden daha yüksek ve geniş saadet neticeleri getireceğini muhakkak görüyorum." (Ülkütaşır, 2000, s. 94).

'Medeniyet dediğin tek dişi kalmış bir canavar' anlayışının devam ettiği bir dönemde -Kurtuluş Savaşı'nın hemen ertesinde- duygusallığa kapılmayıp akılcı düşünüşün öncüsü olan Atatürk, askerî zaferle yetinip ondan çok daha zor bir savaşa girişmeseydi, adı bugün dünyanın sayılı devrimcileri arasında anılmayacaktı (Koloğlu, 2004, s. 137). Atatürk'ü gerçek anlamda anlamak, onun ülkesi ve toplumu için yapmak istediklerini eksiksiz ve doğru anlamakla mümkündür. Bu yönüyle Yazı Devrimi, tüm gerçekliğiyle doğru anlaşılması ve anlatılması gereken kültür devrimlerinin itici gücü durumundadır.

Alfabe tartışmalarındaki tarihsel süreç göz ardı edilip toplumun eğitimiyle ilgili bir konuya siyasî hesaplaşma ruhuyla bakıldığında yapılan karalama çabaları akılcı ve ahlakî görülmemektedir. Elbette her devrimin, siyasal içeriği ve niteliği vardır. Bu yönüyle Türk kültür devriminin de siyasal iktidardan soyutlanmış olduğu söylenemez. Eski siyasal yapının simgesini değiştiren ve yeni ulusal yapının simgesi olan Yazı Devrimi, bütün sonuçlarıyla ve tam anlamıyla bir kültür devrimi olarak görülmelidir (Kongar, 1979, s. 68). Kültürel ilerlemeye öncülük edeceği öngörülen Yazı Devrimi'yle çağdaş ülkelerle yakınlık kurulması düşünülmüş, Türkiye Cumhuriyeti'nin yönü, yeni yazıyla daha net biçimde ortaya konulmuştur.

Sonuç

Yazı Devrimi, ulusal bağımsızlığı egemen kılmak ve kalıcı duruma getirmek için zaman kaybedilmeden girişilen uygarlık savaşımızın temelini oluşturur. Eğitim ve kültürle kazanılacak bu savaşın en önemli adımlarından biri 1 Kasım 1928'de atılmış, bu tarihle ve yeni yazıyla birlikte Türk dili kendi zenginliğini gösteren yazısını bulmuştur. Osmanlı İmparatorluğu'nun eğitimle ilgili son dönemdeki hamleleri, okur-yazarlık oranında ciddi bir artış yaratmamakla birlikte bu konudaki asıl engelin alfabe olduğu, Tanzimat'tan Cumhuriyet'e kadar aydınlar tarafından dile getirilmiştir. Ancak dile getirilen bu sorun, gazete veya kitap sayfalarında kalmış ne yazık ki köklü bir çözüm için adım atılmamıştır. Yazı Devrimi'yle birlikte okur-yazar oranında dikkat çekici bir yükseliş görülmektedir. Bu yükselişte yeni devletin yukarıdan aşağıya bütün yönetim kademelerinin seferber edilmesinin oldukça önemli bir etken olmasının yanında yeni alfabenin geniş halk kitleleri arasında kabul görmesi, bu alfabenin toplumda öğrenme isteğini artırıcı etki yapması da söz konusudur. Cumhuriyet döneminde yapılan Türk kadınlarına seçme ve seçilme haklarının verilmesi, Millet Mekteplerinin açılması, Mecelle'nin kaldırılması, Medeni Kanun'un kabul edilmesi, laikliğin anayasaya girmesi gibi daha pek çok devrimin topluma dönük amaçları olduğu düşünüldüğünde bu kültür devriminin de toplumsal gerekliliği daha iyi anlaşılacaktır.

Alfabe değiştirme veya mevcut alfabeyi düzeltmenin gerekli olduğunun dile getirilmeye başlandığı 1860'lar ve sonrasında konunun giderek tartışılmaya başlandığı bilinmektedir. Üstelik bu tartışmaların başlangıç yıllarında Cumhuriyet kadrosunun henüz doğmadığı unutulmamalıdır. Başka bir açıdan söylemek gerekirse 1 Kasım 1928'deki alfabe değişikliği Cumhuriyet'ten önce yapılmış olsaydı bu kadar eleştirilir miydi? Belki de sorulması gereken sorulardan biri de budur.

1923 sonrasında Türk tarihi ve diliyle ilgili yapılan çalışmalara kurumsal bir kimlik kazandırılarak devlet eliyle Türk Tarih Kurumu ve Türk Dil Kurumunun kurulması, günümüze değin üniversitelerde tarihimiz, kültürümüz ve dilimizle ilgili bilgi

şölenlerinin düzenlenip projelerin yürütülmesinin yanı sıra yayınların yapılması, yazımızın girişinde söylenen eleştirileri çürütmektedir.

Bugün yerleşmiş, kökleşmiş ve toplum tarafından benimsenmiş bir devrimin çeşitli biçimlerde karalanmaya çalışılması, yersiz bir çaba olarak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

- Adıvar, H. E. (2005). Türk'ün Ateşle İmtihanı. İstanbul: Özgür Yayınları.
- Avcı, C. (2019). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Eğitim Kültür Kurumları (1923-1938 Yılları Arası), Kesit Akademi Dergisi, 20, 1-10.
- Akalın, Ş.H. (2002). Atatürk Döneminde Türkçe ve Türk Dil Kurumu, Türk Dili, 70.Yıl Özel Sayısı, 1-56.
- Akçay, Y. (2007 Şubat). Osmanlı Dönemi Alfabe Tartışmaları Bağlamında Dr. İsmail Hakkı Bey ve Islah-ı Huruf Cemiyeti, Uluslararası Türk Dili ve Edebiyatı Kongresi, Erzurum.
- Akşin, S. (2018). Kısa Türkiye Tarihi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Akyol, T. (2019 Aralık 2011). Osmanlı'da Okuryazarlık ve Harf Devrimi, 12.01.2021 tarihinde Karar Gazetesi, <https://www.karar.com/yazarlar/taha-akyol/osmanlida-okuryazarlik-ve-harf-devrimi-11898> adresinden alındı.
- Atay, F.K. (2004). Çankaya. İstanbul: Pozitif Yayınları
- Atatürk, M. K. (2020). Nutuk. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Atatürk, M.K. (2006). Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri I-III. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Araştırma Merkezi.
- Aydemir, Ş.S. (1999). Tek Adam III. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Aydın, N. & Ergün, E. (2020). Atatürk'ün Din Politikası ve Günümüze Yansımaları. Tarih ve Günce, 6, 49-80.
- Berkes, N. (2019). Türkiye'de Çağdaşlaşmak. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları.
- Çelik, S. (2011). Atatürk'ün Kurduğu Kurumlar. İstanbul: Truva Yayınları.
- Duran, A. (2020). Macar Türkolojisi. Belgi Dergisi, 20, 2764
- Ediskun, H. (1999). Türk Dilbilgisi. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Eker, S. (2003). Çağdaş Türk Dili. Ankara: Grafiker Yayınları.
- İmer, K. (1998). Türkiye'de Dil Planlaması: Türk Dil Devrimi. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- İnan, A. (1957). Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesinin Kuruluş Hazırlıkları Üzerine, Tarih Araştırmaları Dergisi, I(1), 1-16.
- İnce, Ö. (2008, Kasım 1). Harf Devrimi. 15.01.2021 tarihinde Hürriyet Gazetesi: <https://www.hurriyet.com.tr/harf-devrimi-10258269> adresinden alındı.
- İpekçi, A. (2004). İnönü Atatürk'ü Anlatıyor. İstanbul: Dünya Yayıncılık.
- Karaosmanoğlu, Y.K. (1983). Atatürk. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kansu, M. F. (2009). Erzurum'dan Ölümüne Kadar Atatürk'le Beraber (1. cilt). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Kongar, E. (1979). Yazı Devriminin Gerçek Anlamı, Yazı Devrimi. Ankara: TDK Yayınları 476.
- Kılıç, F. (2017). Yeni Türk Alfabesinin Yaygın Eğitim Yoluyla Öğretilmesi. Atatürk Yolu Dergisi, 61, 207-248.
- Koloğlu, O. (2004). Mustafa Kemal. İstanbul: Boyut Kitapları.
- Martin, V. (2020). Atatürk'te Akıl ve Bilim. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Meydan, S. (2010). Cumhuriyet Tarihi Yalanları. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Öner, M. (2015). Türk Dünyası ve Türkoloji. Aydın Türklük Bilgisi, 1(1), 87-93.
- Özakıncı, C. (2017). Dünden Bugüne Türklerde Din. İstanbul: Otopsi Yayınları.
- T.C. Resmî Gazete, 24 Kasım 1928, Sayı:1048, Başvekalet İstatistik Umum Müdürlüğü, Neşriyat No: 51, İstanbul: Devlet Matbaası.
- Tekin, T. (1997). Tarih Boyunca Türkçenin Yazımı. Ankara: Simurg Yayınları. <https://www.ttk.gov.tr/tarihce/>, 26.01.2021'de erişildi.
- Ulu, C. (2014). Osmanlıda Alfabe Tartışmaları ve Latin Alfabesinin Kabulü Sürecinde Mustafa Kemal'in Çıktığı Yurt Gezileri: Tekirdağ Örneği. Tarih Araştırmaları Dergisi, 33(55), 277-302.
- Uluşan, Ş. (2018). Atatürk Dönemi Din Uygulamaları (1923-1938) (Yorumlar, Eleştiriler, Değerlendirmeler). Cappadocia Journal Of History And Social Sciences, 11, October, 306-320.
- Ülkütaşır, M.Ş. (2000). Atatürk ve Harf Devrimi. TDK Yayınları.
- Ünar, Ş. (2020). Atatürk Döneminde Türk Arkeolojisi. Anasay, 11, 134.
- Yenişan, A. (2005). Tarih boyutu içinde alfabe sorunu ve Türk harf devrimi (1839-1929) (Yayımlanmamış Y.L. Tezi), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.

Okul Öncesi Çocuğa Sahip Annelerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aile İşlevselliği Arasındaki İlişki

The Relationship Between Social Media Addiction and Family Functioning of Mothers with Preschool Children

Özlem GÖZÜN KAHRAMAN **, Nihan DEMİRBAŞ***

* Gönderilen bu makale; tezden üretilmiş ve oluşturulmuştur.

** Doç. Dr., Karabük Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi, Safranbolu Şefik Yılmaz Dizdar Meslek Yüksekokulu, okahraman@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2767-0592

*** Öğretim Görevlisi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Salihli Meslek Yüksekokulu Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, nihan.demirbas@cbu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6846-0335

Öz

Bu çalışmada, okul öncesi çocuğa sahip annelerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile aile işlevselliği ve anne-çocuk arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla uygun örnekleme yöntemiyle belirlenen çalışma grubunu, çocuğu okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 244 anne oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF), Aile Değerlendirme Ölçeği (ADÖ) ve Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde verilerin normallik dağılımına göre Mann Whitney U Testi, Kruskal Wallis H Testi ve Ki-Kare Testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular literatür ışığında tartışılıp yorumlanmıştır. Bulgulara göre annelerin sosyal medya kullanım süresi azaldıkça sanal tolerans ve sanal iletişimleriyle genel olarak sosyal medya bağımlılıklarının azaldığı belirlenmiştir. Çalışan annelerin aile içi genel işlevlerinin ve çalışmayan annelerin problem çözme durumlarının daha iyi düzeyde olduğu belirlenmiştir. Tek çocuğa sahip annelerin daha fazla sayıda çocuğu olan annelere göre aile içi genel işlevlerinin daha iyi olduğu, annelerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça çocuklarıyla ilişkilerinin bozulduğu belirlenmiştir. Annelerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça çocuklarıyla ilişkilerinde çatışma durumunun da arttığı belirlenmiştir. Annelerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça aile işlevselliğinin azaldığı saptanmıştır. Annelerin çocuklarıyla ilişkileri arttıkça aile işlevselliğinin daha sağlıklı olduğu, genel işlevlerin ise sağlıksız olduğu belirlenmiştir. Annelerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça annelerin çocuklarıyla ilişkilerinin bozulduğu söylenebilir. Bu sonuç doğrultusunda sosyal medya bağımlılık düzeyi fazla olan annelere sosyal medyayı bağımlılık düzeyinde kullanan ve kullanmayan bireylerin çocuklarıyla olan iletişimlerinde ne gibi farklılıklar olduğu hakkında karşılaştırmalı veriler sunulurken sosyal medya bağımlılığı konusunda farkındalık çalışmaları yapılabilir. Sosyal medya bağımlılığı olan annelerin sosyal medyada geçirdikleri süreye kısıtlama getirilerek çocuklarıyla ev içi ve ev dışı aktivitelere yönlendirilmesi önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Okul Öncesi Dönem, Sosyal Medya Bağımlılığı, Aile İşlevselliği, Anne-Çocuk İlişkisi.

Abstract

In this study, it is intended to examine the social media dependency levels of mothers with preschoolers and the relationship between family functionality and the mother-child. The study group, determined by the appropriate sampling method for this purpose, consists of 244 mothers whose children continue with the preschool education institution. In the collection of data, Social Media Dependency Scale - Adult Form (SMBO-YF), Family Evaluation Scale (ADO) and Child-Anababa Relationship Scale were used. Data analysis uses Mann Whitney U Test, Kruskal Wallis H Test and Ki-Square Test based on the normality distribution of data. The findings were discussed and interpreted in the literature. It has been determined that as mothers' social media usage time decreases, social media dependencies are generally reduced through virtual tolerance and virtual communications. It has been determined that the general functions of working mothers in the family and the problem-solving situations of non-working mothers are better. It has been determined that mothers with single children have better domestic functions than mothers with more children. As mothers' social media dependencies grew, it was determined that their relationship with their children had deteriorated. As mothers' social media dependencies grew, it was determined that conflict with their children increased. As mothers' social media dependencies grew, family functionality was reduced. As mothers grew more connected with their children, it was determined that family functionality was healthier and general functions were unhealthy.

Keywords: Preschool Period, Social Media Addiction, Family Functionality, Mother-Child Relationship.

Giriş

0-6 yaş dönemini içerisine alan okul öncesi dönemi bireyin tüm gelişim alanlarının temelini oluşturan, hız ve gelişim açısından en yoğun olduğu dönemdir. Günümüzde sosyal medyanın gelişimiyle sosyal medya kullanımı artış göstermekte, aile içerisindeki dinamikleri etkilemekte bireylerin ve çocukların bilgisayar veya internet teknolojisiyle erken dönemde tanışmasına olanak sağlamaktadır. Bazı araştırmalarda çocukların sosyal medya ile erken yaşta tanışması sosyal medyanın çocukları oyunlardan ve sosyal ortamlardan soyutladığı, çocukların aileleriyle ya da akranlarıyla olan iletişimini sınırlandırdığı veya engellediği gibi sonuçlara ulaşılmış ve bu konuyla ilgili birçok araştırma yapılmasına neden olmuştur (Armstrong & Casement, 2000; Uyanık Aktulun & Elmas, 2019).

Hemen her kesimden bireylerin kullanım sağladığı sosyal medya fotoğraf ve çeşitli video paylaşımlarının yapıldığı, fikir ve duyguların daha kolay aktarıldığı bir mecra olarak günümüzde yaygın şekilde kullanılmaktadır. Bu kullanım hem çocukların hem de ebeveynlerin sosyal medya kullanımını ve sosyal medyada geçirilen zamanın süresini de artırmaktadır. Her geçen gün daha da günlük yaşantımızda yer edinen sosyal medya, güncel bilgiye de en hızlı ulaşım sağlanan kitle olarak tanımlanmaktadır (Durmuş & Övür, 2021). Bu kitle iletişim aracının kullanımı bireylere hem olumlu hem olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir. Bu olumsuz etkilerden bir tanesi de bireylerin aileleriyle ve arkadaş çevresiyle geçirdikleri zamanın kısalması, geçirdikleri zamanın kalitesinin düşmesi ve sanal ortamdaki hayatı gerçek hayatlarıymış gibi algılamalarıdır. Buna bağlı olarak kişiler toplum içindeki sosyalleşme yetilerini kaybedip asosyalleşmeye doğru giderek yalnız bireyler haline dönüşmektedir (Altunbaşak & Tetik, 2019; Tufan 2018). Çünkü çocuğun ilk olarak ilişki kurduğu çevresi ailesi yani anne ve babasıdır. Ailenin çocuğun gelişiminde kurduğu iletişim özellikle anne ve çocuk arasındaki olan etkileşim ve iletişim çocuğun sağlıklı ve güvenli bağlanmanın temelini oluşturur (Güngör Aytar & Kaytez, 2015).

Anne-Çocuk İletişimi (Olumlu İlişki)

Çocuğun ilk iletişim kurduğu insanların başında annesi gelir. Çocuk henüz anne karnındayken annesi ile duygusal yönden bir bağ oluşturur. Bu durum doğum sonrasında da güçlenerek devam eder ve iletişim zamanla annenin ruhsal duygu durumuna, sevincine ve üzüntüsüne göre kısacası o anki duygu durumuna göre şekillenir. Bu iletişimin olumlu ya da olumsuz gelişeceğinin kararını da anne vermektedir. Annenin istenen bir hamilelik veya istenmeyen hamilelik yaşaması bu durumda belirleyici bir etkidir. Annenin planladığı bir hamilelik yaşaması çocuğuyla olan iletişimini olumlu yönde etkilenirken plansız veya istenmeyen bir hamilelik süreci geçiren annenin çocuğuyla olan ilişkisini olumsuz etkileyecektir. Doğum sonrasında çocuğun anneye teması da bu iletişimde en büyük etkidir. Annenin sıcaklığı ve çocuğa karşı gösterdiği tavır, anne-çocuk arasındaki ilişkinin temelini oluşturmaktadır. Bu ilişkinin eksikliği anne-çocuk arasında duygusal yoksunluğun yanında çocukta davranış bozukluğuna, zihinsel, sosyal, duygusal yönden gelişimsel geriliğe sebebiyet vermektedir (Tarkoçin, 2014). Çocuk çevresindeki çoğu şeyi annesiyle olan iletişimi doğrultusunda anlamlandırmaya çalışır. Annesi dünyayı, yaşamı ve çevresini nasıl algılıyorsa çocuk da onu o şekilde model alarak algılar (Üçok, 2014).

Annenin çocuğuyla bir bağ ve iletişim kurduktan sonra, çocuk büyüyünce diğer insanlara da genelleme yaparak yaşamındaki kişilerle sağlıklı iletişim kuracaktır. Annenin evliliğine bakış açısı, eşiyle olan iletişimi de çocuğuyla olan iletişimine etki edecektir. Çocuğu ile sağlıklı iletişim kuran annelerin çocukları diğer çocuklara göre daha uyumlu ve akademik yönden daha başarılı kişiler olur. Çocuğuyla sağlıklı iletişim kuran annelerin çocuklarında davranış problemi görülme olasılığı azalır (Güngör Aytar ve Kaytez, 2015).

Annenin çocuğuyla sıcak bir ses tonuyla konuşması, çocuğa fiziksel açıdan yakınlaşması, çocuğun konuşmasına karşılık vermesi, çocuğun oyununa dahil olup onun merakına, çabasına ortak olması, çocuk ve annenin iletişiminin temelini oluşturan elzem davranışlardır (Kars, 2017). Çocuğun gelişiminin merkezine, çocuğun yakın ilişkiler kurduğu kişileri alan Freud ve Ericson da temel güvenin kazanıldığı dönemde annenin başrolde olduğunu belirtmiştir. Annenin çocukla iletişimi sekteye uğradığında çocukta kişilik problemlerinin oluşabileceğini belirtmiştir (Yüksek Usta, 2014). Ericson, anne-çocuk arasında iyi kurulan ilişkinin çocukta bilinç gelişimini ve proseksüel evrede çocuğun girişimcilik duygusunu geliştirdiğini savunmaktadır (Kars, 2017).

Günümüzde kişiler arası iletişime ve çocuk ebeveyn arasındaki etkileşimi sekteye uğratan birçok etken olduğu görülmektedir. Bu etkenler anne babanın çok yoğun işlerde çalışması, çocuğuna yeterli ve verimli vakit ayıramaması, ailenin sosyal yönden dezavantajlı olması gibi birçok etken sayılabilir. Bunlardan bir tanesi olan sosyal medya bağımlılığı, aile içerisindeki rolleri, işlevleri ve iletişimi de önemli derecede etkilemektedir (Üçok, 2014). Okul öncesi döneminde olan bir çocuğun anne ve babasının davranışlarını rol model olarak kendi davranışlarına uyarlaması çocuğun tutum ve davranışlarını belirginleştirmektedir. Bu durum çocuğun sosyal öğrenmesini de destekleyici niteliktedir (Mayer vd., 2009). Bu yüzden evde sosyal medya kullanımının fazla olması ya da sosyal medyaya bağımlı ebeveynlerin olması aile işlevselliğini ve anne çocuk arasındaki iletişimi olumsuz etkilemesi söz konusudur (Temizdemir, 2018). Navarro ve diğerleri (2017) tarafından yapılan çalışmanın sonucunda ailenin çocuk yaşamındaki yerine bakıldığında çocuğun hayat kalitesinde en güçlü etkiye sahip olduğu görülmüştür. Aile işlevselliği, aile bireylerinin psiko-sosyal, bedensel ve toplumsal açıdan sağlıklı ve sağlıklı olarak tanımlanabilen, aile bireylerinin kendi arasında olan iletişimini ve etkileşimini ifade eden ilişki kalıpları olarak belirtilmiştir. Buna ek olarak aile işlevselliğini kendi içerisinde işlevsel ve işlevsel olmayan aileler olarak iki gruba ayrılmaktadır. İşlevsel aile; aile kurumunun gerektirdiği sorumlulukları sağlıklı şekilde yerine getiren aile olarak tanımlanırken, işlevsel olmayan aile ise aile kurumunun gerektirdiği sorumlulukları sağlıklı şekilde yerine getiren ve zorunlu işlevleri yapmayan aile olarak tanımlanmıştır (Minuchin, 1974). Epstein ve diğerleri (1983) aile işlevselliğini problem çözme, iletişim, roller, duygusal tepki verebilme, gereken ilgiyi gösterme

ve davranış kontrolü olmak üzere altı faktörden oluştuğunu belirtmiştir. Sosyal medya bağımlılık seviyesi yüksek olan ebeveynlerde, internette ve sosyal medyada uzun süre vakit geçirilmesi ya da geçirilen sürenin kontrol edilememesi ise aile işlevselliğini olumsuz yönde etkilemesine sebep olmaktadır (Demir & ark. 2015).

Sosyal medyanın kullanımını sadece aile işlevselliği adı altında çocuk anne ilişkisinin dışında değerlendirildiğinde evli olan çiftlerin boşanmasına neden olduğu da görülmektedir. TÜİK evlenme ve boşanma istatistiklerine göre 2016 yılında 126 bin 164 çiftin boşanma kararı aldığını ve bu boşanmaların %61,5 inin kadınların sorumsuz ve ilgisiz davranma yüzünden olduğunu, %40,2 sinin erkeklerin sorumsuz ve ilgisiz davranmaları yüzünden olduğunu belirtmiştir (TÜİK, evlenme ve Boşanma İstatistikleri 2016). We are Social tarafından 2017 de yayınlanan rapora bakıldığında bu boşanmalarının nedenlerinden bir tanesinin de sosyal medya bağımlılığının olabileceği düşünülmektedir. Araştırma sonuçlarında Türkiye nüfusunun %60 ı her gün ortalama olarak 3 saatini sosyal medyada geçirmekte ve hem kadın hem erkeğin aktif olarak çalıştığını iş sonrasında evde birbirlerine zaman ayırmak yerine telefonuyla ilgilenmesi bu çiftlerin evliliklerinin sarsılmasına aile işlevselliğini yerine getirememesine ve çocuklarıyla olan ilişkilerinin olumsuz etkilendiğini düşündürmektedir.

Ancak sosyal medya ve aile işlevselliğini birlikte ele alan çalışmaların alanda çok az olduğu görülmektedir. Bu yönüyle bu çalışmanın alana farklı bir bakış açısı getireceği ve güncel bir araştırma konusu olacağı düşünülmektedir. Yapılan çalışmalara bakıldığında bu çalışmadan çıkarılacak sonuçlar alan yazına olumlu ve verimli bir katkı sağlayacaktır. Çalışmanın amacında ise okul öncesi çocuğa sahip annelerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin aile işlevselliğinde nasıl ve ne derece etkili olduğu incelenmiştir. Okul öncesi dönemde ebeveynler arasındaki ilişkinin ne kadar önemli olduğu ve anne çocuk arasındaki ilişkinin bireyin gelişimi için temel olduğu literatür çalışmalarında da görülmüştür. Bu düşünce ve sonuçlardan yola çıkarak annelerin sosyal medya bağımlılığı ve çocuklarıyla olan ilişkisi bu çalışmada detaylı şekilde incelenmiş ve bu amaçla çalışma oluşturulmuştur. Bu çalışmanın ebeveynler olmak üzere özellikle anne ve çocuklar için önemli bir yer edeceği düşünülmüştür (Duygulu, 2018; Kaya, 2020). Bu nedenle, sosyal medya bağımlılığının birçok olumlu ve olumsuz etkilerini değerlendirirken olumlu yanlarının devam etmesi, olumsuz etkilerini en aza indirmeye çalışmak hem aile işlevselliğini hem de anne ve çocuk arasındaki iletişimi daha da kaliteli hale getirecektir. Sosyal medya bağımlılığının aile işlevselliği üzerindeki etkisinin bilinmesi ve anne çocuk üzerindeki etkisinde ne derece önem arz ettiğini göstermek üzere yapılan bu çalışma ebeveynlere ve özellikle annelerin sosyal medyayı doğru ve verimli şekilde kullanmaları üzerine farkındalık yaratacağı düşünülmektedir.

Alt problemler

- Okul öncesi çocuğa sahip annelerin aile işlevselliği nasıldır?
- Okul öncesi çocuğa sahip annelerin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile aile işlevselliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Okul öncesi çocuğa sahip annelerin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile anne-çocuk ilişkileri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu model, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır. (Karasar, 2011). Bu tür araştırma modelinde araştırmacılar değişkenler arasında ilişki veya anlamlar ararlar ve bunu yapmak için de en az iki değişkenden oluşan durumlar arasında karşılaştırmalar yaparlar (Çepni, 2007).

Çalışma Grubu

Çalışma grubunu, uygun örnekleme yöntemiyle kendilerine ulaşılabilen ve Muğla ili Menteşe ilçesinde Milli Eğitime bağlı anaokullarına devam eden 244 çocuğun anneleri oluşturmuştur. Ölçek formları 250 anneye ulaştırılmış, sosyal medya kullanan annelerin verileri araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışma grubuna ilişkin bazı kişisel bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özelliklere İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları

	n	%	
Çocuğun Yaşı	3 yaş	18	7,4
	4 yaş	35	14,3
	5 yaş	79	32,4
	6 yaş	112	45,9
Çocuğun Cinsiyeti	Kız	106	43,4
	Erkek	138	56,6
Anne Öğrenim Durumu	İlkokul	11	4,5
	Ortaokul	13	5,3
	Lise	58	23,8
	Ön lisans	33	13,5

	Lisans	101	41,4
	Lisansüstü	28	11,5
Anne Çalışma Durumu	Çalışıyor	161	66,0
	Çalışmıyor	83	34,0
Çocuk Sayısı	1 Çocuk	85	34,8
	2 Çocuk	136	55,7
	3 ve üzeri	23	9,4

Tablo 1'e göre çalışma grubundaki annelerin çocuklarının %7,4'ü 3 yaşında, %14,3'ü 4 yaşında, %32,4'ü 5 yaşında, %45,9'u da 6 yaşında; %43,4'ü kız ve %56,6'sı erkektir. Annelerin %4,5'i ilkokul, %5,3'ü ortaokul, %23,8'i lise, %13,5'i ön lisans, %41,4'ü lisans, %11,5'i ise lisansüstü mezunu olup %66'sı bir işte çalışmaktadır. Çalışma grubundaki annelerin %34,8'i tek çocuk, %55,7'si iki çocuk, %9,4'ü üç çocuk sahibidir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada “Kişisel Bilgi Formu” “Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)”, “Aile Değerlendirme Ölçeği (ADÖ)” ve “Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği” kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu annenin yaşı, öğrenim durumu, çalışma durumu, gelir düzeyi, ailedeki çocuk sayısı, anne-baba birliktelik durumu ve sosyal medya kullanım sürelerine ilişkin bilgilerin yer aldığı, araştırmacılar tarafından hazırlanan bir formdur.

ADÖ, 1983 yılında Epstein ve arkadaşları tarafından geliştirilmiş olup uyarılama çalışması Bulut (1990) tarafından yapılmıştır. Ölçekte aile bireyleri kendi aileleriyle ilgili algılarını değerlendirmektedir. Ölçek yedi bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm problem çözme becerilerini, ikinci bölüm aile içi iletişimi, üçüncü bölüm aile içindeki bireylerin rollerini, dördüncü bölüm üzüntü, öfke, sevinç, sevgi, ilgi gibi duygulara karşı duygusal duyarlılık seviyesini, beşinci bölüm aile bireylerinin duygusal yönden ilişkilerini, altıncı bölüm davranış kontrolünü, yedinci bölüm ise ailedeki bireylerin genel işlevlerini ölçen maddeleri kapsamaktadır. Toplam 60 maddeden oluşan ölçek “Aynen katılıyorum (1 puan)”, “Büyük ölçüde katılıyorum (2 puan)”, “Biraz katılıyorum (3 puan)”, ve “Hiç katılmıyorum (4 puan)” olarak derecelendirilmektedir. Ölçek puanları 1 (sağlıklı) ile 4 (sağlıksız) arasında değişmekte ve her alt boyut için hesaplanan puanlar 4'e yaklaştıkça o boyut açısından sağlıksızlığın arttığı yorumu yapılmaktadır. Teorik olarak, 2 ayırt edici puan olarak belirlenmiş olup 2'nin altı sağlıklı, 2'nin üzeri sağlıksız aile işlevlerini göstermektedir. ADÖ Cronbach Alfa katsayısı 0,801 olarak bulunmuştur.

Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği, Pianta (1992) tarafından bağlanma teorisinden ve Bağlanma Q-Set ölçeğinden yararlanılarak geliştirilmiş, Akgün ve Yeşilyaprak (2010) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Orijinali 30 maddeden oluşan ölçek uyarılama sonucunda 24 maddeden oluşmuş ve iki faktörlü yapı (Çatışma ve Olumlu İlişki) göstermiştir. Çatışma boyutundaki maddeler anne ve çocuk arasındaki olumsuz ilişkiyi, Olumlu İlişki boyutu anne ve çocuk arasındaki yakın ve sıcak ilişkiyi belirlemeyi amaçlamaktadır. Beşli likert tipindeki ölçek, toplam puan üzerinden değerlendirilmektedir. Ölçekten yüksek puan çocuk ve ebeveyn arasındaki olumsuz ilişkiyi, düşük puan almak ise olumlu ilişkiyi göstermektedir. Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı Çatışma boyutu için .85 ve Olumlu İlişki boyutu için .73 ve toplam için .73 olarak bulunmuştur.

SMBÖ-YF, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir ve 18-60 yaş grubundaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını belirlemeye yöneliktir. Ölçek formunda derecelendirme olarak “(1) Bana hiç uygun değil”, “(2) Bana uygun değil”, “(3) Kararsızım”, “(4) Bana uygun”, “(5) Bana çok uygun” şeklinde beşli likert kullanılmıştır. Sanal Tolerans-ve Sanal İletişim alt boyutu olan ölçek 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınan en yüksek puan 100, en düşük puan 20'dir ve puanın yüksek olması bireyin sosyal medya bağımlılığının fazla olduğunu göstermektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,880 olarak belirlenmiştir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmayı yapabilmek için gerekli izinler alınmış ve okul öncesi eğitime devam eden çocukların anneler gönüllülük esasıyla araştırmaya dâhil olmuşlardır. Verilerin analizinde Kolmogorov Smirnov normallik testi uygulanmıştır. Buna göre annenin çalışma durumuna göre ölçek puanlarının karşılaştırılmasında Mann Whitney U Testi; diğer demografik değişkenlere göre ölçek puanlarının karşılaştırılmasında Kruskal Wallis H Testi, sağlıklı ve sağlıksız bireylerin demografik özelliklerinin değerlendirilmesinde ise Ki-Kare Testi kullanılmıştır. Sonuçlar yorumlanırken anlamlılık düzeyi 0,05 olarak alınmış, anlamlı farklılık çıkması durumunda farkın kaynağının belirlenmesinde Scheffe Testi'nden yararlanılmıştır.

Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmada etik ilke ve kurallara dikkat edilerek veriler toplanmadan önce ölçeği geliştiren uyarlayan kişiler ile mail yoluyla iletişime geçilerek ölçeklerin araştırmada kullanılabilmesine dair izinler 19.02.2018, 21.02.2018 ve 28.02.2018 tarihlerinde alınmıştır. Araştırmada kullanılacak olan bu ölçeklerin annelere uygulanabilmesi 08.03.2018 tarih ve toplantı no: 2018/02 olan etik kurul izni, Muğla ili Mentеше ilçesi İl Millî Eğitim Müdürlüğü tarafından verilen 09.04.2018 tarih ve 70004082-605.01.E.7229159 sayılı uygulama izni (Ek 7) uygulamanın yapılması için gerekli izinler önceden alınmıştır. Bu çalışmada ölçeklerin uygulanacağı anneler gönüllülük esasıyla çalışmaya katılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde çalışmanın alt problemleri doğrultusunda bulgular ve yorumlarına yer verilmiştir. Tablo 2’de ADÖ sağlıklı ve sağlıklı bireyler puanına göre demografik özelliklere göre analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 2. ADÖ Sağlıklı ve Sağlıksız Bireylere Göre Demografik Özelliklerin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Problem Çözme		İletişim		Roller		Duyg. Tepki Verebilme		Gereken İlgii Göst.		Davranış Kontrolü		Genel İşlevler		
	Sağlıklı	Sağlıksız	Sağlıklı	Sağlıksız	Sağlıklı	Sağlıksız	Sağlıklı	Sağlıksız	Sağlıklı	Sağlıksız	Sağlıklı	Sağlıksız	Sağlıklı	Sağlıksız	
	<i>p</i> =0,576		<i>p</i> =0,342		<i>p</i> =0,092		<i>p</i> =0,070		<i>p</i> =0,841		<i>p</i> =0,967		<i>p</i> =0,878		
Yaş	3 yaş	18	0	18	0	15	3	18	0	17	1	16	2	14	4
	4 yaş	32	3	32	3	31	4	33	2	33	2	32	3	27	8
	5 yaş	75	4	77	2	76	3	75	4	74	5	73	6	57	22
	6 yaş	107	5	108	4	107	5	112	0	108	4	102	10	86	26
	<i>p</i> =0,186		<i>p</i> =0,533		<i>p</i> =0,425		<i>p</i> =0,180		<i>p</i> =0,638		<i>p</i> =0,686		<i>p</i> =0,984		
Cinsiyet	Kız	103	3	103	3	98	8	105	1	100	6	96	10	80	26
	Erkek	129	9	132	6	131	7	133	5	132	6	127	11	104	34
	<i>p</i> =0,425		<i>p</i> =0,244		<i>p</i> =0,294		<i>p</i> =0,414		<i>p</i> =0,743		<i>p</i> =0,882		<i>p</i> =0,950		
Anne Yaşı	30 yaş ve altı	46	4	46	4	47	3	48	2	47	3	46	4	38	12
	31-35	79	3	81	1	80	2	79	3	79	3	74	8	63	19
	36-40	72	2	71	3	68	6	74	0	71	3	69	5	54	20
	40-üzeri	35	3	37	1	34	4	37	1	35	3	34	4	29	9
	<i>p</i> =0,092		<i>p</i> =0,756		<i>p</i> =0,682		<i>p</i> =0,960		<i>p</i> =0,281		<i>p</i> =0,859		<i>p</i> =0,984		
Anne Öğrenim Durumu	İlkokul	11	0	10	1	10	1	11	0	10	1	9	2	8	3
	Ortaokul	12	1	12	1	13	0	13	0	12	1	12	1	9	4
	Lise	53	5	56	2	56	2	57	1	55	3	52	6	45	13
	Ön lisans	29	4	32	1	30	3	32	1	29	4	31	2	25	8
	Lisans	99	2	97	4	93	8	98	3	99	2	93	8	75	26
	Lisansüstü	28	0	28	0	27	1	27	1	27	1	26	2	22	6
	<i>p</i> =0,193		<i>p</i> =0,447		<i>p</i>=0,021*		<i>p</i> =0,971		<i>p</i> =0,566		<i>p</i> =0,169		<i>p</i> =0,416		
Anne Çalışma	Çalışıyor	151	10	154	7	147	14	157	4	154	7	150	11	124	37
	Çalışmıyor	81	2	81	2	82	1	81	2	78	5	73	10	60	23
	<i>p</i> =0,054		<i>p</i> =0,258		<i>p</i> =0,330		<i>p</i> =0,117		<i>p</i> =0,586		<i>p</i> =0,222		<i>p</i>=0,044*		
Çocuk Sayısı	1 Çocuk	77	8	81	4	81	4	83	2	82	3	77	8	72	13
	2 Çocuk	133	3	133	3	128	8	134	2	129	7	127	9	95	41
	3 ve Üzeri	22	1	21	2	20	3	21	2	21	2	19	4	17	6

Tablo 2’de göre, ADÖ Roller bakımından sağlıklı ve sağlıksız bireylerle anne çalışma durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). ADÖ Genel İşlevler bakımından sağlıklı ve sağlıksız bireylerle annelerin çocuk sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). Bunların dışında kalan ADÖ alt ölçek puanlarına göre sağlıklı ve sağlıksız bireylerle demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p>0,05$). Elde edilen bu bulgulara göre; çalışan annelerin aile içi rollerinin daha sağlıksız olduğu söylenebilir. ADÖ Genel işlevler bakımından sağlıklı ve sağlıksız bireylerle annelerin çocuk sayısı arasındaki ilişki değerlendirildiğinde çocuk sayısı azaldıkça genel işlevlerin daha sağlıklı olduğu söylenebilir.

Tablo 3’te ADÖ ve SMBÖ-YF puanları arası korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 3. ADÖ ile SMBÖ-YF Puanları Korelasyon Analizi Sonuçları

ADÖ		Sanal Tolerans	Sanal İletişim	SMBÖ-YF Toplam
Problem Çözme	r	0,188*	0,081	0,154*
	p	0,003	0,208	0,016
İletişim	r	0,202*	0,184*	0,227*
	p	0,002	0,004	0,000
Roller	r	0,182*	0,173*	0,201*
	p	0,004	0,007	0,002
Duygusal Tepki Verebilme	r	0,227*	0,227*	0,259*
	p	0,000	0,000	0,000
Gereken İlgiyi Gösterme	r	0,078	0,159*	0,130*
	p	0,227	0,013	0,042
Davranış Kontrolü	r	0,188*	0,166*	0,195*
	p	0,003	0,009	0,002
Genel İşlevler	r	-0,088	-0,083	-0,095
	p	0,170	0,197	0,139

*p<0,05

Tablo 3 incelendiğinde SMBÖ-YF toplam ölçek puanları ile Problem Çözme (r=0,154), Gereken İlgiyi Gösterme (r=0,130) ve Davranış Kontrolü (r=0,195) alt ölçek puanları arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur (p<0.05). Elde edilen bu bulguya göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça problem çözme becerilerinin azaldığı söylenebilir.

SMBÖ-YF toplam ölçek puanları ile ADÖ İletişim (r=0,227), Roller (r=0,201), Duygusal Tepki Verebilme (r=0,259) alt ölçek puanları arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur (p<0.05). Buna göre; sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça aile içerisindeki iletişimin azaldığı söylenebilir.

Tablo 4'te Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği ve SMBÖ-YF puanları korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği ile SMBÖ-YF Puanları Korelasyon Analizi Sonuçları

Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği		Sanal Tolerans	Sanal İletişim	SMBÖ-YF Toplam
Çatışma	r	0,313*	0,288*	0,338*
	p	0,000	0,000	0,000
Olumlu İlişki	r	0,003	0,000	-0,005
	p	0,963	0,997	0,943
Toplam	r	0,310*	0,284*	0,333*
	p	0,000	0,000	0,000

*p<0.05

Tartışma

Sosyal medya kullanımı çoğu zaman hayatımızı kolaylaştıran, olumlu etkilere sahip bir kitle iletişim aracı olsa da fazla kullanımında da ailesel yönden işlevleri sekteye uğrattığı söylenebilir. Bu etki bazen gözle görülebilir olduğu gibi çoğu zamanda gözle görülemeyen psikolojik yönden ya da sosyal yönden kişiyi etkilemektedir. Bu araştırmada okul öncesi çocuğa sahip annelerin sosyal medya bağımlılığı ile aile işlevselliği arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgular araştırma sorularının veriliş sırasına göre aşağıda tartışılmıştır.

Araştırmada, ADÖ Roller bakımından sağlıklı ve sağlıksız bireyler ile anne çalışma durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ADÖ Genel İşlevler bakımından sağlıklı ve sağlıksız bireyler ile anne çocuk sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuca göre çalışan annelerin problem çözme, çalışmayan annelerin ise genel işlevlerinin daha sağlıksız olduğu söylenebilir. Engin Tufan (2018) in sosyal medya kullanan annelerin farklı değişkenler üzerinden inceleme yaptığı çalışmasında annelerin gelir seviyesi, eğitim durumu, çalışma durumu gibi değişkenlerin sosyal medya kullanımından farklı şekilde etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada sosyal medya kullanımının aile ilişkilerine birçok olumlu ve olumsuz etki ettiği de yapılan odak görüşmeler sonucunda ortaya konmuştur. Bu sonuç araştırma bulgularıyla paralellik göstermektedir.

Literatür incelendiğinde ise yapılan bir çalışmada sosyo-ekonomik düzey arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Bayraktar, 2001). Sosyal medya kullanımının sosyal ilişkilere ve bağımlılık düzeyleri incelendiğinde yaş, öğrenim durumu, gelir durumu gibi değişkenlere bağlı olarak farklılaştığı görülmüştür (Bölükbaş, 2003). Bir başka çalışma olan Nielsan araştırma şirketinin 2011 yılında yaptığı araştırma sonucunda farklı yaş gruplarının sosyal medya kullanımı ve sosyal medyadan etkilenme durumunda farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre sosyal medyaya en fazla giriş yapan yaş grubunun 35-49 yaşları arasındaki kullanıcılar olarak belirlenmiştir (Nielsan, 2011).

Araştırma sonuçları incelendiğinde SMBÖ-YF toplam ölçek puanları ile Problem Çözme, Gereken İlgiyi Gösterme ve Davranış Kontrolü alt ölçek puanları arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. SMBÖ-YF toplam ölçek puanları ile ADÖ İletişim, Roller, Duygusal Tepki Verebilme alt ölçek puanları arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı birer ilişki bulunmuştur. Bu sonuca göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça problem çözme becerilerinin azaldığı söylenebilir. Çimen (2018) in yaptığı çalışmada ise internet ve sosyal medya kullanımının ADÖ alt grup puanlarının iletişim, roller, duygusal tepki verebilme, davranış kontrolü ve genel işlevler puanlarında anlamlı olarak yüksek bulunmuştur. Bu sonuç aile bireyleri arasında iletişimin kopuk olması olarak yorumlanabilmekte roller ve duygusal tepki verebilme alt başlık puanlarının yüksek olması ise aile içerisindeki görev ve yetkilerin yerine getirilmediği ve duygusal ve sosyal yönden paylaşımın az olabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte sürekli sosyal medya kullanımında ya da bağımlılığında bireyler eşini ve çocuklarını ihmal ettikleri bunun da aile işlevselliğini olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda sosyal medyada geçirilen zamanın aileyle olan ilişkiyi zayıflattığı da görülmüştür (Güleç, 2018; Hacıfendioğlu, 2010).

Bir diğer araştırmanın sonucu olan Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği Çatışma alt ölçeği ve toplam puanları ile SMBÖ-YF Sanal Tolerans, Sanal İletişim alt ölçekleri ve toplam puanları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre Sanal tolerans arttıkça çatışmanın da arttığı söylenebilir. Bu da ebeveynlerin sanal iletişimini güçlendirirken sosyal iletişimini güçsüzleştirmekte, anne baba ve çocuk arasında çatışmaya neden olmaktadır. Hacıfendioğlu (2010)'nın yaptığı çalışmada ise sosyal medya gibi teknolojik platformların kullanımının ebeveyn ve çocuk iletişiminin bu gibi çatışmaları da beraberinde getirdiği ortaya konmuştur. Bu araştırma ulaşılan analiz sonuçlarını destekleyici niteliktedir. Özdiç (2014) in okul öncesi çocukların velilerinin sosyal medya kullanımıyla ilgili yaptığı çalışmada ise sosyal medya kullanan velilerin çocuklarıyla evde bir sohbet ortamı doğduğunu, sosyal medyadaki içeriklerin üzerine konuşmalar yaptıklarını olumlu ve kaliteli zaman geçirdikleri sonucuna varmıştır. Aynı çalışmada velilerin sosyal medya kullanımının diğer aile üyeleri üzerindeki etkisine bakıldığında ailece sohbet etme ve etkinlik yapma fırsatı bulduklarını ve bunun aile içi iletişimi olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma ve sonuçları yapılan araştırmayla farklılık göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada okul öncesi çocuğa sahip annelerin sosyal medya bağımlılığı ile aile işlevselliği arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre sonuç ve öneriler sunulmuştur. Buna göre, ADÖ Roller bakımından sağlıklı ve sağlıksız bireyler ile anne çalışma durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ADÖ Genel İşlevler bakımından sağlıklı ve sağlıksız bireyler ile anne çocuk sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunların dışında kalan Aile İşlevselliği alt ölçek puanlarına göre sağlıklı ve sağlıksız bireyler ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu sonuç doğrultusunda sosyal medya bağımlısı anne ya ebeveynler belirlenerek çevrimiçi ya da yüz yüze eğitimler verilebilir. Sosyal medyayı doğru ve ailesel işlevleri sekteye uğratmadan nasıl kullanılacağı hakkında uygulamalı eğitimler verilebilir.

SMBÖ-YF toplam ölçek puanları ile Problem Çözme, Gereken İlgiyi Gösterme ve Davranış Kontrolü alt ölçek puanları arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. SMBÖ-YF toplam ölçek puanları ile ADÖ İletişim, Roller, Duygusal Tepki Verebilme alt ölçek puanları arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı birer ilişki bulunmuştur. Buna göre annelerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça çocuklarına gereken ilgiyi gösterme ve davranış kontrollerinin, iletişim ve duygusal tepki verebilme durumlarının azaldığı söylenebilir. Bu sonuç doğrultusunda sosyal medya bağımlılık düzeyi fazla olan annelere sosyal medyayı bağımlılık düzeyinde kullanan ve kullanmayan bireylerin çocuklarıyla olan iletişimlerinde ne gibi farklılıklar olduğu hakkında karşılaştırılmalı veriler sunularak sosyal medya bağımlılığı konusunda farkındalık çalışmaları yapılabilir. Sosyal medya bağımlılığı olan annelerin sosyal medyada geçirdikleri süreye kısıtlama getirerek çocuklarıyla ev içi ve ev dışı aktivitelere yönlendirilmesi önerilebilir. Literatür çalışmalarına bu konuyla ilgili farklı ölçekler geliştirilerek çalışma alanı genişletilebilir. Ev içerisinde ebeveyn ve çocuğun ortam kullanımının olduğu sosyal medya araçları oluşturularak her bir bireyin belirli saat ve sürelerde sosyal medya kullanımı sağlanabilir.

Çocuk-Anababa İlişki Ölçeği Çatışma alt ölçeği ve toplam puanları ile SMBÖ-YF Sanal Tolerans, Sanal İletişim alt ölçekleri ve toplam puanları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, annelerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça annelerin çocuklarıyla ilişkilerinin bozulduğu söylenebilir. Literatür çalışmaları incelendiğinde ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleriyle aile içi çatışma, sanal iletişim gibi konularda yapılan çalışmaların eksikliği görülmektedir. Bu doğrultuda sosyal medyanın kişiler arası çatışmayı ve aile içi iletişimi ne derece etkilediğine dair daha geniş çapta araştırmalar yapılarak toplum içerisinde farkındalık oluşturulabilir. Kitle iletişim araçları yardımıyla kamu spotları oluşturularak toplumsal bilgilendirmeler yapılabilir. Bilimsel ve teknolojik alanda kısa ve uzun vadeli projeler yapılabilir.

Kaynakça

Akgün, E. & Yeşilyaprak, B. (2010). Çocuk Anababa İlişki Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute, 13 (24).

- Aktulun, Ö. U. & Elmas, R. (2019). 21. Yüzyıl Okul Öncesi Öğretmenleri İçin Sosyal Medya Araçları: Muhtemel Faydalar. *Temel Eğitim*, 1(4), 6-20.
- American Academy of Pediatrics. (2009). Policy statement media violence. *Pediatrics*, 124(5), 1495-1503.
- Armstrong, A., & Casement, C. (2000). *The Child and the Machine: How Computers*. Robins Lane Press.
- Bayraktar, F. (2001). İnternet Kullanımının Ergen Gelişimindeki Rolü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bölükbaş, K. (2003). İnternet Cafeler ve İnternet Bağımlılığı Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Diyarbakır Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bulut, I. (1990). Aile Değerlendirme Ölçeği El Kitabı. Ankara: Özgüzelış Matbaası, 6-8.
- Bülteni, T. H. (2016). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr.PreHaberBultenleri.do>.
- Çepni, S. (2007). Araştırma ve Proje Çalışmalarına Giriş. (Genişletilmiş III. Baskı). Trabzon
- Çimen, İ. D. (2018). Ergenlerde Siber Zorbalık, İnternet Aile Tutumu ve Aile İşlevselliğinin Etkisi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 19(4), 397-404.
- Durmuş, K. ve Övür, A. (2021) Medya Etkileri Bağlamında Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Yeni Medya Kullanımının Analizi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5 (2), 136-155.
- Duygulu S. (2018). Yeni Medya Teknolojilerinin K-kuşağının Ebeveynleri ile Olan İletişimine Etkisi. *TRT Akademi*, 3(6):632-652.
- Epstein, N. B., Baldwin, L. M., & Bishop, D. S. (1983). The mcmaster family assessment device. *Journal of marital and family therapy*, 9(2), 171-180.
- Güleç, V. (2018). Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 105-120.
- Haciefendioğlu, Ş. (2010). Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağıllığı Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (20), 56-71.
- Karasar, N. (2011). Bilimsel Araştırma Yöntemi, (11. baskı) Ankara. Nobel Yayınevi.
- Kars H. (2017). Özel Gereksinimli Çocuğu Olan Annelerin Çocuklarıyla Etkileşimlerinin ve İlişkilerinin İncelenmesi. Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, (Danışman: Doç. Dr. H Bakkaoğlu).
- Mayer, D. M., Kuenzi, M., Greenbaum, R., Bardes, M. & Bombie, R. (2009). Organizational behavior and human decision processes how low does ethical leadership flow Test of a trickle-down model. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(1), 1-13.
- Minuchin, S. (2018). *Families and Family Therapy*. Routledge.
- Navarro, D., Montserrat, C., Malo, S., González, M., Casas, F., & Crous, G. (2017). Subjective Well-Being: What Do Adolescents Say?. *Child & Family Social Work*, 22(1), 175-184.
- Nielsen . (2011). 02 22, 2012 tarihinde The State of the Media: The Social Media Report Q3 2011: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports-downloads/2011/social-mediareport-q3.html> adresinden alındı.
- Social, W. A. (2017). Digital in 2017 Global Overview. January, Dostupno na: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview> (24.04. 2017).
- Şahin, C. & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-538.
- Özdiñç, T. (2014). Okul Öncesi Eğitimde Aile Katılımında Sosyal Medya Kullanımı: Bir Durum Çalışması. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Özmen, B. (2012). Sosyal Ağ Destekli Uzaktan Eğitim Uygulamalarının Öğrenci Başarısı ve Görüşlerine Etkisi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi, Elâzığ.
- Tarkoçin S, Tuzcuoğlu N. (2014). Okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 48-66 aylık çocukları olan ebeveynlerin çocuklarıyla iletişim kurma düzeyleri ve davranış sorunları arasındaki ilişkinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(8):339-354.
- Tufan, K. E. (2018). Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı ve Popüler Instagram Annelerinin Etkileri Üzerine Odak Grup Araştırması (Master's thesis, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Üçok A. (2014). Ailede Anne Baba Çocuk İletişimi Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kırıkkale, (Danışman: Prof. Dr. D Şenol).
- Yüksek Usta S. (2014). Okul Öncesi Dönem Çocuklarda Davranış Problemlerinin Anne-Çocuk ve Öğretmen Çocuk İlişkileri Açısından İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, (Danışman: Dr. Öğretim Üyesi A Yılmaz).
- Zahra et al. The Relationship Between The Internet Addiction and The Use of Facebook With Marital Satisfaction and Emotional Divorce Among Married University Students. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 2015; 5(3): 709-17.

Kovid-19 Salgınında Sosyal Hizmet Bakışıyla Ailede Yoksullaşma ve Eğitime Erişim Poverty in the Family and Access to Education from a Social Work Perspective in the Covid-19 Epidemic

Safiye Elif CIBİR*

* Sosyal Hizmet Uzmanı, cibirelif@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9459-8095

Öz

Kovid-19 salgını 2019 yılında Çin'den tüm dünyaya yayılarak küresel açıdan etkileri olan bir sağlık krizini meydana getirmiştir. Bu kriz sahası bireylerin, toplumların, hükümetlerin işleyen sistemlerinde aksaklığa neden olmuştur. Dezavantajlı gruplar pandeminin etkilerini daha derinden hissederken bu süreçte artan yoksulluk bireylerin yaşamında özellikle aile sisteminde ek bir kriz sahasını oluşturmuştur.

Pandemi ile birlikte uzaktan çalışma sistemine geçiş, işsizliklerin artmasına neden olmuştur. Kurumlar bu sisteme geçişte eleman sayısını azaltma önlemleri almıştır. Küresel olarak ekonomik sistemin aksaması gelir dağılımında dengesizliğe neden olurken hali hazırda bu sistemde dezavantajlı kesimlerin sorunlarını da derinleştirmiştir. Yoksul kesim için yardıma bağımlı hale gelmek ayrıca pandemi nedeniyle de sağlık hizmetlerine erişememek, sosyal çevreden uzaklaşmak ve okula devam edememek gibi durumlara birlikte çocuğun ve ailenin işlevselliği olumsuz etkilenmiştir.

Kovid-19 pandemisiyle aksayan sistemlerden biri olan eğitim için uzaktan eğitim sistemleri ve benzeri destek sahalari oluşturulmuştur. Bu durum eğitimin kesintisiz sunulması öngörüsüyle birlikte planlanıp uygulansa da kaynak ve imkanlar dezavantajlı kesimler için olumsuz etkiler göstermiştir. Bu sisteme erişemeyen çocuklar eğitim hakkında mahrum kalarak ihmal ve istismarla yüz yüze gelmişler, çalışma ve çalıştırılmaya yönlendirilmişler bir başka bakış açısıyla ise gelişimsel olarak ihtiyaç duydukları okul sisteminden uzak kalmışlardır.

Kovid-19 pandemisi bahse konu sosyal, küresel, ekonomik etkileriyle sosyal hizmet uygulamalarına duyulan ihtiyacı da artırmıştır. Dezavantajlı grupların sosyal adalet ilkesi temelinde toplumda yerlerini korumalarını sağlamak temel gaye olmuştur. Meslek elemanları pandeminin kısa ve uzun vadeli etkilerini göz önüne alarak koruyucu ve destekleyici hizmetlerin düzenlenmesi için çalışmaların gerekliliğini sıkça tartışmıştır. Bu düşünceler çerçevesinde sosyal politikaların ve ekonomik planların pandemi etkileri çerçevesinde düşünülerek bir krize dönüşen salgın süreciyle mücadelede önem kazanacağı ön plana çıkmaktadır. Bu derleme Kovid-19 pandemisi sürecinde ailede derinleşen yoksulluk ve uzaktan eğitim sürecinin sosyal hizmet bakış açısıyla değerlendirilmesi amacıyla kaleme alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: : COVID-19, Sosyal Hizmet, Yoksulluk, Uzaktan Eğitim.

Abstract

The Covid-19 epidemic spread from China to the whole world in 2019, creating a health crisis with global effects. This crisis area has caused disruption in the functioning systems of individuals, societies and governments. While disadvantaged groups felt the effects of the pandemic more deeply, the increasing poverty during this period created an additional crisis area in the lives of individuals, especially in the family system.

The transition to the remote working system with the pandemic has led to an increase in unemployment. Institutions have taken measures to reduce the number of personnel in the transition to this system. While the disruption of the global economic system has caused an imbalance in income distribution, it has already deepened the problems of the disadvantaged in this system. The functionality of the child and family has been adversely affected by situations such as being dependent on aid for the poor, not being able to access health services due to the pandemic, being away from the social environment and not being able to attend school.

Distance education systems and similar support areas have been created for education, which is one of the systems disrupted by the Covid-19 pandemic. Although this situation was planned and implemented with the foresight of uninterrupted provision of education, resources and opportunities had negative effects for disadvantaged segments. Children who cannot access this system are deprived of their right to education and face neglect and abuse, they are directed to work and employment, and from another point of view, they have been away from the school system they need developmentally.

The Covid-19 pandemic has also increased the need for social work practices with its social, global and economic effects. The main objective has been to ensure that disadvantaged groups maintain their place in society on the basis of the principle of social justice. Professionals have frequently discussed the necessity of studies for the regulation of protective and supportive services, taking into account the short and long-term effects of the pandemic. Within the framework of these considerations, it comes to the fore that social policies and economic plans will gain importance in the fight against the epidemic process, which has turned into a crisis, considering the effects of the pandemic. This review was written in order to evaluate the poverty deepening in the family and the distance education process from the perspective of social work during the Covid-19 pandemic process.

Keywords: COVID-19, Social Work, Poverty, Distance Education.

Giriş

Kovid-19 salgını Çin'in Hubei eyaletinin Vuhan şehrinde ortaya çıkmış ve sonrasında milyonlarca insanın yaşamına tehdit olarak topluları derinden etkilemiştir (Budak ve Korkmaz, 2020). Salgın süreci ülkelerin sağlık sistemlerini, ekonomilerini, sosyal refah seviyelerini, turizmi, eğitimi, insan ilişkilerini yani sosyal yaşamı bütünüyle etkilemiştir. Kovid-19 nedeniyle ölüm sayısının hızlı bir şekilde artması konuyla ilgili araştırmaları artırmış ve hastalığa yakalanması riskli bireyler belirlenerek tedavi çalışmalarına başlanmıştır (Bilgin, Kurtkulagi, Bakir Kahveci, Duman, Meryem ve Tel, 2020). Hükümetler, yerel yönetimler, sağlık çalışanları, sosyal ve sivil toplum kuruluşları profesyonelleri pandemi sürecinde iş birliği içinde toplumsal refahın sağlanması için çalışmalar gerçekleştirmiştir.

Ulusal bağlamda halk sağlığı çalışmalarında en kritik ve yetkili grupların merkezi yönetim, endüstri kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları olduğu görülmüştür (M. Morens, Daszak, Markel ve Taubenberger, 2020). Hükümetler ise bu açıdan pandemi sürecinde sosyal ve ekonomik politikalar düzenlemiş, kısıtlamalar yapmak durumunda kalmışlardır. Görece az gelişmiş ülkelerde ise özellikle halk sağlığı uygulamalarındaki adaletsiz dağılım ve ihtiyaç duyulan kaynaklara yönlendirmelerde de başarısızlıklar görülmüştür (Smith ve Upshur, 2019). Pandemi başka bir bakış açısıyla aslen bir kriz yönetimi sahasını oluşturmuştur. Koordineli bir hizmet ağının oluşturulması ve sağlık, eğitim, istihdam, adalet gibi hak ve hizmetlerin sürdürülebilir şekilde uygulanabilmesi bu süreçte en zorlayıcı nokta olmuştur. Toplumsal yapıların salgın planlamalarında hizmet sunumu olarak farklılaştığı ve aksayabildiği bu nedenle de toplum için öncelikli hizmetlerin belirlenmesinin gerekli olduğu ifade edilmiştir (Smith ve Upshur, 2019). Öncelikli hizmetler belirlenirken savunmasız gruplar olarak nitelendirilen çocuk, yaşlı, engelli yoksul bireylerin hastalığa yakalanma ve sonraki süreçlerde daha hassas, risk altında, psikolojik açıdan da travmaya maruz kalma risklerinin olduğu belirtilmektedir (Mukhtar, 2020). Hükümetler toplumu etkileyebilecek bu ve benzeri durumlarda öncelikli grupları belirleyerek hizmetleri organize edebilmeli, riskli grupların mevcut ihtiyaçlarını tespit ederek sorunların derinleşmesine izin vermeden müdahale hizmetlerini işlevselleştirmelidir. Pandeminin aileyi sosyal çevreden uzaklaştırarak toplumsal kaynaklara erişimini kısıtlaması psikolojik açıdan bazı sonuçlara neden olmuştur. Pandemide genel anlamda stres ve kaygı seviyesi artmış sorun çözme ve baş etme becerilerinde yetersizlikler görülmüş ayrıca sosyal izolasyon nedeniyle psikiyatrik problemleri olan bireylerde de stres, kaygı ve korku ekstra olumsuz etkilere sebebiyet vermiştir (Sher, 2020).

Pandemi sürecinde sağlık çalışanlarının gayretine duyulan şükran bir yana sosyal hizmet uzmanları ve sosyal hizmet bakış açısının önemi de ortaya çıkmıştır. Yaşamın tüm alanlarında zorlukla karşılaşılırken özellikle dezavantajlı kesimler için pandemi, sorunların derinleştiği bir süreci meydana getirmiştir. Toplumun temel taşı olan ailenin sosyal ve ekonomik sistemlerle olan ilişkilerindeki kopmalar gelir kaybı, yoksullaşma, eğitimden uzaklaşma risklerini meydana getirmiştir. Bu durum sosyal hizmet uzmanlarının müdahale gruplarıyla olan çalışmalarında daha sistemli bir sürecin geliştirilmesini gerekli kılmıştır. Yoksulluk, eğitimden uzaklaşma gibi faktörler ailelerin sosyal işlevselliğini etkilerken çocuğun da ihmal istismar riskini meydana getirebilmektedir. Bu nedenle uygulamaların önleyici hizmetler başta olmak üzere genel anlamda sistematik halde sunulması da önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı; Kovid-19 pandemik salgınının toplumun temel taşı olan ailede ekonomik ve eğitsel açıdan meydana gelen yansımalarını sosyal hizmet bakış açısıyla değerlendirmektir.

Yoksulluk ve Ailede Yansımaları

Yoksulluk temel olarak kişinin yaşam ve gelişim ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için gerekli hizmetlere ulaşamaması, bakımını gerçekleştirememesi ve kaynaklara erişememesidir. Yoksulluk literatürde mutlak, görel ve insani yoksulluk olarak ifade edilen sınıflandırmaları ile şekillenmektedir (Ünlü, 2020). Yoksulluk kavramının çeşitli başlıklar altında incelenmesinin nedeni zaman içinde değişen toplumsal koşullar, var olan tanımlamalardaki yetersizlikler ve insani ihtiyaçların çeşitlenerek nüfusun gereksinimlerine yanıt vermesi olarak ifade edilmektedir. Yoksulluğa yönelik tanımlardaki farklılıklardan biri de zamanla, çocuğun yetişkinden ayrı bir birey olarak görülmesiyle ayrıcalıklı olarak literatüre kazandırılması olmuştur. Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin kabulü ile çocuklar toplumsal sorunların bir parçası olarak kabul edilmiş ve bu dönem özelinde yoksulluğun incelenmesi ile çocuk yoksulluğu kavramı ortaya çıkmıştır (Dalfidan, 2020). Çocukların gelişim dönemlerinde gerek ruhsal gerek sosyal anlamda ve haklarına ulaşmalarını engelleyen, potansiyellerini kısıtlayan bir durum olarak yoksulluk, aynı zamanda ihtiyaç duydukları maddi ve manevi bir kaynaktan yararlanamamalarına ve eşitsizliklerle karşılaşmalarına sebep olmaktadır (Kınacı, 2019). UNICEF (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu) (2005), çocuk yoksulluğunu, ekonomik gelirin dışında aslen adaletsizliği ortaya çıkaran ve bireyin potansiyelini engelleyerek çok boyutlu olarak güçsüzleştiren bir durum olarak tanımlar.

2019 Global Çok Boyutlu Yoksulluk Endeksi (2019) 1.3 milyar insanın çok boyutlu yoksulluk içinde olduğunu bunun 663 milyonunun ise çocuk olduğu ve 428 milyonunun ise (%32) 10 yaşın altında olduğu açıklanmıştır (Multidimensional Poverty Peer Network, 2019). Ülkemizde kadın ve çocuk yoksulluğu OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) ortalamasının üzerinde iken görel yoksulluk en düşük %10,1 ile yetişkinlerde, %13 ile çocuklarda olarak açıklanmıştır (Çetin, 2020). UNICEF ve "Save the Children" (2020) tarafından yayınlanan analize göre COVID 19 salgınıyla birlikte düşük ve orta gelire sahip ülkelerde 150 milyon çocuk yoksulluk seviyesine gelerek %15 artış ile 1,2 milyar çocuk çok boyutlu yoksulluk içinde yaşamaktadır (Hosta, 2020). ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) (2020)'ye göre, 150 milyondan fazla çocuk işçi ve 400 milyona yakın çocuğun günde ortalama 1,5 dolar ile geçinmeye çalıştığı, Kovid-19 salgını ile çocuklar arasında eşitsizliğin arttığı ve okulların uzun süre kapalı olmasının mevcut eşitsizlikleri derinleştireceği ifade edilmiştir (Çıtak, 2020). TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2020) ülkemiz nüfusun yaklaşık %30'unu (22 milyon) çocukların oluşturduğunu belirtirken pandemi

sürecinde yoksulluk ve eğitime erişimde yaşanması muhtemel aksaklıkların gelecek dönemlere etkisinin büyük olacağı değerlendirilmelidir. Amerika'da ise 2018'e göre 28 yaşın altındaki çocuklu hanelerin %35'inde gıda güvensizliği, 6 milyondan fazla düşük gelirlili ve kırsalda yaşayan çocuğun okula gidemediği, temel sağlık hizmetlerinden de yararlanmadığı, ailelerin de işsizlik sorunu sebebiyle sigorta haklarının ellerinden alındığı açıklanmıştır (Masonbrink ve Hurley, 2020).

Yoksulluğun nedenleri, işsizliğin artması, enflasyon, gelir dağılımındaki eşitsizlikler, savaşlar, iç ve dış göçler, yaşanan sosyo-ekonomik krizler olarak ifade edilirken yoksullukla mücadelede devlete, uluslararası faaliyet gösteren kuruluşlara, sivil toplum kuruluşlarına ve yerel yönetimlere etkilerin azaltılması ve önleyici çalışmalar konusunda sorumluluk düşmektedir (Yıldırım, 2019). Yaş, eğitim durumu, düşük ücret, ağır çalışma koşulları gibi faktörler yoksullukla mücadelede etkiliyken, yoksulluk riski taşıyan kesim için de eğitim, sağlık ve kültür alanlarına yönelik yatırımların artırılmasının öneminden bahsedilmektedir (Yaşar ve Taşar, 2019). Yoksulluğun toplumsal adalet duygusunu ciddi anlamda sarsan sosyal uyumu bozarak kaynakların kullanımını sınırladığı ve ekonomik potansiyeli etkisizleştirdiği iktisadi ve toplumsal etkisi bilinmektedir. Kovid-19 salgınının sonucunda hali hazırda geçim sıkıntısı yaşayan aileler, uzaktan çalışma koşullarına uymayan işleri ya da işverenleri sebebiyle işlerinden ayrılmak durumunda kalarak dar boğaza düşmüşlerdir.

Toplumun en temel yapı taşı olan ailenin işlevsel olması için ebeveyn kendinden beklenen; çocuğun bakım ve gelişiminin destekleme, okula gitmesini sağlama, koruma, ekonomik gelir sağlama gibi görevleri yerine getirmelidir. Hane içinde ebeveyn kendinden beklenen rol ve görevleri yerine getiremediğinde aile sistemi bozulmakta çocuk kendine işlevsel ve sağlıklı ailelerde olmayan roller edinebilmektedir. Örneğin, 5-17 yaş grubundaki çalışan çocukların çalışma nedenlerinin araştırıldığı bir çalışmada %35,9 ile "hanehalkının ekonomik faaliyetine yardımcı olmak", "iş öğrenmek, meslek sahibi olmak" (%34,4) ve "hanehalkı gelirin katkıda bulunmak" (%23,2) olarak görülmüştür (Kaur ve Byard, 2021).

Yoksulluğun çocuklar üzerindeki sonuçları derin ve etkilidir. Bunlar, zihinsel ve bedensel gelişim sorunları, yetersiz beslenme ile düşük kilo, sağlıksız yaşam ve hastalıklara yatkınlık, psikolojik açıdan kendini gerçekleştirme zorluk kaygı, stres, güvensizlik duyguları, ebeveynlerle bağlanma sorunları, sosyal açıdan suça yatkınlık, madde kullanımı, bilişsel açıdan düşük beceri, akademik başarısızlık, okulsuzluk olarak ifade edilmektedir (Avşar Kurnaz, 2009). Avrupa Komisyonu (2006) yoksul ailelerde çocukları etkileyecek dolaylı faktörlerin; daha fazla sağlık sorunu yaşanması, bilişsel/psiko-sosyal gelişimin olumsuz etkilenmesi, akademik başarının düşmesi, stres, kaygı ve yetersiz kaynağa erişim sağlanabilmesi olabileceğini açıklamıştır. Hanedeki çocuk ile ebeveyninin yoksulluktan aynı şiddet ve şekilde etkilenmeyeceği, yetişkinlere göre çocukların ihtiyaçlarının farklılığı, çocuğun içine doğduğu durumdan sorumlu olmadığı, çocuğun ait olduğu topluma katma değer katacak bir yetişkine dönüşeceği ve çocuğun ailesine bağımlılığı dolayısı ile çocuk yoksulluğunun önemi ortaya çıkmaktadır (Limanlı, 2020). Ailede yaşanan ekonomik sorunlar çocukların da bu süreçten etkilenmelerine sebep olurken ailenin çocuğun bakım ve gereksinimlerini karşılayamama durumu çocuğun ihmal ve istismarı riskini ortaya çıkarmaktadır.

Kovid-19 süresince yoksulluğun en temel açmazlarından olan işsizlik sorunu, ekonomik destek paketleri ile hafifletilmeye çalışılsa dahi sosyal yaşamın pahalılaşması ile yeterli yaşam ve gelişim imkanlarına ulaşmak zorlaşmıştır. Yapılan araştırmalar işsizliğin uzun vadede daha çok aileyi etkileyeceğini, intihar ve psikolojik problemlerin de artma riskinin olduğunu, çocukların ise bu olumsuz şartlar içinde büyümelerinin ve kendi geleceklerini inşa ederken zorlayıcı olabileceğini açıklamaktadır (Whitehead, Robinson ve Barr, 2021). Ailede yaşanan ekonomik sorunlar çocuğun bakım ve gereksinimini karşılama noktasında ihmal ve istismar riskini de ortaya çıkarabilmektedir. UNICEF (2020) tarafından yapılan bir araştırmada Kovid-19 pandemisinin çocuklar için birçok potansiyel olumsuzluğa sebebiyet verdiğini ve çocuğa yönelik kötü muamele ve şiddetin arttığını açıklamıştır (Vezina, Brend ve Beeman, 2020). Ailenin karşılaştığı çok boyutlu sorunların yine aile içinde etkilerinin olacağı düşünüldüğünde yapılan araştırmalar pandemi ile birlikte yoksul ailelerin sağlık, eğitim ve istihdam olanaklarına erişim sıkıntılarının ev içinde çocuğun ihmal ve istismarına sebep olabileceğini açıklamaktadır (Herrenkohl, Scott, Higgins, Klika ve Lonne, 2021).

İşsizliğin yarattığı ekonomik yapı, pandemi sürecinin belirsizliği, sağlık ve çeşitli toplumsal hizmetlere erişim sorunu, aile sisteminin stres seviyesinin artmasına ve çocuğun olumsuz etkilenmesine olanak sunar niteliktedir. Hane içinde artan kriz durumu, sosyal yaşamdan uzaklaşma, kaynak ve hizmetlere erişememe çocuğun korunma ihtiyacının ortaya çıkmasına zemin hazırlarken yapılan çalışmalar işsiz ebeveynlerin çocuklarını fiziksel olarak ihmal etme ve kötü muamele göstermelerinde çalışan ailelere göre 4 kat daha riskli olduğu ifade etmektedir (Rodriguez, Lee, Ward ve Pu, 2020).

İngiltere'de 2017 yılında 4 milyondan fazla çocuğun yoksulluk içinde olduğu, pandemi ile tek ebeveyni çalışan çocukların da %75'inin yoksul duruma geçtiği ve çocukların sağlık problemleri, kısıtlı imkanlar, sağlıksız çevre koşulları, kötü beslenme ve barınma koşulları ile kronik strese maruz kaldıkları ifade edilmektedir (Sinha, Bennett ve Robinson, 2020). Yapılan çalışmalar İngiltere'de birçok ailenin pandemiden önce gıda desteği aldığını ancak pandemi ile birlikte destek talebinin arttığını ve çocuklu ailelerin ihtiyaçlarının bir önceki seneye göre 2 kat fazla olduğunu pandemi ile ailelerin kaynaklarındaki yetersizlikle birlikte çocukların birçok boyutta savunmasız duruma düştüklerini ortaya çıkarmaktadır (McKinney, 2021).

Pandemi ile birlikte derinleşen yoksulluğun ailedeki yansımaları farklılaşmakta iken Kovid-19 ile başlayan ve yaygınlaşan uzaktan eğitim sisteminin birçok aile ve çocuğun yaşamına etkisinin olduğu düşünülmektedir.

Uzaktan Eğitim Süreci ve Eşitsizlik

Kovid-19 pandemik salgınındaki etkiler eğitim sisteminde de bazı değişim ve farklılaşmaları zorunlu kılmıştır. Eğitim sisteminde meydana gelen kapanmalar ve uzaktan eğitim süreci eğitim sisteminin bel kemiği olmuştur. Kovid-19 süresince dünya çapında 140'tan fazla ülkede okulların kapatılması sağlık sisteminin yükünü hafifletmek için yapılan bir pandemi önlemi olsa da

halihazırda yoksulluk içinde olan çocuklar için bu durum ekstra bir eşitsizliğin kapısını aralamıştır. Çocukların okulda yemeğe daha kolay ulaşması, akademik geleceklerine hazırlık yapabilmeleri okullar kapatıldığında düşük sosyo-ekonomik durumdaki çocuklar için kaynak ve eğitim hizmetlerine ulaşmayı da zorlaştırmıştır (Lancker ve Parolin, 2020).

Amerika'da 30 milyondan fazla çocuğun okullarda beslenme programlarından faydalandığı ve okulların kapatılması ile bu hizmetin kısıtlandığı, pandemi sürecinde sağlık ve ekonomi alanlarındaki eşitsizliklerin azaltılmasına yönelik yasal çalışmaların odağında yetişkinlerin olmasına karşın gelecekte öncelikli grubun çocuk refahı olması gerektiği ifade edilmektedir (Dooley, Bandy ve Tschudy, 2020).

Çocukların pandemi süresi boyunca eğitimden uzak kalmaları özellikle dezavantajlı gruplar için toplumdaki eşitsizlikle yüz yüze gelme, okulu erken bırakma, çalışma ve çalıştırılma risklerini meydana getirebilmektedir. Aileler çocukları için yeterli uzaktan eğitim materyallerine sahip olamama, çocuklarının eğitim ve gelişimlerini takip edememe, ihmal etme riski taşıdıkları yoksulluğun birçok kaynağa erişimi engellediği ifade edilmektedir (Masonbrink ve Hurley, 2020). Amerika'da "Yardım ve Ekonomik Güvenlik Yasası" bağlamında Kovid-19 Yardımı ile 30 milyon dolar acil eğitim yardımı olarak harcadığı açıklanmış, ailelerin yerel ve bölgesel toplum temelli hizmetler ile tespit edilerek önleyici hizmetlerden faydalanmalarının pandemide önemli olduğu belirtilmiştir.

Uzun vadede yüz yüze eğitime katılımda meydana gelebilecek eksilmelerin toplumsal gelişim için olumsuz bir faktör olduğu bilinmektedir. Nitelikli iş gücü becerisine sahip olamayan ve akademik anlamda eğitimini yarıda bırakmış çocuklar için sigortasız, güvencesiz ve sağlıksız çalışma ortamı çocuklar için yoksulluğun bir kültür haline gelmesine olanak sağlayabilir niteliktedir. Pandemi döneminde dezavantajlı çocuk gruplarının ekonomik yetersizlikleri uzaktan eğitime katılımlarını olumsuz etkileyebilmekte ve akademik eşitsizlikleri ortaya çıkarabilmektedir. Uzaktan eğitime katılmak için gerekli materyali olmayan çocuklara bilgisayar, internet bağlantısı ya da destek ders kaynakları yoksullukla mücadele kapsamında hükümet, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları tarafından adil olarak sunulmalıdır.

UNICEF (2020) tarafından dünyada yaklaşık 500 milyon çocuğun pandemi döneminde uzaktan eğitime katılmadığı açıklanmıştır (Çıtak, 2020). Pandemi sonrası gelişen travmaların ve ekonomik istikrarsızlıkların en çok temel ihtiyaçlarını okuldan karşılayan yoksul çocukları etkilediği, çocukların okul haklarına erişimleri ve eğitim alan çocukların da arasındaki eşitsizliklerin giderilmesinin bu süreçte önemli olduğu ifade edilmektedir (Masonbrink ve Hurley, 2020).

Kaynaklara göre bir eğitsel ortamın tüm öğrenciler için eşit sunulabilir olması ve bunun tartışmaya açılmaması gereklidir (Demir, 2014). 2020 yılında 120 bin den fazla öğrenci ve velinin katıldığı bir araştırmada uzaktan eğitimin yüz yüze eğitim kadar verimli olmadığı sonucuna ulaşılmış, öğretmenlerin de uzaktan eğitim konusunda bilgi ve deneyim konusundaki yetersizliklerinin olduğu bulunmuştur (Gören vd., 2020). 6 öğrenci ve 5 öğretmenin katıldığı ve bireysel görüşmelerin yapıldığı bir çalışma sonucunda uzaktan eğitimde öğrencilerin derse katılımının yetersiz olduğu, öğrencilerin kendilerini yalnız hissettiği, pratik yapılamadığı, duyuşsal ve psiko-motor davranışların kazandırılmasında uzaktan eğitimin etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Özgöl, Sarıkaya, Öztürk, 2017).

Sonuç olarak genel anlamda pandemi sürecinde eğitim sorunları; okula dönüş senaryolarındaki belirsizlik, ebeveynlerin iş tutumları dolayısıyla çocuklarına bakamaması, ebeveynlerdeki yetersizliklerin çocuklara yansması, öğrenciler arasındaki öğrenme ve gelişim farklarının açılması, teknolojik platformların kullanımındaki aksaklıklar, düşük gelir grubunun eğitim sisteminde sağlanan imkanlardan uzaklaşması olarak belirtilmektedir (Gençoğlu, Çiftçi, 2020).

Pandemi Sürecinde Sosyal Hizmet Bakışı

Sosyal hizmet sosyal iyileşme ve bütünleşmeyi temel alarak birey, grup, aile ve topluma bütüncül bir hizmet sunan uygulamalı bir bilim ve meslektir. Bireyden topluma sosyal adaleti temel alarak insanın hak ve onuru önceliği dahilinde toplumdaki dezavantajlı gruplar başta olmak üzere sosyal işlevselliği desteklenmeye ve güçlendirilmeye ihtiyaç duyan her birey için planlama, uygulama ve sürdürülebilir politikaların gerçekleştirilmesinde öncü olma gayretindedir. Toplumsal düzeni etkileyen büyük ölçekli olay ve olgularda her meslek grubu gibi sosyal hizmet uzmanları ve sosyal hizmet uygulamaları da aktif yer almaktadır.

Göç, doğal afet, savaş, ekonomik kriz ve pandemi süreçleri toplumda sistemsel boşluklara sebebiyet verebilecek hatta dezavantajlı gruplar için hak ihlallerine maruz kalabilecekleri bir ortamı oluşturmaktadır. Bu durumlarda sosyal hizmet uzmanları ve diğer meslek grupları kendi alanları dahilinde başta önleyici hizmetlerin oluşturulmasında sonrasında ise müdahale planları ile multidisipliner bir bakış açısıyla uygulamalar yapmaktadırlar.

Sosyal hizmet mesleği temel etik değer ve ilkelerini gözeterek toplumdaki her kesimin iyilik hali için bireyden topluma kanıt dayalı bilimsel araştırmalarla uygulamalarını desteklemektedir. Kovid-19 salgını ile birlikte sosyal hizmet kuruluşlarında görev yapan sosyal hizmet uzmanları hizmet sundukları bireyler, aileleri ve toplumdaki diğer dezavantajlı bireyler üzerindeki salgın etkileri konusunda endişe duymaktadır (Yanardağ ve Selçuk, 2020).

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Kovid-19 salgını boyunca yapılan çalışmalara ilişkin verilerinde özellikle sosyal destek kapsamında birçok dezavantajlı aileye ekonomik destek sağladığını duyurmuştur. Ekonomik desteklerin yanı sıra yasal mevzuatlar ile hizmetlerin sosyal politikalara dönüştürülmesi ve kontrol edilebilir sürdürülebilir nitelikte olmasına dikkat edilmiştir. Bakanlığın Strateji Geliştirme Başkanlığı tarafından "Kovid-19 Tedbirleri" ve "Uzaktan Çalışma Yönetmeliği" de 2021 yılı Mart ayında resmi gazetede yayınlanmıştır.

Sağlık alanında hastanelerde çalışan sosyal hizmet uzmanları pandemi sürecinde yoğun ve oldukça zor şartlar altında çalışmışlardır. Kanada’da 2 bine yakın sağlık çalışanı ve kamu hizmeti sağlayıcıları (politikacılar, sosyal hizmet uzmanları vb.) ile yapılan bir araştırmada araştırmaya katılan meslek elemanlarının Kovid-19 pandemi salgınında belirgin derecede anksiyete, depresyon ve yüksek travma sonrası stres bozukluğu belirtileri gösterdikleri açıklanmıştır (Johnson, Ebrahimi ve Hoffart, 2020).

Brown ve Dominelli; Ruh sağlığı ve psikososyal destekler, halk sağlığı destekleri, aile çocuk yaşlı kadın destekleri, iletişim destekleri ve sosyal dayanışma desteklerini sosyal hizmet müdahalesinin temeli olarak ifade eder (Kara, 2020). Sosyal hizmet uzmanları bireylerin yaşadıkları kaygı korku ve kriz durumu için ihtiyaç olan psikososyal desteği sağlamalı gerekli kaynaklara yönlendirmeli ve aracı olmalıdır. Halk sağlığı için çalışılırken mikro ve mezo açıdan toplumun sosyal izolasyon ve karantina sürecinde depresyon ve kaygı düzeyinde görülen artış ile çalışılması, birey ya da aileyle yapılan görüşmelerin uzaktan yapılması, sunulan hizmetlerin pandemiye göre revize edilmesi, toplumla çalışmalarda teorilerden, kuramlardan ve uygulamalardan alınan deneyimler ile kaynakların diğer sosyal bozulmalara (şiddet, yoksulluk, ihmal, istismar) fırsat vermeden bütüncül çalışılması gerektiği ifade edilmektedir (Walter, 2020).

Yoksulluk ise pandeminin kısa ve uzun dönemdeki etkileri ile aileyi birer stresör olarak tetiklerken çocukların gelişimsel ve davranışsal bozukluklar geliştirmelerine de neden olabilmektedir. Sosyal izolasyon ve iş kayıplarının dezavantajlı hanelerde şiddet ihmal veya istismara dönüşme riskini de artırdığı, sosyal hizmet uzmanlarının okullarda, sağlık kuruluşlarında ilk uyarı işaretlerini fark eden ve dezavantajlı durumdaki yoksul çocuklara destek sistemini oluşturan ilk meslek gruplarından olduğu ifade edilmektedir (Masonbrink ve Hurley, 2020). Yoksulluk hayli zorlayıcı ve risk faktörleriyle dolu toplumsal bir olgu iken Kovid-19 ile birleşmesi ile dezavantajlı grupların desteklenmeye olan ihtiyacının arttığı da ortaya çıkmaktadır.

Çin’de "Coronavirüs’ün Önlenmesi ve Kontrolü Sosyal Hizmet Destek El Kitabı" yayımlanması, “Topluma Dayalı Salgınla Mücadele” adlı çevrimiçi bir eğitim kursu başlatılması, psikososyal destek hatları oluşturulması benzer şekilde “Kovid-19 Kriz Yönetimi Komiteleri” gibi birçok yapılanmanın uluslararası düzeyde kurularak çalışmalar başlattığı görülmüştür. Çin, Amerika ya da çoğu Avrupa ülkesi hizmetlerin planlanması ve uygulanmasında sistemlerini yapay zekâ ve benzeri teknolojik gelişmeler ile ileri boyutlara taşıma çalışmaları yapmaktadır. Örneğin UNICEF, Microsoft ve Cambridge Üniversitesi eğitime devam edemeyen göçmen çocuk ve gençler için “Öğrenim Pasaportu” uygulaması ile dijital ortamda eğitimlerin gerçekleştirilmesini amaçlamıştır (Yıldırım, Abukan, Öztürk ve Eker, 2020). Ülkemizde oluşturulan “Vefa Sosyal Destek Grubu” ile çeşitli meslek grupları ve sosyal hizmet uzmanlarının yer aldığı multidisipliner bir mesleki yapılanma olarak sosyal izolasyon sürecinde temel hizmetlerin sunulması hedeflenmiştir (Bilge, 2020). Pandemi sürecinde hizmetlere erişimlerde toplumun temel sağlık bilgisinin artırılması için çalışılarak bu bilgilerin gündelik yaşama aktarılmasında planlamaların yapılması ve toplumsal eğitsel faaliyetlerinin sürdürülebilir nitelikte olması oldukça önemli görülmüştür (Budak ve Korkmaz, 2020).

Çocuk ihmal ve istismar vakalarının Kovid-19 süresi boyunca ebeveynler arasındaki şiddet ile birlikte arttığı, çocukların tanık olduğu bu stresli ortamın çocuğun gelişimini çok boyutlu etkilediği ayrıca özellikle de yoksul ve kalabalık ailelerde çocukların daha fazla risk altında olduğu da görülmektedir (Görmüş, Arslankoç, 2020). Yoksulluğa yönelik olarak ihtiyaç sahiplerine yapılan maddi ve gıda yardımlarının ihtiyacı tam olarak karşılayamadığı, sistemsel aksaklıkların yaşandığı, ailesine bakmakla yükümlülerin çeşitli sebeplerden sokağa çıkamamaları ve mağdur olmalarıyla birlikte yaşam standartlarında değişimler görülmesi kaçınılmaz olmuştur (Kestel, 2020). Kovid-19 süresince düzenlenen politikalarla bağlantılı genel bir halk sağlığı düzeni oluşturulmaya çalışılırken dezavantajlı grupların ihmal edildiği, sosyal içerme ile bu gruplarla çalışan meslek elemanlarından ayrı sosyal politikaların düzenlenmemesi gerektiği ve pandemi süresince sosyal bilimler danışmanlığının zayıf kaldığı görülmektedir (Can, 2020).

Dünya Sağlık Örgütü (2020) pandemi sürecinde çocukların güvende hissetmelerine dikkat edilerek çevrenin desteği içinde korku ve stres gibi duygularıyla baş etmeleri için pozitif yollar bulunmasını, çocukların ebeveynlerine yakın tutulmasını, ailesinden ayrılması gerekiyorsa sosyal hizmet uzmanının bu dönemde daha özenli takip etmesi gerektiğini, kısıtlanma ve sosyal izolasyon süreci ile ailenin çocukla birlikte yeni rutinler oluşturması gerektiğini, rutinlerin çocukların becerilerini geliştirecek ve ebeveyn-çocuk iletişimini güçlendirecek nitelikte olması gerektiğini vurgulamıştır (WHO, 2020). Dünya Sağlık Örgütü’nün yayınladığı “Koronavirüse Karşı Küresel Çapta Koordineli Dayanışma Çağrısı” Uluslararası Sosyal Hizmet Uzmanları Federasyonu tarafından desteklenmekte ve sosyal hizmet uzmanlarının Kovid-19 ile mücadelede toplumu proaktif olarak desteklemesi gerektiği belirtilmektedir. Sosyal hizmet uzmanlarının psikososyal desteği güçlendirmeleri, ihtiyaç temelli danışmanlık yapmaları, toplumsal kaynaklara yönlendirmeleri, dezavantajlı grupların öncelikli ihtiyaçlarını risk faktörlerini değerlendirilmeleri, risk altındaki gruplar ile sosyal izolasyon sürecinde iletişimin koparılmamasının bu süreçteki rollerden olduğu belirtilmiştir (Pak Güre ve Tulgan, 2020).

Uygulamaya yön veren kuramsal çerçevelerden yararlanmak müdahale işlevselliği açısından önemlidir. Kanıta dayalı uygulamalardan; krize müdahale yaklaşımı, güçlendirme yaklaşımı ve birey merkezli yaklaşımlarının uygulamalara daha aktif yanıt verdiğini ortaya konmuştur (Akyüz, 2021). Sosyal hizmet uzmanları raporlama, dosya takip etme, sistemsel bilgilerin analizi, medya okuryazarlığı gibi alanlarda çalışmalarını pandemi sürecinde de dijital olarak sürdürmüştür. Böylece sosyal hizmet uzmanlarının dijital becerilerinin de gelişmesi bu dönemde değer kazanmıştır. Yapılan bir araştırmada çeşitli alanlarda çalışan toplam 647 sosyal hizmet uzmanının neredeyse yarısı dijital becerilerini “iyi” değerlendirmiştir (Yıldırım, Abukan, Öztürk ve Eker, 2020).

Uluslararası Sosyal Hizmet Çalışanları Federasyonu; salgın sürecinde sosyal hizmet müdahalelerinin dezavantajlı gruplarda öncelik kazanması gerektiğini, temel yaşam gereksinimlerin karşılanması için kaynak planlaması yapılmasını, sosyal politikaların oluşturulması aşamasında savunucu rolünde olunmasını, sosyal- ekonomik zorlukların çözümünde uygulamaların

geliştirilmesini, eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele edilmesini vurgulamaktadır (Birinci ve Bulut, 2020). Yapılan çalışmalarda çocuklar başta olmak üzere dezavantajlı grupların gereksinimlerine dair araştırmaların hızlandırılması, istihdam sorunu ve pandemi ile işsiz kalan bireylerin istihdamları için destekleyici hizmetlerin organizasyonları, koruyucu ve önleyici sosyal koruma planlarının yapılması, şiddet ve aileye yönelik çalışmaların yapılması, sosyal izolasyon ile kısıtlı yaşamda farklılaşan gereksinimlerin tüm toplum için bütüncül boyutta hatta ev temelli sosyal hizmetlerin geliştirilmesi de ön plana çıkmaktadır (Ayata ve Çamur, 2020).

Sosyal hizmet müdahalesinin başta dezavantajlı kesimler olmak üzere planlanması doğrudan yahut dolaylı hizmetlerle, kurum ve kaynaklarla sosyal destek mekanizmalarının oluşturulması ve yoksulluk, sosyal izolasyon, çocuğun korunmasını gerektirecek riskli faktörlerin olduğu ailelere ulaştırılması gerekmektedir (Wu ve Xu, 2020). Uygulamaların sürdürülebilir niteliğine özen gösterilerek kaynakların nitelikli kullanılmasında profesyonel meslek elemanlarının yer alması ve bireyden topluma bütüncül hizmetlerin oluşturulması oldukça önemlidir.

Sonuç ve Değerlendirme

Kovid-19 pandemisi küresel anlamda dünyanın baş etme becerilerinin sınırlarını zorlamıştır. İnsanın en temel hakkı olan yaşamaya yönelik tehdidi ile tüm insanlığı ortak bir çatıda bir araya getirmiş ve sağlıklı olma gayretinde buluşturmuştur. Pandeminin etkileri sağlık hizmetleri başta olmak üzere gelişmişlik düzeylerine göre farklılaşsa da sosyal yaşamda da görülmüştür. Gündelik yaşam için kapanmalar, sosyal çevreden izolasyon, belirsizlik, kaygı, istihdam sorunları ve eğitime erişimde kısıtlamalar yaşanmıştır.

Sosyal yaşamın zorlayıcı koşullarına ek olarak ekonomi ülkelerin en zorlandığı alanlardan olmuştur. Uzaktan çalışma koşullarında işten çıkarılmalar görülmüştür. Okulların kapatılması ile eğitim uzaktan bir süreçte sürdürülmüştür. Uzaktan eğitim ile eğitim sisteminin sürdürülebilir nitelik kazanmış olması oldukça önemliken hanesinde yoksulluk hâkim olan yahut yeterli kaynak ve imkanı olmayan çocuklar için bu durum bir fırsat eşitsizliğine sebep olmuştur. Pandemide ailelerin evlere kapanması risk altındaki grupların tespitini zorlaştırmıştır. İşsizlik ile hanede stres ve kaygının artması buna bir de mevcut durumda yoksulluk riski eklendiğinde çocuğun ihmal ve istismar edilmeye açık hale geldiği yapılan araştırmalarca ortaya konmaktadır. Bununla birlikte hanede gelirin düşmesi çocukların güvencesiz çalıştırılmalarına da yol açmıştır. Sağlık sorunları, pandemi kayıpları, erişim sorunları ailede bir kriz ortamı yaratmış ve müdahale ise yine pandemi nedeniyle tam ve etkin sağlanamamıştır.

Tüm bunların sonucunda sosyal hizmet mesleğine duyulan ihtiyacın gittikçe arttığı görülmektedir. Kovid-19 pandemi sürecinde bireyden topluma etkileri olan bu salgının mevcut durum ve gelecekteki riskleriyle bütüncül değerlendirilebilmesi, toplum temelli kaynakların geliştirilmesi, bireylerin haklarına ve hizmetlere adil ulaşabilmeleri için yoksulluk, eğitim sistemi aksaklıkları, dezavantajlı gruplar ve toplum refahına yönelik hizmetlerde sosyal hizmet uzmanlarının rolü artmakta çalışmaların ise geliştirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak pandemi yoksulluk gibi toplumsal sorunların derinleşmesine imkân tanırken yoksullukla birlikte hane içindeki sorunların aileyi ve dolaylı olarak toplumu da etkileyeceği düşünülmektedir. Hanede çocuğun gerek yoksulluk kaynaklı gerekse de pandemi etkisiyle eğitim sisteminden kopma riski de yine benzer şekilde yoksulluğu ve eşitsizliklerle yüzleşmenin kapısını aralayacaktır. Bu süreçte sosyal hizmet uzmanlarının önleyici ve koruyucu hizmetleri organize etmeleri bireyden toplumun bütününe etkili olacak hizmetleri sosyal politika ve programlarla, kaynak planlamalarıyla ve diğer meslekler arasında iş birliği ile sürdürmeleri gereklidir.

Öneriler;

- Sağlık personelinin psikososyal destek alması adına planlamaların yapılması,
- Sosyal hizmet uzmanları için dijital sosyalleşme platformlarının geliştirilmesi ve bilinçlendirme çalışmaları,
- Yoksullukla mücadele kapsamında sosyal politikaların oluşturulması bu süreçte sosyal hizmet uzmanlarının kamusal otoritelerle paydaş çalışmalar yürütmeleri,
- Merkezi ve yerel bağlamda istihdam sorunu yaşayan haneler için hane bazlı değerlendirmelerin planlanması,
- Sosyal hizmet uzmanlarının riskli bölgeler için eğitime erişim ve devamlılık konusunda yerel çalışmalarının sistematik hale getirilmesi,
- Uzaktan eğitimde kaynak yetersizliğine yönelik bölgesel destek ağının güçlendirilmesi ve kaynak analizinin yapılandırılması,
- Öğretmenlerin çocuklar ile örgün eğitim dersleri haricinde sosyalleşmeyi destekleyen çalışmalarında destek sunulması,
- Okul sosyal hizmetinin ilgili yasal boşluklarının tamamlanarak bu süreçte okul sosyal hizmeti uygulamalarının başlaması,
- Sosyal hizmet uzmanlarının bilimsel çalışmaları takip etmeleri ve kanıta dayalı uygulamanın da güçlendirilmesi için günümüz Kovid-19 yayınlarının, güncel araştırmaların uluslararası düzeyde takibi için dijital becerilerin geliştirilmesi,
- Ebeveynlerin internet kullanımı konusunda çocuklarıyla birlikte danışmanlık almaları için planlamaların yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akyüz, M. (2021). Salgın Hastalıklar, Sosyal Sorunlar ve Halk Sağlığı Bağlamında Sosyal Hizmet. *Sosyal Hizmet Dergisi*, (1), 33-37.
- Avrupa Birliği Politika Çalışmaları Bulguları, Çocuk Yoksulluğunun Önlenmesi ve Azaltılması, www.yoksulluklamucadele.org/icerik.php. Erişim Tarihi: 23.4.2021.
- Avşar Kurnaz, Ş. (2009). Türkiye’de Çocuk Yoksulluğu. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü: Ankara.
- Ayata, R. ve Çamur, G. (2020). Sosyal Hizmet Perspektifinden Covid-19 Pandemi Süreci ve Sosyal Sorunlara Yönelik Kriz Değerlendirmesi. *Sosyal Politika ve Sosyal Hizmet Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 21-38.
- Bilge, M. (2020). Türkiye’de Covid-19 Pandemi Sürecinde Dezavantajlı Bireylere Yönelik Uygulamaların İncelenmesi: Vefa Sosyal Destek Grubu Örneği. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*, (16), 101-114.
- Bilgin, S., Kurtkulagi, O., Bakir Kahveci, G., T. Duman, T., Meryem, B. ve Tel, A. (2020). Millennium pandemic: A review of coronavirus disease (COVID-19). *Exp Biomed Res*, 3(2), 117-125.
- Birinci, M. ve Bulut, T. (2020). Covid-19’un Sosyo-Ekonomik Yönden Dezavantajlı Gruplar Üzerindeki Etkileri: Sosyal Hizmet Bakış Açısından Bir Değerlendirme. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 4(1), 62-68.
- Budak, F. ve Korkmaz, Ş. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecine Yönelik Genel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (SAYOD) (1), 62-79.
- Can,H.B.(2020). Olağanüstü Durumlarda Geliştirilen Sosyal Politikaların Dezavantajlı Gruplar Üzerindeki Etkisinin Sosyal Hizmet Perspektifinden Değerlendirilmesi: Covid-19 Pandemisi Türkiye Örneği.*Toplum ve Sosyal Hizmet* (2), 47-63.
- Çetin İ. (2020). Yoksulluk ve Yoksulluk Göstergeleri: Türkiye ve OECD Ülkeleri Üzerine Bir Karşılaştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 510-532.
- Çıtak, N. (2020). COVID-19 ve Sınıfsal Eşitsizlik. Türk Tabipleri Birliği COVID-19 Pandemisi 6.Ay Değerlendirme Raporu: Ankara.
- Dalfidan, F. (2020). Çocuk Yoksulluğuna Sosyolojik Bakış: Eleştirel Bir Literatür Değerlendirmesi. *Journal of Economy Culture and Society*, (62), 397-414.
- Demir, E. (2014). Uzaktan Eğitime Genel Bir Bakış. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,(39), 203-212.
- Gençoğlu, C. ve Çiftçi, M. (2020). Covid-19 Salgınında Eğitim: Türkiye Üzerinden Bir Analiz. *Journal of History School*, (46), 1648-1673.
- Gören, S., Gök, F., Yalçın, M., Göregen, F. ve Çalışkan, M. (2020). Küresel Salgın Sürecinde Uzaktan Eğitimin Değerlendirilmesi: Ankara Örneği. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 69-94.
- Görmüş, K. ve Arslankoç, S. (2020). Sosyal Hizmet Perspektifinden Covid-19 Salgını Sürecinde Aile İçi Şiddet Olgusuna Dair Genel Bir Değerlendirme.*Toplum ve Sosyal Hizmet*,(2),9-21.
- Dooley, G., Bandy, D., Tschudy, M. (2020). Low-Income Children and Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) in the US. *JAMA Pediatrics* 174(10), 921-928.
- Herrenkohl, T. I., Scott, D., Higgins, D. J., Klika, J. B. ve Lonnie, B. (2021). How COVID-19 Is Placing Vulnerable Children at Risk and Why We Need a Different Approach to Child Welfare. *Child Maltreatment* 26(1), 9-16.
- Hosta, S. (2020, 09 17). UNICEF ve Save the Children, Koronavirüs nedeniyle 150 milyon çocuğun daha yoksulluğa sürüklendiğini açıkladı. 01 31, 2021 tarihinde UNICEF: <https://www.unicef.org/turkey/bas%C4%B1n-b%C3%BClenleri/unicef-ve-save-children-koronavir%C3%BCs-nedeniyle-150-milyon-%C3%A7ocu%C4%9Fun-daha-yoksullu%C4%9Fa> adresinden alındı.
- Johnson, S. U., Ebrahimi, O. V. ve Hoffart, A. (2020). PTSD symptoms among health workers and public service providers during the COVID-19 outbreak. *Plos One* 15(10), 1-13.
- Kara, E. (2020). The Function of the Social Service Workforce during the COVID-19 Pandemic in Disadvantaged Groups. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 28-34.
- Kaur, N. ve Byard, R. W. (2021). Prevalence and potential consequences of child labour in India and the possible impact of COVID-19 – a contemporary overview. *Medicine, Science and the Law*, 1–7.
- Kestel, T. (2020). Pandeminin Yoksulluğa Etkileri.*Toplum ve Sosyal Hizmet* (2), 22-34.
- Kınacı, Ş. N. (2019). Çocuk Yoksulluğu. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 81-87.
- Lancker, W. V. ve Parolin, Z. (2020). COVID-19, school closures, and child poverty: a social crisis in the making. www.thelancet.com/public-health, (5), 1-2.
- Limanlı, Ö. (2020). Türkiye’de Çocuk Yoksulluğu: Bir Yeniden Değerlendirme. *İktisat Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 158-173.
- M. Morens, D., Daszak, P., Markel, H. ve Taubenberger, J. K. (2020). Pandemic COVID-19 Joins History’s Pandemic Legion. *Clinical Science and Epidemiology*, 11(3), 1-9.
- Masonbrink, A. R. ve Hurley, E. (2020). Advocating for Children During the COVID-19 School Closures. *Pediatrics*,146(3), 1-3.
- McKinney, S. J. (2021). Covid-19, Child Poverty, Catholic Schools and the Insights of Gustavo Gutiérrez. *Irish and British Reflections on Catholic Education*, 29-40.
- MPPN. (2019). 2019 Global MPI: Half of Multidimensionally Poor People are Children. *Dimensions*, 8–9. <https://mppn.org/infographic-2019-global-mpi/>.
- Mukhtar, S. (2020). Psychological health during the coronavirus disease 2019 pandemic outbreak. *International Journal of Social Psychiatry*, 66(5), 512–516.

- Özgöl, M., Sarıkaya, İ. ve Öztürk, M. (2017). Örgün Eğitimde Uzaktan Eğitim Uygulamalarına İlişkin Öğrenci ve Öğretim Elemanı Değerlendirmeleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(2), 294-304.
- Pak Güre, M. D. ve Tulğan, B. (2020). Uluslararası Sosyal Hizmet Uzmanları Federasyonu (IFSW) Öncülüğünde Sosyal Hizmet Meslek Örgütlerinin COVID - 19'a Karşı Yanıtları. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 44-63.
- Rodriguez, C. M., Lee, S. J., Ward, K. P. ve Pu, D. F. (2020). The Perfect Storm: Hidden Risk of Child Maltreatment During the Covid-19 Pandemic. *Child Maltreatment*, sagepub.com/journals-permissions, 1-13.
- Sher, L. (2020). An infectious disease pandemic and increased suicide. *Braz J Psychiatry*, 42(3), 239-240.
- Sinha, I., Bennett, D. ve Robinson, D. C. (2020). Children are being sidelined by covid-19. *The Bmj*, 369.
- Smith, M. ve Upshur, R. (2019). Pandemic Disease, Public Health, and Ethics. *The Oxford Handbook of Public Health Ethics*, 1-19.
- UNICEF. (2005). Defining Child Poverty. *The State of the World's Children 2005*. <https://www.unicef.org/sowc05/english/povertyissue.html>, Erişim Tarihi: 23.4.2021.
- Ünlü, A. (2020). Türkiye'nin Dezavantajlı Bölgelerinde Yoksulluk Olgusu. *TJSS*, 4(7), 394-405.
- Vezina, D. C., Brend, D. ve Beeman, I. (2020). When it counts the most: Trauma-informed care and the COVID-19 global pandemic. *Developmental Child Welfare* 2(3), 172-179.
- Walter, H. A. (2020). Coronavirus Pandemic Calls for an Immediate Social Work Response. *Social Work in Public Health* 35(3), 69-72.
- Whitehead, M., Robinson, D. T. ve Barr, B. (2021). Poverty, health, and covid-19. *The BMJ*, 1-2.
- WHO. (2020). Mental health and psychosocial considerations during the COVID-19 outbreak. *İsviçre: WHO*.
- Wu, Q. ve Xu, Y. (2020). Parenting stress and risk of child maltreatment during the COVID-19 pandemic: A family stress theory informed. *Developmental Child Welfare* 2(3), 180-196.
- Yanardağ, U. ve Selçuk, O. (2020). COVID-19 Pandemi Sürecinde Sosyal Hizmet. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 1-2.
- Yaşar, S. ve Taşar, M. O. (2019). Kavramsal Olarak Yoksulluk ve Türkiye'de Yoksullukla Mücadele Politikalarının Etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 19(38), 119-144.
- Yıldırım, A. (2019). Türkiye'de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 1 (1), 15-33.
- Yıldırım, F., Abukan, B., Öztürk, H. ve Eker, H. (2020). Sosyal Hizmette Teknoloji Kullanımı ve Sosyal Hizmet Uzmanlarının Dijital Yapabilirlikleri: Covid-19 Salgını Odağında Bir Değerlendirme. *Turkish Studies*, 15(8), 3900-3916.

Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi*

Effect of Customer Complaint Management on Customer Satisfaction

Merve UZUN**, Ayşe AYGÜN ÖZGÖZ***

* Bu Çalışma Merve Uzun'un 2018 yılında tamamladığı "Müşteri Memnuniyeti Sağlamada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkisi: Online Alışverişler Üzerine Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Öğretim Görevlisi, Antalya AKEV Üniversitesi, merve.uzun@akev.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1872-1012

*** Dr. Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, ayseozgoz@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8597-8240

Öz

Günümüzde işletmeler için müşteri ve müşteri memnuniyeti kavramı en önemli faktörlerdendir. Eskiden üretim, ürün ve satış odaklı hareket eden işletmeler artık müşteri odaklı hale gelmiş, müşteri memnuniyetine ve müşterilerden gelen şikayetlere önem verir olmuşlardır. Bir işletme için kâr getiren unsur müşterileridir ve müşteri kaybı, gelir kaybı anlamına gelmektedir. Öncelerde işletmenin en önemli unsuru olarak yöneticiler görülürken pazarlama yaklaşımı ile birlikte odakta müşteriler olmuştur.

Bir müşterinin memnun edilmesi, istek ve beklentilerinin tam olarak karşılanması ile mümkün olmaktadır. Beklentileri karşılanmayan bir müşteri ise şikâyet kanalları ile bunu söz konusu işletmeye bildirecektir. Şikâyetler aslında işletmeler için olumsuzlukların giderilmesi için birer uyarı sinyalidirler. Bu nedenle müşterilerden gelen şikâyetler önemsenmelidir. Şikâyet eden bir müşteri, şikâyetinin çözüme ulaştırılmasını istemektedir. Verimli, sonuç odaklı ve etkili bir şikâyet yönetimi sistemi kurularak şikâyetçi bir müşteri memnun müşteri haline dönüştürülebilecektir.

Çalışmanın amacı; müşteri şikâyetleri yönetiminin müşteri memnuniyeti üzerine etkisinin incelenmesidir. Bu amaçla online alışverişlerde yaşanan şikâyetler ve işletmelerin şikâyet yönetimi sonrası müşteri memnuniyetini yeniden sağlamadaki etkinliğini incelemek üzere Afyonkarahisar'da online alışveriş yapan 400 kişi üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma verileri yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmış ve toplanan veriler SPSS programında t-testi, varyans analizi, korelasyon analizi ve ki-kare testi kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda müşteri şikâyetleri yönetiminin müşteri memnuniyeti üzerine anlamlı pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Memnuniyeti, Şikâyet Davranışı, Müşteri Şikâyetleri Yönetimi, Online Alışveriş.

JEL Kodu: M31

Abstract

Nowadays, the concept of customer and customer satisfaction have become the most important concepts for businesses. In the past, businesses that focused on production, product and sales have now become customer-oriented, paying attention to customer satisfaction and complaints from customers. For a business, it is its customers that bring profit, and loss of customers means loss of revenue. In the past, while managers were seen as the most important element of the business, the importance of the customer was understood with the marketing approach.

Satisfaction of a customer is possible by fully meeting their wishes and expectations. A customer whose expectations are not met will notify the company in question through complaint channels. Complaints are actually a warning signal for businesses to eliminate negativities. For this reason, complaints from customers should be heeded. A customer who complains wants his complaint to be resolved. By establishing an efficient, result-oriented and effective complaint management system, a complaining customer will be transformed into a satisfied customer.

The aim of the study; examining the impact of customer complaints management on customer satisfaction. For this purpose, a research was conducted in Afyonkarahisar to examine the complaints experienced in online shopping and the effectiveness of businesses in re-establishing customer satisfaction after complaint management. The sample of the study consists of 400 people. The research data were collected by face-to-face interview method and the collected data were analyzed using IBM SPSS Statistics Version 23 program. T-test, analysis of variance, correlation analysis and chi-square test were used in the analysis of the data. As a result of the analysis, it has been determined that customer complaints management has a significant positive effect on customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Complaint Behavior, Customer Complaints Management, Online Shopping.

JEL Code: M31

Giriş

Kavramsal Çerçeve

Günümüzde işletmeler ve pazarlamacılar, müşterinin ve müşteri memnuniyeti sağlamanın önemini daha fazla anlamaya başlamışlardır. Çünkü işletmelere kar getiren unsur müşterileridir. Geleneksel anlayışla ürünü, üretim süreçlerini ve satışı önceleyen işletmeler pazarlama anlayışının yaygınlaşması ile müşterinin ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurmaya başlamış ve bu sayede müşteri memnuniyetini sağlamayı amaçlamışlardır. Çünkü alternatifleri çok olan müşteriler kendisini anlayan, yarar sağlayan, değer veren ve bunu sürekli halde devam ettiren işletmeleri tercih etmektedirler (Uyar, 2013: 23). Herhangi bir sebepten dolayı, müşteri memnuniyeti sağlanmadığında ise şikâyet yönetimi devreye girmektedir. İşletmelerin; iyi, verimli ve etkili bir şikâyet yönetimi sistemi kurabilmeleriyle müşteriler, şikâyet kanalları vasıtasıyla yaşadıkları olumsuzlukları işletmelere bildirebilecektir. Şikâyet yönetimi sayesinde şikâyetlerine çözüm bulabilen müşteriler söz konusu işletmenin müşterisi olmaya devam edecek ve bu sayede işletme, imajını ve gelirini de korumuş olacaktır (Kim, Kim, Im & Shin, 2003: 352-353).

Müşterinin bir üründen beklentileri ile ürünün kullanım amacına uygunluğu arasında bir olumsuz sapma meydana gelmesi durumunda tüketici tarafında bir problem varlığı ortaya çıkmaktadır. Bu problemler müşterinin memnun edilemediği anlamını taşımaktadır (Odabaşı, 1996: 187).

Müşterinin beklentilerinin karşılanmaması yani memnuniyetsizlik durumu şu şekillerde meydana gelebilmektedir;

- Ürünün yetersiz olması,
- Ürünün, müşteri tarafından yanlış kullanılması,
- İşletmenin satış sözleşmesinde belirttiği (dağıtım, teslim, montaj, vb.) koşulları yerine getirmemesi,
- İşletmenin müşteride yarattığı imaj sonucu, müşteri beklentisinin çok yüksek olması fakat beklentilerin karşılanamaması (Odabaşı, 2015: 156).
- Ürünün kusurlu olması,
- Destek hizmetlerinden istenilen sonucun alınmaması (Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], 2011: 3).
- Çalışanların müşteriye kötü muamelesi (Brown, 1995: 88).

Müşteride memnuniyetsizlik iki tür sonuç doğurmaktadır: “eylemsizlik” ve “eyleme geçme”.

Eylemsizlik durumu; müşterinin şikâyette bulunma konusunda hiçbir şey yapmamasıdır. Bunun birçok sebebi olabilir. Bunlar; müşterinin şikâyet için harcayacağı zamanın, paranın ve enerjisinin şikâyetten alacağı sonuçtan daha kıymetli olacağını düşünmesidir. Müşteri; eylemsizlik durumunda, “uğraşmaya değer bulmuyorum”, “neler yapacağımı, nerelere başvuru yapacağımı bilmiyorum” ya da “bununla uğraşacak vaktim yok” gibi söylemlerde bulunmaktadır (Odabaşı, 1996: 188).

Eyleme geçme durumu ise; pasif ve aktif davranışlar olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2017: 393-394):

Pasif Davranışlar;

- Aynı markadan bir daha alışveriş yapmamak,
- İşletmeyi boykot etmek,
- Ağızdan ağıza şikâyet yolu ile yakınlarına olumsuz deneyimlerini anlatmaktır.

Aktif Davranışlar;

- Söz konusu üründeki kusurların düzeltilmesini talep etmek (Ürünün onarılmasını ya da değiştirilmesini istemek, ödenen paranın iadesini talep etmek gibi).
- Yargı yollarına başvuruda bulunma (Ticaret mahkemeleri ya da tüketici mahkemelerine başvuruda bulunularak zararın tazminini istemek).
- Şikâyet merkezlerine başvuruda bulunmaktır (Satıcı ya da üreticiye, tüketici derneklerine, ticaret odalarına, ticaret müdürlüklerine başvurarak durumun düzeltilmesini talep etmek).

Müşteri, satın aldığı mal ya da hizmetten memnun kalmazsa, söz konusu ürünü fayda-maliyet çerçevesinde değerlendirmekte ve değerlendirdiği ürünün şikâyet etmeye değer ya da şikâyet etmeye değmeyeceği bir ürün olduğuna dair zihinsel bir yargıya varmaktadır (Huppertz, 2007: 428).

Müşteri; beklentisini karşılamayan ürünü işletmeye şikâyet yolu ile dile getirmek istediği yönünde bir karar verirse bunu; sözlü şikâyet, yazılı şikâyet, telefonla şikâyet ya da online şikâyet kanallarından bir ya da birkaçıyla söz konusu işletmeye iletmektedir. Şikâyetin işletmeye iletilmesi ile yeni bir süreç başlamaktadır. Müşteri kendisine; “Şikâyetimi uygun, adil ve yerinde çözüp yanıt

buldular mı?” sorusunu sormaktadır. Eğer kendine verdiği cevap olumlu ise memnuniyet sağlanmış olmaktadır. Fakat müşteri olumsuz bir cevap veriyor ise memnun olmamış demektir (Eşkinat, 2009: 35).

Müşterilerden gelen şikayetler, işletmeleri zor durumda bırakan bir fiil olarak değil; işletmelerin faaliyetlerini iyileştirebilmeleri için bir yol gösterici, müşteri ile işletme arasındaki tehlikeye girmiş olan ilişkiyi düzeltmek için bir fırsat olarak görülmelidir. Ayrıca müşteri şikayetlerini göz ardı etmek işletmelere bir yarar sağlamamaktadır. İşletme, müşteri şikayetleri ile ilgilendiği ve çözüm bulduğunda ise bu durum, hem müşteri memnuniyetinin sağlanmasına neden olacak hem de müşterinin yeniden aynı işletmeyi tercih etme ihtimalini arttıracaktır. Ayrıca şikayetler, değerli birer uyarı sinyalleridir. Şikayetler sayesinde, küçük sorunlar, aksilikler, performans düşüklükleri ve daha bir sürü olumsuz durum daha büyük sorunlara yol açmadan önlenmiş olmaktadır (Demir ve Kozak, 2013: 198). Yapılan bir araştırmaya göre; yeni ürün ya da hizmet geliştirme ile ilgili başarılı on fikirden sekizinin görüşlerini işletmeye bildiren müşterilerden geldiği sonucuna ulaşılmıştır (Eşkinat, 2009: 42).

Müşteri şikayetleri yönetimi sayesinde şikayetçi müşterilerin geri kazanılması mümkün olmaktadır. Bu sebepten dolayı şikâyet yönetimi; “savunma pazarlama stratejisi” ve toplam kalite yönetiminin bir parçası olarak görülmektedir (Hansen, vd., 2010: 7-9). Şikâyet yönetimi; müşteriyi elde tutmanın etkili bir aracıdır. Bu nedenle de işletmeler için stratejik bir öneme sahiptir (Stauss ve Schoeler, 2004: 147).

Şikâyet yönetimi sistemi; şikayetlerin ele alındığı ve çözüm bulunduğu süreçtir. Bu sürecin iyi tasarlanması, planlanması, denetlenmesi ve yürütülmesi etkili bir şikâyet yönetimi sistemi kurmak açısından önemlidir (Johnston, 2001: 61). Araştırmalar; şikayetlerinin şirket tarafından ciddiye alındığına inanan tüketicilerin çoğunun sadık müşteriler haline geldiklerini ortaya koymaktadır (Hansen, vd., 2010: 7).

Bu araştırma hem işletmecilik hem de pazarlama alanında, müşterin ve dolayısıyla müşteri memnuniyetinin önemi ve memnuniyetsiz bir müşterinin şikayetini anlayabilmek için iyi bir müşteri şikayetleri yönetimi sistemi kurmanın önemi nedeniyle ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın amacı, herhangi bir nedenden dolayı müşteri memnuniyetinin sağlanamadığı durumlarda, memnuniyeti yeniden sağlayabilmede şikâyet yönetiminin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini incelemektir.

Bu amaç doğrultusunda Afyonkarahisar’da bulunan ve internetten alışveriş yapan 400 katılımcıya yüz yüze anket yöntemi ile online alışverişler üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırma için veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır.

İlgili Literatür Taraması

Dünya literatüründe şikâyet yönetimi ve müşteri memnuniyeti konularının incelendiği çalışmalar bulunmaktadır. Ülkemiz literatüründe ise, müşteri memnuniyeti ile ilgili çok sayıda çalışma bulunmakta fakat şikâyet yönetimi ya da şikâyet davranışı ile ilgili oldukça az sayıda çalışma bulunmaktadır. Müşteri memnuniyeti ve şikâyet yönetimi ilişkisinin incelendiği çalışmalar ise daha da sınırlıdır. Gökdeniz, vd. (2011:183); şikâyet yönetim süreci sonrası memnuniyeti etkileyen faktörleri GSM operatörleri sektöründe incelemiş ve şikâyet sonrası memnuniyet ile tekrar satın alma eğilimi arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Usta (2006:132-133); tüketici tatmini ve şikâyet davranışını Karabük ilinde mobilya sektöründe incelemiştir. Yaptığı araştırma sonucunda ilk şikayetleri sonrasında memnuniyeti sağlanan müşterilerin, firmaya ve ürünlere karşı olumlu davranışlar sergiledikleri sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Usta, şikâyet etmeyen müşterilerin, şikâyetin sorunlarını çözeceğine inanmadıklarından dolayı şikâyet etmedikleri sonucuna da ulaşmıştır. Güryıl (2017:81) ise; yazdığı yüksek lisans tez çalışmasında şikâyet yönetiminin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini filo araç kiralama sektöründe incelemiştir. Güryıl; genel memnuniyet üzerinde en çok etkisi bulunan faktörün; şikâyetin çözülmesi sonrası geribildirim süresi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Fakat bu çalışmalardan hiçbirinde “online alışverişler” deki memnuniyetsizlikler ve memnuniyetsizlik sonrası meydana gelen şikâyet davranışı konusunu işlenmemektedir. Altunışık, vd. (2010b) “E-Memnuniyeti Etkileyen Performans Kriterlerinin Tespiti Üzerine Bir Araştırma (E-Perakendecilik Örneği)” isimli bir makale çalışması yapmışlardır. Bu çalışmada e-memnuniyet kavramından bahsedilmektedir. Demiray (2010) “Sanal Alışveriş Mağazalarının Şikâyet Yönetiminin Müşteri Bağlılığına Etkisi” isimli bir yüksek lisans tez çalışması yapmış fakat bağlılık ve şikâyet ilişkisi incelenmiştir. Ülkemizde online (internetten yapılan) alışverişlerde müşteri memnuniyeti sağlamada şikâyet yönetiminin etkisi ile ilgili bir çalışma bulunmadığı görülmektedir. Bu yönüyle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem ve Bulgular

Araştırmanın veri toplama yöntemi ankettir. Araştırmanın ana kütlesi Afyonkarahisar’da bulunan tüm online alışveriş yapmış tüketicilerdir. Bu tüketicilerden oluşan örneklem kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş yani ankete cevap veren herkes örnekleme dahil edilmiştir. Bu yöntem ile 400 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulaması “yüz yüze görüşme” şeklinde yapılmıştır. Araştırmacı tarafından anket formları cevaplayıcılara bizzat verilmiş ve soruları cevaplamaları istenmiştir. Anket formları cevaplayıcıya verilmenden önce internetten alışveriş yapıp yapmadıkları sorulmuş, eğer kişi internetten alışveriş yapmamışsa anket formu verilmemiştir. Cevaplanan anket formları kontrol edilmiş ve uygun bulunmayan formlar elenmiştir. Bu şekilde hedeflenen sayı olan 400 kişiye ulaşana kadar anket uygulaması yapılmıştır.

Anket formunun I. bölümü demografik sorulardan oluşmaktadır. II. bölüm internetten alışveriş ile ilgili 5 adet sorudan oluşmaktadır. III. bölüm ise memnuniyet/memnuniyetsizlik durumu, müşterinin şikâyet davranışı ve işletmenin şikâyet yönetimi ile ilgili sorulardan oluşmaktadır. Bu bölüm 12. sorudan başlamakta ve 23. soruya kadar (23 dahil) olan soruları kapsamaktadır.

23. soru likert ölçekli bir sorudur ve 14 adet likert ölçekli sorudan oluşmaktadır. IV. bölüm/24. soru; şikâyet sonrası memnuniyet düzeyini belirlemeye yönelik 6 adet likert ölçekli sorudan oluşmaktadır. V. bölüm/25. soru memnuniyetsizlik yaşamış fakat şikâyet davranışında bulunmamış müşterilerin, şikâyet etmeme nedenlerini tespit etmek amacıyla oluşturulmuş 6 adet likert ölçekli sorudan oluşmaktadır. Anket formuna söz konusu yüksek lisans tezinden ulaşılabilmektedir.

Anket formundaki; 8. ve 10. Sorular; Şenbabaoğlu (2016:130)'dan alınmıştır. 9. Soru Bijmolt, vd., (2014:626)'den alınmıştır. Başında “*” simgesi bulunan sorular Demiray (2010:103-106)'dan alınmıştır. IV. Bölüm (24. Soru)'deki ölçek; Anderson ve Srinivasan (2003: 134)'dan alınmıştır. Anderson ve Srinivasan ise ölçeğin orijinal halini Oliver (1980: 463) dan almışlardır .V. Bölüm (25. Soru)'deki ölçek Usta (2006: 132)'dan alınmıştır.

Araştırma için toplanan veriler; IBM SPSS Statistics Version 23 programı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak ölçekli sorulara güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Daha sonra frekans analizleri yapılarak tablo ile gösterilmiştir. Oluşturulan hipotezler, uygun olan testler kullanılarak analiz edilmiştir. Gruplar arası farklılıklar incelenilen hipotezlerde, 2 grup varsa Bağımsız Grup T-Testi, 2'den fazla grup varsa Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. İlişkileri tespit etmek için oluşturulan hipotezlerde ise şikâyet yönetimi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki incelenirken Korelasyon Analizi, diğer değişkenler arasındaki ilişkiler incelenirken ise Ki-Kare Bağımsızlık Testi uygulanmıştır. Analizlerden elde edilen sonuçlar tablolar kullanılarak gösterilmiş ve açıklanmıştır.

Ölçeklerin güvenilirlik analizleri

Tablo 1. Güvenilirlik Analizleri

Ölçekler	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
Şikâyet Yönetiminin Performansı Ölçeği	14	,912
Şikâyet Sonrası Memnuniyet Düzeyi Ölçeği	6	,934
23. ve 24. Soruların Birlikte Analizi	20	,942
25. Soru: Şikâyet Etmeme Nedenleri Ölçeği	6	,761

Yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda şikâyet yönetiminin performansını belirlemeye yönelik ölçeğin güvenilirlik katsayısı Tablo 1'de ki gibidir. Bu sonuçlar ölçeklerin güvenilir olduklarını göstermektedir.

Frekans analizleri

Anket verilerinden elde edilen sonuçlar frekans analizleri yapılarak tablolar halinde sunulmuştur. Frekans analizleri sonuçlarını gösteren tablolar aşağıdadır.

Tablo 2. Demografik Soruların Frekans Analizleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Yaş	Frekans	Yüzde
Kadın	216	54,0	17-25	242	60,5
Erkek	184	46,0	26-35	81	20,2
Toplam	400	100,0	36-45	52	13,0
Medeni Durum	Frekans	Yüzde	46 ve üzeri	25	6,3
Evli	109	27,2	Toplam	400	100,0
Bekar	291	72,8	Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Toplam	400	100,0	İlkokul Mezunu, Ortaokul Mezunu & Lise Mezunu	53	13,2
Meslek	Frekans	Yüzde	Üniversitede Eğitim Almış	347	86,8
Memur	89	22,2	Toplam	400	100,0
Özel Sektör	44	11,0	Gelir Durumu	Frekans	Yüzde
Öğrenci	220	55,0	0-1500 TL	224	56,0
Ev Hanımları, Emekliler ve Esnaf	17	4,2	1501-2500 TL	62	15,5
Akademisyen	19	4,8	2501-3500 TL	59	14,8
İşçi	11	2,8	3501-4500 TL	30	7,5
Toplam	400	100,0	4501TL ve Üzeri	25	6,2
			Toplam	400	100,0

400 katılımcının %54'ü kadındır ve %46'sı ise erkektir. Katılımcıların yaş bilgileri Tablo 2'de verilmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası 17-25 yaş arası kişilerdir. Katılımcıların; yaşları arttıkça azalma gösterdiği belirlenmiştir. Bu durumun; gençlerin, internette alışveriş yapma oranlarının daha fazla olmasından kaynaklandığı varsayılmaktadır.

Cevaplayıcıların büyük bir bölümü bekârdır (%78,8). Aynı zamanda cevaplayıcıların %86,8'ini üniversitede eğitim almış kişiler oluşturmaktadır.

400 katılımcının %55'ini öğrenciler oluşturmaktadır. Sonrasında; %22,3 oran ile memurlar gelmektedir. Daha sonra %11 ile özel sektörde çalışanlar %4,8 ile akademisyenler, %4,3 ile ev hanımları, emekliler ve esnaflar, son olarak %2,8 ile işçiler gelmektedir.

Katılımcıların %56'sının yine çoğunun öğrenci ve genç olmalarından kaynaklı aylık gelir durumu 0-1500 TL arasındadır.

Tablo 3. İnternette Alışveriş ile İlgili Soruların Frekans Analizleri

<i>Online Alışveriş Yapmak</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Yıl</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Evet	400	100,0	1-4 Yıl	247	61,8
<i>Alışveriş Sıklığı</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	5-9 Yıl	99	24,7
Haftada bir veya daha sık	16	4,0	10 Yıl ve Üzeri	54	13,5
Ayda bir	115	28,8	Toplam	400	100,0
3 ayda bir	105	26,2	<i>Ürün</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
6 ayda bir	58	14,5	Elektrik-Elektronik Ürünler	80	20,0
Yılda bir kez	50	12,5	Küçük Ev Aletleri	17	4,2
Daha az sıklıkla	56	14,0	Giyim	212	53,0
Toplam	400	100,0	Mobilya ve Dekorasyon	14	3,5
<i>Site (Genel)</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	Kitap	56	14,0
Firmanın Kendi Sitesi	112	28,0	Kozmetik	13	3,3
Fırsat Sitesi	158	39,5	Diğer	8	2,0
E-Ticaret Sitesi	99	24,7	Toplam	400	100,0
Yabancı Merkezli E-Ticaret Sitesi	31	7,8			
Toplam	400	100,0			

Çalışma, online alışverişleri kapsadığından dolayı anket formları online alışveriş yapmış kişilerce cevaplandırılmıştır. Bu sebeple anket formunu cevaplandıran 400 kişinin tamamı internette alışveriş yapmıştır.

Katılımcılara kaç yıldır internet üzerinden alışveriş yaptıkları sorulmuş ve katılımcıların %61,8'i 1-4 yıl arası, %24,8'i 5-9 yıl arası, %13,5'i 10 yıl ve üzeri yanıtını vermiştir.

Katılımcılar en çok ayda bir (%28,8) ya da üç ayda bir (%26,3) internet alışverişini yaptıklarını belirtmişlerdir. Sonra ise %14,5 ile altı ayda bir, %12,5 ile yılda bir kez ve %14 ile yılda bir kez den de az sıklıkta internet alışverişini yaparım diyenler gelmektedir. Haftada bir veya daha sık alışveriş yaparım diyenler azınlıkta olup oranı yalnızca %4 de kalmıştır.

Katılımcılar en çok fırsat sitelerinden (%39,5) alışveriş yaptıklarını belirtmişlerdir. Firmanın kendi sitesinden alışveriş yaparım diyenlerin oranı ise %28'dir. Alışveriş için e-ticaret sitelerini tercih ederim diyenlerin oranı; %24,8'dir. Son olarak yabancı merkezli bir e-ticaret sitesinden alışveriş yaparım diyenler ise; %7,8 oranındadır.

Katılımcılar internet üzerinden en çok giyim alışverişini yaptıklarını (%53) belirtmişlerdir. İkinci sırada ise %20 oranla elektrik-elektronik ürünler gelmektedir. Üçüncü sırada %14'lük oranla kitap alışverişini gelmektedir. Daha sonra ise %4,3 ile küçük ev aletleri, %3,5 ile mobilya ve dekorasyon ürünleri, %3,3 ile kozmetik ve %2 oranla diğer ürünler gelmektedir.

Tablo 4. Memnuniyet/Memnuniyetsizlik ile İlgili Soruların Frekans Analizleri

<i>Memnuniyetsizlik Yaşama Durumu</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Ürün</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Evet	165	41,2	Elektrik-Elektronik Ürünler	36	21,8
Hayır	235	58,8	Küçük Ev Aletleri	5	3,0
Toplam	400	100,0	Giyim	79	47,9
<i>Önem Derecesi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	Mobilya ve Dekorasyon	11	6,7
Çok Önemli	38	23,0	Kitap	9	5,5
Önemli	90	54,5	Kozmetik	4	2,4
Fikrim Yok	10	6,0	Ayakkabı	13	7,9
Önemli Değil	26	15,8	Diğer	8	4,8
Hiç Önemli Değil	1	,7	Toplam	165	100,0
Toplam	165	100,0	<i>İlgili Alan</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
<i>Fiyat Değerlendirmesi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	Sanal Alışveriş Mağazası	20	12,1

Düşük fiyatta bir üründü	32	19,4	Ürün	120	72,8
Orta fiyatta bir üründü	119	72,1	Müşteri Hizmetleri	8	4,8
Yüksek fiyat bir üründü	14	8,5	Kargo Hizmetleri	17	10,3
Toplam	165	100,0	Toplam	165	100,0

Katılımcılara “İnternette satın aldığınız ürünlerden herhangi birinde memnuniyetsizlik yaşadınız mı?” Sorusu sorulmuş ve bu soruya 165 kişi (%41,3) evet cevabı vermiş, 235 kişi ise (%58,8) hayır cevabı vermiştir. Hayır cevabı veren 235 kişi anketi burada sonlandırmış, evet cevabı veren 165 kişi ile anket uygulamasının diğer sorularına geçmiştir.

Memnuniyetsizlik yaşadığını belirten 165 katılımcıya, memnuniyetsizliği hangi üründe yaşadıkları sorulmuş ve katılımcılar en çok giyim ürünlerinde (%47,9) memnuniyetsizlik yaşadıklarını belirtmişlerdir. İkinci sırada ise %21,8’lik oran ile elektrik-elektronik ürünler gelmektedir. Üçüncü sırada %7,9 oranla ayakkabı sektörü bulunmaktadır. Sonra ise %6,7 oranla mobilya ve dekorasyon ürünleri, %5,5 oranla kitap sektörü, %4,8 oranla diğer ürünler, %3 ile küçük ev aletleri ve %2,4 oranla kozmetik ürünleri gelmektedir.

Memnuniyetsizlik yaşadıkları durumun önem derecesine çok önemli ve önemli diyen katılımcıların toplam oranı %77,5 olmaktadır. Katılımcıların %6,1’i memnuniyetsizliğimin önem derecesi hakkında fikrim yok derken, %15,8’i önemli değil, %0,6’sı ise hiç önemli değil demiştir. Görülmektedir ki memnuniyetsiz müşterilerin büyük çoğunluğu (%77,5) önemli ya da çok önemli bir memnuniyetsizlik durumu yaşamıştır.

Katılımcılara; “Memnuniyetsizlik yaşadığınız siteden satın aldığınız ürünün fiyatını nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve katılımcıların %72,1’i orta fiyatta bir üründü, %19,4’ü düşük fiyatta bir üründü ve %8,5’i ise yüksek fiyatta bir üründü yanıtını vermişlerdir.

Katılımcılara memnuniyetsizliklerinin ilgili olduğu alan sorulmuş ve katılımcıların %72,7’si memnuniyetsizliğinin satın aldığı üründen kaynaklandığını belirtmişlerdir. %12,1’i ise sanal alışveriş mağazası ile ilgili bir memnuniyetsizlik yaşadığını belirtmiştir. Katılımcıların %10,3’ü kargo hizmetleri ile ilgili bir memnuniyetsizlik yaşamış ve son olarak müşteri hizmetleri ile ilgili bir sorun yaşadım diyenlerin oranı ise %4,8’dir.

Tablo 5. Şikâyet Davranışı ile İlgili Soruların Frekans Analizleri

<i>Şikâyette Bulunma</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Şikâyette Bulunmama Sonrası Davranış</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Evet	92	55,8	Başkalarına yaşanan memnuniyetsizliğin anlatılması	23	31,5
Hayır	73	44,2	Siteden bir daha alışveriş yapmama kararı alma	31	42,5
Toplam	165	100,0	Siteden alışveriş yapmaya devam etme	19	26,0
<i>Memnuniyet Derecesi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	Toplam	73	100,0
Çok Memnunum	13	14,1	<i>Şikâyet Kanalı</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Memnunum	41	44,6	Şikâyetin site yetkililerine/müşteri hizmetlerine direkt olarak bildirilmesi	80	87,0
Kararsızım	13	14,1	İnternet üzerinde bulunan şikâyet sitelerine şikâyette bulunulması	5	5,4
Memnun Olmadım	15	16,3	Tüketici Hakem Heyetine başvurulması	2	2,2
Hiç Memnun Olmadım	10	10,9	Şikâyetin ürünün servisine bildirilmesi	5	5,4
Toplam	92	100,0	Toplam	92	100,0

Memnuniyetsizlik yaşamış 165 katılımcıdan, memnuniyetsizliği nedeniyle şikâyet davranışında bulunan kişi sayısı 92, şikâyet davranışında bulunmayan kişi sayısı ise 73 kişidir. Memnuniyetsizlik yaşayan katılımcıların yarısından fazlasının şikâyetini bildirdiği görülmektedir.

Memnuniyetsizlik yaşamış fakat şikâyet davranışında bulunmamış 73 katılımcının 31’i (%42,5) söz konusu siteden bir daha alışveriş yapmama kararı aldıklarını belirtmişlerdir. 23 katılımcı ise (%31,5) başkalarına yaşadıkları memnuniyetsizliği anlattıklarını belirtmişlerdir. Siteden alışveriş yapmaya devam ettim diyen kişi sayısı ise 19’dur ve %26’lık bir orana sahiptir. Görülmektedir ki memnuniyetsiz fakat şikâyet etmeyen müşterin büyük kısmı (%74) işletme ile ilgili olumsuz eylemlerde

bulunmaktadır. Kişi ya siteden alışveriş yapmayı kesmekte ya da başkalarına memnuniyetsizliğini anlatmaktadır. İşletmeler, memnuniyetsiz müşterilerinin yaşadıkları olumsuzlukları doğrudan kendilerine bildirmelerini sağlayacak, iyi bir şikâyet yönetimi sistemi geliştirmelidirler.

Memnuniyetsizlik sonucu şikâyet davranışında bulunan 92 kişi, memnuniyetsizliklerini çeşitli kanallar vasıtası ile iletilmişlerdir. Katılımcıların %87'si memnuniyetsizliğini direkt olarak site yetkililerine/müşteri hizmetlerine bildirdiklerini söylemişlerdir. Diğer seçenekler çok düşük oranlarda kalmıştır.

Şikâyet davranışında bulunmuş katılımcılara, “Şikâyetinizle ilgilenilme biçiminden memnun kaldınız mı?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya çok memnunum ve memnunum cevapları veren katılımcıların toplam oranı; %58,7'dir. Katılımcıların %14,1'i bu soruya kararsızım yanıtını vermiştir. Memnun olmadım ve hiç memnun olmadım diyenlerin toplam oranı ise; %27,2'dir.

Tablo 6. Şikâyet Yönetimi ile İlgili Soruların Frekans Analizleri

<i>Memnuniyet Sonrası Davranışlar</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Memnuniyetsizlik Sonrası Davranışlar</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Siteden alışveriş yapmaya devam etme	36	59,0	Aynı siteden bir daha alışveriş yapmama kararı alma	18	52,9
Memnuniyet durumunun çevredekilere anlatılması	3	4,9	Çevredekilere siteyle ilgili yaşanan problemlerin anlatılması	10	29,4
Sorun çözülsün bile, aynı siteden alışveriş yapmamaya karar verme	21	34,4	Sorun çözülmesün bile, aynı siteden alışveriş yapmaya devam etme	2	5,9
Alışveriş yapılan sitenin internet üzerinden diğer kişilere tavsiye edilmesi	1	1,6	İnternet üzerinde bulunan şikâyet sitelerine olumsuz yorumlar yollama	3	8,8
Toplam	61	100,0	Yasal yollara başvurma	1	2,9
			Toplam	34	100,0

Katılımcılardan; söz konusu işletmenin şikâyet yönetiminden memnun kaldıysa, memnuniyet sonrası hangi davranışları sergilediklerini öğrenebilmek amacıyla memnuniyet sonrası davranışlar sorusunu cevaplandırmaları, memnun kalmadılar ise de memnuniyetsizlik sonrası davranışlar sorusunu cevaplandırmaları istenmiştir. Kararsız kalan bazı cevaplayıcılar iki soruyu da cevaplandırmışlardır.

Katılımcıların %59'u şikâyetleri ile ilgilenme biçiminden memnun kaldıkları söz konusu firmadan alışveriş yapmaya devam ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %34,4'ü ise sorunları çözülmüş olsa da söz konusu siteden alışveriş yapmamaya karar verdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %4,9'u ise memnuniyetlerini çevresindekilere anlattıklarını belirtmiş ve son olarak katılımcıların %1,6'sı ise söz konusu siteyi internet üzerinden diğer kişilere tavsiye ettiğini belirtmiştir.

Katılımcıların %52,9'u şikâyetleri ile ilgilenilme biçiminden memnun kalmadıkları söz konusu firma ile ilgili aynı siteden bir daha alışveriş yapmama kararı aldığını belirtmiştir. Katılımcıların %29,4'ü ise çevresindekilere yaşadığı olumsuzlukları anlattığını belirtmiştir. Katılımcıların %8,8'i internet üzerinde bulunan şikâyet sitelerine olumsuz yorumlar yolladığını, %5,9'u sorunu çözülmesün de söz konusu siteden alışverişe devam ettiğini ve son olarak %2,9'u ise yasal yollara başvurduğunu belirtmiştir. Sorunu çözülmesün de söz konusu işletmeden alışverişe devam ettiğini belirten katılımcı sayısının yalnızca %5,9'luk bir oranda kalması; şikâyet yönetimini iyi yapamayıp, müşteri memnuniyetini yeniden kazanamayan firmaların, memnuniyetsizlik yaşayıp şikâyetinde bulunan müşterilerinin çok yüksek oranını kaybettiğini göstermektedir.

Tablo 7. Şikâyet Etmeme Nedenleri ile İlgili Soruların Frekans Analizleri

<i>Şikâyet Etmeme Nedenleri</i>		(1) Kesinlikle Katılmıyorum	(2) Katılmıyorum	(3) Kararsızım	(4) Katılıyorum	(5) Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Şikâyet etmenin sorunumu çözeceğine inanmıyorum.	Kişi %	13 17,8	15 20,5	13 17,8	20 27,4	12 16,4	73 100
Şikâyetten sonuç almamın uzun zaman alacağına inanıyorum.	Kişi %	8 11	7 9,6	5 6,8	34 46,6	19 26	73 100
Şikâyet ederek gereksiz yere zaman ve para harcamayacağıma inanıyorum.	Kişi %	10 13,7	16 21,9	14 19,2	22 30,1	11 15,1	73 100
Daha fazla huzurumun kaçmasını istemiyorum.	Kişi %	9 12,3	17 23,3	8 11	27 37	12 16,4	73 100
Nereye ve kime başvuracağımı bilmiyorum.	Kişi %	21 28,8	28 38,4	12 16,4	9 12,3	3 4,1	73 100
Yasal haklarımı bilmiyorum.	Kişi %	25 34,2	27 37	7 9,6	9 12,3	5 6,8	73 100

Memnuniyetsizlik yaşamış olup, şikâyet davranışında bulunmamış katılımcıların, şikâyet etmeme nedenlerinin neler olduğunun tespit edilebilmesi amacı ile 6 adet soru sorulmuştur. “Şikâyet etmenin sorunumu çözeceğine inanmıyorum” sorusuna olumlu ya da olumsuz yanıt verenlerin oranları birbirlerine yakın olmuştur. “Şikâyetten sonuç almamın uzun zaman alacağına inanıyorum” sorusuna katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin toplam oranı %72,6 olmuştur; bu orana baktığımızda, şikâyet etmeyen müşterilerin, şikâyetlerinden sonuç almalarının uzun bir zaman alacağını düşündükleri için şikâyet etmedikleri sonucuna ulaşılmaktadır. “Şikâyet ederek gereksiz yere zaman ve para harcamayacağıma inanıyorum” sorusuna nispeten katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin toplam oranı daha fazladır. “Daha fazla huzurumun kaçmasını istemiyorum” sorusunda da katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum seçeneklerinin toplam oranı daha yüksektir. “Nereye ve kime başvuracağımı bilmiyorum” sorusuna cevaplayıcılar büyük oranda (%67,2) memnuniyetsizlik durumunda nereye ve kime başvuracaklarını bildikleri cevabını vermişlerdir. “Yasal haklarımı bilmiyorum” sorusuna ise katılımcılar büyük çoğunlukla (%71,2) yasal haklarını bildikleri cevabını vermişlerdir. Şikâyet etmeme nedenlerinin tespit edilmesine yönelik sorulara verilen cevapların oranlarına baktığımızda cevaplayıcıların büyük oranda; nereye, kime başvuracaklarını ve yasal haklarını bildikleri, fakat şikâyetten sonuç almalarının uzun zaman alacağını düşündüklerinden dolayı şikâyet etmedikleri anlaşılmaktadır.

Hipotezler ve analizleri

Araştırma için, yapılan literatür taramasına ve kuramsal çerçeveye uygun olarak dokuz adet hipotez oluşturulmuştur. Bu hipotezlerden ilk ikisi farklılıkları incelemeye, diğer yedisi ilişkileri incelemeye yöneliktir. Hipotezler aşağıda belirtilmektedir;

H₁: Demografik özelliklerine göre müşteri şikâyet etme davranışı farklılaşmaktadır.

H₂: Demografik özelliklere göre, şikâyetle ilgilenilme biçiminden memnun kalma oranları farklılaşmaktadır.

H₃: Müşteri memnuniyeti ile şikâyet yönetimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: İnternette alışverişte en çok tercih edilen ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: İnternette alışverişte memnuniyetsizlik yaşanan ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Memnuniyetsizliğin önem derecesi ile şikâyet davranışında bulunmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₇: İnternette alışveriş yapma sıklığı ile şikâyet etme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₈: Memnuniyetsizlik yaşanan siteden alınan ürünün fiyatı ile müşterinin şikâyet davranışında bulunması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₉: Kişinin en çok hangi sitelerden alışveriş yaptığı ile memnuniyetsizlik yaşamış olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Farklılıkları incelemeye yönelik hipotezlerin analizleri

H1 ve H2 hipotezlerinde gruplar arası farklılıklar incelenmiştir. İki grup arasındaki farklılıklar incelenirken Bağımsız Grup T-Testi (Independent Samples Test) kullanılmaktadır (Altunışık, vd., 2010a: 178). İki'den fazla grup arasındaki farklılıklar incelenirken ise Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way Anova) kullanılmaktadır (Altunışık, vd., 2010a: 197-198).

Tablo 8. Demografik Özelliklerine Göre Müşteri Şikâyet Etme Davranışı Farklılaşmaktadır Hipotezinin Analizi (H₁)

		<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std. Sapma</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Cinsiyet	Kadın	90	1,52	,502	8,607	,023
	Erkek	75	1,35	,479		
Yaş	17-25	100	1,53	,502	2,749	,045
	26-35	35	1,29	,458		
	36-45	18	1,33	,485		
	46 ve üzeri	12	1,33	,492		
	Toplam	165	1,44	,498		
Medeni Durum	Evli	50	1,34	,479	12,575	,077
	Bekar	115	1,49	,502		
Eğitim	İlkokul Mezunu, Ortaokul Mezunu & Lise Mezunu	17	1,76	,437	17,403	,005
	Üniversitede Eğitim Almış	148	1,41	,493		
Meslek	Memur	34	1,24	,431	3,068	,011
	Özel Sektör	21	1,57	,507		
	Öğrenci	91	1,52	,502		
	Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	4	1,75	,500		
	Akademisyen	11	1,18	,405		
	İşçi	4	1,25	,500		
	Toplam	165	1,44	,498		
Aylık Gelir	0TL-1500TL Arası	93	1,53	,502	3,750	,006
	1501TL-2500TL Arası	26	1,54	,508		
	2501TL-3500TL Arası	20	1,30	,470		
	3501TL-4500TL Arası	15	1,13	,352		
	4501TL & Üzeri	11	1,18	,405		
	Toplamı	165	1,44	,498		
Bağımlı Değişken: Karşılaştığımız sorunlar için herhangi bir şikâyet davranışında bulunmuş muydunuz? 1: Evet, 2: Hayır						

Cinsiyete göre şikâyet etme davranışına baktığımızda 0,05'ten küçük anlamlılık (p) değerinin olduğu görülmektedir (p=0,023). Bu sonuca göre; cinsiyete göre müşteri şikâyet etme davranışı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Ortalamaya baktığımızda ise erkeklerin ortalama değeri 1'e (1: Evet) daha yakın olduğundan, erkekler kadınlara göre daha fazla şikâyet etme davranışında bulunmaktadır.

Yaşlara göre şikâyet etme davranışının da gruplar arasında anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir (p=0,045). 26-35 yaş aralığındaki katılımcıların ortalama değerinin 1'e daha yakın olduğu (1: Evet), bu durumda diğer yaş aralıklarına göre daha çok şikâyet davranışında bulunduğu görülmektedir. 17-25 yaş aralığındaki katılımcılar ise 1'e en uzakta bulunmakta, bu durum bize en az şikâyet davranışında bulunan grubun 17-25 yaş aralığı olduğunu göstermektedir. Yaşlara göre şikâyet etme davranışının analizinde ikiden fazla grup olduğu için Tek Yönlü Varyans Analizinin yanında Post-Hoc Test de yapılmış ve böylelikle farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu görülmüştür. Ayrıntılı bilgiye Tablo 9'dan ulaşılabilmektedir.

Medeni duruma göre şikâyet etme davranışının gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı tespit edilmiştir (p=0,077). Bu sonuca göre; medeni duruma göre, müşteri şikâyet etme davranışı anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Eğitim durumuna göre şikâyet etme davranışının gruplar arasında anlamlı şekilde farklılaştığı ($p=0,005$) tespit edilmiştir. Bu sunuca göre eğitim durumuna göre müşteri şikâyet etme davranışı farklılaşmaktadır diyebilmekteyiz. Ortalamaya baktığımızda ise üniversite eğitimi almış katılımcıların ortalama değeri 1'e daha yakın (1: Evet) olduğundan; ilkokul, ortaokul ve lise mezunu katılımcılara göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha fazla şikâyet etme davranışında buldukları görülmektedir.

Meslek gruplarının şikâyet etme davranışlarının gruplar arasında anlamlı şekilde farklılık gösterdiği gözlenmiştir ($p=0,011$). Akademisyenlerin en çok şikâyet davranışında bulunan grup olduğu, ikinci sırada ise memurlar olduğu görülmüştür. En az şikâyet davranışında bulunan grup ise ev hanımı, emekli ve esnaflardır. Mesleklere göre şikâyet etme davranışının analizinde ikiden fazla grup olduğu için Tek Yönlü Varyans Analizinin yanında Post-Hoc Test de yapılmış ve böylelikle farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu görülmüştür. Ayrıntılı bilgiye Tablo 10'dan ulaşılabilmektedir.

Aylık gelire göre şikâyet etme davranışının da gruplar arasında anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir ($p=0,006$). En çok şikâyet davranışında bulunan grubun 3501-4500 TL arası gelire sahip katılımcılardan oluştuğu, en az şikâyet davranışında bulunan grubun ise 1501-2500 TL arası gelire sahip katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Aylık gelire göre şikâyet etme davranışının analizinde ikiden fazla grup olduğu için Tek Yönlü Varyans Analizinin yanında Post-Hoc Test de yapılmış ve böylelikle farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu görülmüştür. Ayrıntılı bilgiye Tablo 11'den ulaşılabilmektedir.

Tablo 9. Yaşlara Göre Şikâyet Etme Davranışı Post Hoc Tests

<i>Post Hoc Tests (LSD)</i>				
(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Anlamlılık (p)
17-25	26-35	,244*	,096	,012
	36-45	,197	,126	,119
	46 ve üzeri	,197	,150	,191
26-35	17-25	-,244*	,096	,012
	36-45	-,048	,142	,738
	46 ve üzeri	-,048	,164	,772
36-45	17-25	-,197	,126	,119
	26-35	,048	,142	,738
	46 ve üzeri	,000	,183	1,000
46 ve üzeri	17-25	-,197	,150	,191
	26-35	,048	,164	,772
	36-45	,000	,183	1,000

* $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Post Hoc Testine baktığımızda; 17-25 yaş aralığındaki katılımcılar ile, 26-35 yaş aralığındaki katılımcıların verdiği cevapların birbirinden farklılıklar gösterdiği ve bu farkların istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Mesleklere Göre Şikâyet Etme Davranışı Post Hoc Tests

<i>Post Hoc Tests (LSD)</i>				
(I) Meslek	(J) Meslek	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Anlamlılık (p)
Memur	Özel Sektör	-,336*	,134	,013
	Öğrenci	-,281*	,097	,004
	Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	-,515*	,255	,046
	Akademisyen	,053	,168	,750
	İşçi	-,015	,255	,954
Özel Sektör	Memur	,336*	,134	,013
	Öğrenci	,055	,117	,639
	Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	-,179	,264	,499
	Akademisyen	,390*	,180	,032
	İşçi	,321	,264	,225
Öğrenci	Memur	,281*	,097	,004
	Özel Sektör	-,055	,117	,639

	Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	-,234	,247	,346
	Akademisyen	,335*	,154	,032
	İşçi	,266	,247	,282
Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	Memur	,515*	,255	,046
	Özel Sektör	,179	,264	,499
	Öğrenci	,234	,247	,346
	Akademisyen	,568*	,282	,046
	İşçi	,500	,342	,145
Akademisyen	Memur	-,053	,168	,750
	Özel Sektör	-,390*	,180	,032
	Öğrenci	-,335*	,154	,032
	Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	-,568*	,282	,046
	İşçi	-,068	,282	,809
İşçi	Memur	,015	,255	,954
	Özel Sektör	-,321	,264	,225
	Öğrenci	-,266	,247	,282
	Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	-,500	,342	,145
	Akademisyen	,068	,282	,809

*p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Post Hoc Testine baktığımızda, memurlarla; özel sektör çalışanları, öğrenciler ve ev hanımı emekli esnaf grubunun verdiği cevapların birbirinden farklılıklar gösterdiği, akademisyenler ile de özel sektör çalışanları, öğrenciler ve ev hanımı emekli esnaf grubunun verdiği cevapların birbirinden farklılıklar gösterdiği ve bu farkların istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Gelirlere Göre Şikâyet Etme Davranışı Post Hoc Tests

Post Hoc Tests (LSD)				
(I) Aylık Gelir	(J) Aylık Gelir	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Anlamlılık (p)
0-1500 TL	1501-2500 TL	-,012	,107	,914
	2501-3500 TL	,227	,119	,058
	3501-4500 TL	,394*	,134	,004
	4501 TL ve Üzeri	,345*	,154	,026
1501-2500 TL	0-1500 TL	,012	,107	,914
	2501-3500 TL	,238	,143	,098
	3501-4500 TL	,405*	,156	,010
	4501 TL ve Üzeri	,357*	,173	,041
2501-3500 TL	0-1500 TL	-,227	,119	,058
	1501-2500 TL	-,238	,143	,098
	3501-4500 TL	,167	,165	,313
	4501 TL ve Üzeri	,118	,181	,515
3501-4500 TL	0-1500 TL	-,394*	,134	,004
	1501-2500 TL	-,405*	,156	,010
	2501-3500 TL	-,167	,165	,313
	4501 TL ve Üzeri	-,048	,191	,800
4501 TL ve Üzeri	0-1500 TL	-,345*	,154	,026
	1501-2500 TL	-,357*	,173	,041
	2501-3500 TL	-,118	,181	,515
	3501-4500 TL	,048	,191	,800

*p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Post Hoc Testine baktığımızda, 4501 TL ve üzeri maaş alanlarla, 0-1500 TL ve 1501-2500 TL arası maaş alanların verdiği cevapların birbirinden farklılıklar gösterdiği, 3501-4500 TL arası maaş alanlar ile de 0-1500 TL ve 1501-2500 TL arası maaş alanların verdiği cevapların birbirinden farklılıklar gösterdiği ve bu farkların istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 12. Demografik Özelliklere Göre, Şikayetle İlgilenilme Biçiminden Memnun Kalma Oranları Farklılaşmaktadır Hipotezinin Analizi (H₂)

		<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std. Sapma</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Cinsiyet	Kadın	43	2,86	1,338	3,216	,128
	Erkek	49	2,47	1,101		
Yaş	17-25	47	2,83	1,185	,929	,430
	26-35	25	2,52	1,262		
	36-45	12	2,58	1,311		
	46 ve üzeri	8	2,13	1,246		
	Toplam	92	2,65	1,226		
Medeni Durum	Evli	33	2,64	1,270	,091	,927
	Bekar	59	2,66	1,212		
Eğitim	İlkokul Mezunu, Ortaokul Mezunu ve Lise Mezunu	4	1,50	,577	3,146	,054
	Üniversitede Eğitim Almış	88	2,70	1,224		
Meslek	Memur	26	2,42	1,206	,456	,808
	Özel Sektör	9	2,78	1,563		
	Öğrenci	44	2,82	1,167		
	Ev Hanımı, Emekli ve Esnaf	1	2,00	.		
	Akademisyen	9	2,44	1,130		
	İşçi	3	2,67	2,082		
	Toplam	92	2,65	1,226		
Aylık Gelir	0TL-1500TL Arası	44	2,77	1,159	,469	,758
	1501TL-2500TL Arası	12	2,75	1,485		
	2501TL-3500TL Arası	14	2,64	1,447		
	3501TL-4500TL Arası	13	2,46	1,050		
	4501TL & Üzeri	9	2,22	1,202		
	Toplamı	92	2,65	1,226		
Bağımlı Değişken: Şikayetinizle ilgilenilme biçiminden memnun kaldınız mı? 1 Çok Memnunum, 2 Memnunum, 3 Kararsızım, 4 Memnun Olmadım, 5 Hiç Memnun Olmadım						

Yapılan gruplar arası farklılık testlerinin hiçbirinde demografik grup dağılımına göre şikayetle ilgilenilme biçiminden memnun kalma oranlarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde birbirinden farklılaşmadığı görülmüştür. Dolayısı ile şikayetle ilgilenilme biçiminden memnun kalma oranı cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek grubu ve aylık gelir grupları arasında bu örneklemede anlamlı şekilde farklılık göstermemektedir.

İlişkileri incelemeye yönelik hipotezlerin analizleri

İlişkileri incelemeye yönelik oluşturulan hipotezlerde, iki değişken arasındaki ilişkinin veya bağılılığın şiddetini belirlemeye yönelik olarak Korelasyon (Correlation) Analizi kullanılmaktadır (Altunışık, vd., 2010a: 226). Korelasyon Analizi; aralık ve rasyo ölçüm seviyesinde hazırlanmış değişkenlerin analizinde kullanılmaktadır. Daha alt bir ölçüm seviyesinde hazırlanan değişkenler arasındaki ilişkinin bağımsızlığını tespit etmek için ise değişkenler arasındaki ilişkileri ve farklılıkları tespit eden (Chi-Square) Ki-Kare Bağımsızlık Testi kullanılmaktadır (Altunışık, vd., 2010a: 213-215). Bu nedenle H₃ hipotezinin analizinde Korelasyon Analizi, H₄ ve sonrasındaki hipotezlerin analizinde ise Ki-Kare Bağımsızlık Testi kullanılmıştır.

Tablo 13. Müşteri Memnuniyeti İle Şikayet Yönetimi Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır Hipotezinin Analizi (H₃)

<i>Korelasyon Analizi</i>	Bu siteden alışveriş yaptığım için memnunuzum.	Şikâyetim sonrasında siteye karşı önyargılı oldum.	Bu siteden alışveriş yapmak akıllıca bir tercihti.	Keşke bu siteden alışveriş yapmasaydım.	İyi ki bu siteden alışveriş yapmışım.	Bu siteden alışveriş yapmak beni mutsuz etti.
Çalışanlar, şikâyetimle özenle ilgilendiler.	,601** ,000	-,378** ,000	,481** ,000	-,536** ,000	,550** ,000	-,668** ,000
Şikâyetinde bulunduğum için beni suçlamadılar.	,299** ,004	-,209* ,046	,250* ,016	-,288** ,005	,224* ,032	-,303** ,003
Kendi hataları olduğunu hemen kabul ettiler.	,608** ,000	-,414** ,000	,469** ,000	-,536** ,000	,456** ,000	-,579** ,000
Şikâyetimi ilettikten kısa bir süre sonra benimle irtibata geçtiler ve benden daha detaylı bilgi aldılar.	,386** ,000	-,137 ,192	,235* ,024	-,278** ,007	,296** ,004	-,392** ,000
Şikâyetimi en kısa zamanda çözüme ulaştırdılar.	,558** ,000	-,352** ,001	,419** ,000	-,490** ,000	,523** ,000	-,647** ,000
Sorunumu çözdüklerinde benimle iletişime geçerek bilgilenmemi sağladılar.	,631** ,000	-,333** ,001	,441** ,000	-,488** ,000	,530** ,000	-,550** ,000
Şikâyetimden dolayı bana teşekkür ettiler.	,467** ,000	-,312** ,002	,402** ,000	-,369** ,000	,401** ,000	-,453** ,000
Kendimi özel hissetmemi sağladılar.	,529** ,000	-,340** ,001	,447** ,000	-,445** ,000	,493** ,000	-,437** ,000
Şikâyetimi ilettikten sonra benimle hiç ilgilenmediler.	-,376** ,000	,337** ,001	-,372** ,000	,425** ,000	-,402** ,000	,550** ,000
Beni, şikâyetimin yersiz olduğu konusunda ikna etmeye çalıştılar.	-,335** ,001	,353** ,001	-,385** ,000	,448** ,000	-,330** ,001	,444** ,000
Sorunun benden kaynaklandığını ileri sürdüler.	-,408** ,000	,282** ,006	-,442** ,000	,529** ,000	-,428** ,000	,478** ,000
Devamlı farklı kişilere yönlendirdiler.	-,415** ,000	,443** ,000	-,360** ,000	,474** ,000	-,388** ,000	,423** ,000
Şikâyetimi iletebilmek için çok zaman ve enerji harcadım.	-,582** ,000	,528** ,000	-,455** ,000	,577** ,000	-,536** ,000	,591** ,000
Şikâyetim gereksiz para harcamama neden oldu.	-,320** ,002	,296** ,004	-,402** ,000	,304** ,003	-,419** ,000	,387** ,000

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü). N:92
* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü).

Müşteri memnuniyeti ile şikâyet yönetimi ilişkisi korelasyon analizi ile analiz edilmiştir. İlk sütundaki sorular şikâyet yönetiminin performansı ile ilgili sorulardır. İlk satırdaki sorular ise, şikâyet sonrası memnuniyet düzeyi ile ilgili sorulardır. Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre “Şikâyetinde bulduktan kısa bir süre sonra benimle irtibata geçerek daha detaylı bilgi aldılar” değişkeni ile “Şikâyetim sonrasında siteye karşı önyargılı oldum” değişkeninin korelasyonu dışında diğer tüm değişkenlerin anlamlı düzeyde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 14. İnternette Alışverişte En Çok Tercih Edilen Ürünler ile Katılımcının Cinsiyeti Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır Hipotezinin Analizi (H₄)

<i>Ki-Kare Testi</i>	Değer	sd	Anlamlılık(P)
Pearson Ki-Kare	111,144 ^a	6	,000
Olasılık Oranı	122,299	6	,000
Doğrusal İlişki	26,804	1	,000

a. 2 hücrenin %14,3'ünde beklenen değer 5 'ten küçüktür.

<i>Çapraz Tablo Analizi</i>		Cinsiyetiniz			Toplam
		(1) Kadın	(2) Erkek	Ortalama	
İnternette alışverişte en çok hangi ürünü tercih etmektesiniz?	Elektrik-Elektronik Ürünler	7	73	1,91	80
	Küçük Ev Aletleri	7	10	1,59	17
	Giyim	158	54	1,25	212
	Mobilya ve Dekorasyon	8	6	1,43	14
	Kitap	26	30	1,54	56
	Kozmetik	9	4	1,31	13
	Diğer	1	7	1,88	8
Toplam		216	184	1,46	400

Ki-kare bağımsızlık testine baktığımızda; beklenen değeri 5'ten küçük hücre sayısının oranının %14,3 olduğu görülmektedir. Bu oran, kabul edilebilir en büyük oran olan %20'den küçük olduğundan ki-kare testi yapılabilecektir. Pearson ki-kare değerine karşılık gelen anlamlılık değerine baktığımızda ise 0,05'ten küçük bir p (anlamlılık) değerinin olduğu tespit edilmiştir $p=0,000$ dur. Bu sonuçlara göre internette alışverişte en çok tercih edilen ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Çapraz tablo analizine baktığımızda kadın katılımcıların internette alışverişte en çok giyim ürünlerini tercih ettikleri, ikinci olarak ise kitap ürünlerini tercih ettikleri görülmektedir. Erkek katılımcıların ise; ilk olarak elektrik-elektronik ürünleri, ikinci olarak giyim ürünlerini tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 15. İnternette Alışverişte Memnuniyetsizlik Yaşanan Ürünler İle Katılımcının Cinsiyeti Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır Hipotezinin Analizi (H_5)

<i>Ki-Kare Testi</i>	Değer	sd	Anlamlılık (p)	Exact Test p Değeri
Pearson Ki-Kare	45,613 ^a	7	,000	,000
Olasılık Oranı	49,677	7	,000	,000
Fisher'in Exact Testi	47,425			,000
Doğrusal İlişki	9,464	1	,002	,002

a. 8 hücrenin %50,0'sinde beklenen değer 5'ten küçüktür.

<i>Çapraz Tablo Analizi</i>		Cinsiyetiniz			Toplam
		(1) Kadın	(2) Erkek	Ortalama	
Memnuniyetsizliğiniz hangi ürün çeşidi ile ilgili?	Elektrik-Elektronik Ürünler	5	31	1,86	36
	Küçük Ev Aletleri	4	1	1,20	5
	Giyim	56	23	1,29	79
	Mobilya ve Dekorasyon	4	7	1,64	11
	Kitap	5	4	1,44	9
	Kozmetik	2	2	1,50	4
	Ayakkabı	12	1	1,08	13
	Diğer	2	6	1,75	8
Toplam		90	75	1,45	165

Ki-kare bağımsızlık testi sonuçları incelendiğinde; beklenen değeri 5'ten küçük hücre sayısının oranının %50,0 olduğu görülmektedir. Bu oran, kabul edilebilir en büyük oran olan %20'den büyük olduğundan pearson ki-kare test sonucu güvenilir değildir. Bu nedenle exact test uygulanmıştır. Exact test sonucunda elde edilen anlamlılık değeri(p) 0,05'ten küçüktür ($p=0,000$). Bu sonuçlara göre internette alışverişte memnuniyetsizlik yaşanan ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Çapraz tablo analizi incelendiğinde kadın katılımcıların en çok memnuniyetsizlik yaşadığı ürün giyim sonra ise ayakkabıdır. Erkek katılımcıların en çok memnuniyetsizlik yaşadığı ürün; elektrik-elektronik ürünler, sonra ise giyimdir.

Tablo 16. Memnuniyetsizliğin Önem Derecesi İle Şikayet Davranışında Bulunmak Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır Hipotezinin Analizi (H_6)

<i>Ki-Kare Testi</i>	Değer	sd	Anlamlılık(P)
Pearson Ki-Kare	14,118 ^a	3	,003
Olasılık Oranı	14,611	3	,002
Doğrusal İlişki	13,425	1	,000

a. 1 hücrenin %12,5'inde beklenen değer 5'ten küçüktür.

<i>Çapraz Tablo Analizi</i>		Karşılaştığımız sorunlar için herhangi bir şikâyet davranışında bulunmuş muydunuz?			Toplam
		(1) Evet	(2) Hayır	Ortalama	
Yaşadığımız memnuniyetsizliğin önem derecesini aşağıdakilerden hangisi ile ifade edersiniz?	Çok Önemli	29	9	1,24	38
	Önemli	50	40	1,44	90
	Fikrim Yok	5	5	1,50	10
	Önemli Değil ve Hiç Önemli Değil	8	19	1,70	27
Toplam		92	73	1,44	165

Ki-kare bağımsızlık testi sonuçları incelendiğinde; beklenen değeri 5'ten küçük hücre sayısının oranının %12,5 olduğu görülmektedir. Bu oran, kabul edilebilir en büyük oran olan %20'den küçük olduğundan ki-kare testi yapılabilecektir. Yapılan analizde, Pearson ki-kare değerine karşılık gelen p değeri; 0,003 bulunmuş ve bu değer kabul edilir değer olan 0,05'ten küçüktür. Bu sonuçlara göre memnuniyetsizliğin önem derecesi ile şikâyet davranışında bulunmak arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Çapraz tablo analizi sonuçlarında ise, memnuniyetsizliğinin önem derecesine çok önemli ya da önemli diyen katılımcıların çoğunluğunun şikâyet davranışında bulunduğu, önemli değil ve hiç önemli değil diyen katılımcıların çoğunluğunun ise; şikâyet davranışında bulunmadığı görülmektedir (Hiç önemli değil cevabı veren bir katılımcı vardır ve önemli değil cevabı ile birleştirilmiştir). Ortalamaya göre; çok önemli cevabından hiç önemli değil cevabına gidildikçe şikâyet davranışında bulunanların azaldığı, şikâyet etmeyenlerin ise arttığı görülmektedir.

Tablo 17. İnternette Alışveriş Yapma Sıklığı İle Şikâyet Etme Davranışı Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır Hipotezinin Analizi (H₇)

<i>Ki-Kare Testi</i>		Değer	sd	Anlamlılık (p)
Pearson Ki-Kare		10,619 ^a	5	,059
Olasılık Oranı		10,823	5	,055
Doğrusal İlişki		6,390	1	,011

a. 1 hücrenin %8,3'ünde beklenen değer 5 'ten küçüktür.

<i>Çapraz Tablo Analizi</i>		Karşılaştığımız sorunlar için herhangi bir şikâyet davranışında bulunmuş muydunuz?			Toplam
		(1) Evet	(2) Hayır	Ortalama	
Ne sıklıkla internet üzerinden alışveriş yapmaktasınız?	Haftada bir veya daha sık	7	2	1,22	9
	Ayda bir	35	21	1,38	56
	3 ayda bir	27	17	1,39	44
	6 ayda bir	10	12	1,55	22
	Yılda bir kez	6	15	1,71	21
	Daha az sıklıkla	7	6	1,46	13
Toplam		92	73	1,44	165

Ki-kare bağımsızlık testi sonuçları incelendiğinde; beklenen değeri 5'ten küçük hücre sayısının oranının %8,3 olduğu görülmektedir. Bu oran, kabul edilebilir en büyük oran olan %20'den küçük olduğundan ki-kare testi yapılabilecektir. Pearson ki-kare değerine karşılık gelen anlamlılık değerinin 0,05'ten büyük olduğu analiz edilmiştir (p=0,059). Belirlenen sonuca göre; internette alışveriş yapma sıklığı ile şikâyet etme davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ortalama değerlere bakıldığında ise, internette alışveriş yapma sıklığı azaldıkça “Karşılaştığımız sorunlar için herhangi bir şikâyet davranışında buldunuz mu?” sorusuna evet cevabı verenlerin azaldığı, daha az sıklıkla cevabı verenlerde ise yeniden arttığı görülmektedir.

Tablo 18. Memnuniyetsizlik Yaşanan Siteden Alınan Ürünün Fiyatı ile Müşterinin Şikâyet Davranışında Bulunması Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır Hipotezinin Analizi (H₈)

<i>Ki-Kare Testi</i>		Değer	sd	Anlamlılık(P)
Pearson Ki-Kare		2,432 ^a	2	,296
Olasılık Oranı		2,485	2	,289

Doğrusal İlişki		2,321	1	,128	
a. 0 hücrenin %0,0'ında beklenen değer 5 'ten küçüktür.					
<i>Çapraz Tablo Analizi</i>		Karşılaştığınız sorunlar için herhangi bir şikâyet davranışında bulunmuş muydunuz?			Toplam
		(1) Evet	(2) Hayır	Ortalama	
Memnuniyetsizlik yaşadığınız siteden satın aldığınız ürünün fiyatını nasıl değerlendiriyorsunuz?	Düşük fiyatta bir üründü	15	17	1,53	32
	Orta fiyatta bir üründü	67	52	1,44	119
	Yüksek fiyatta bir üründü	10	4	1,29	14
Toplam		92	73	1,44	165

Ki-kare bağımsızlık testi sonuçları incelendiğinde; beklenen değeri 5'ten küçük hücre sayısının oranının %0,0 olduğu görülmektedir. Bu oran, kabul edilebilir en büyük oran olan %20'den küçük olduğundan ki-kare testi yapılabilecektir. Pearson ki-kare değerine karşılık gelen anlamlılık değerinin 0,05'ten büyük olduğu analiz edilmiştir ($p=0,296$). Belirlenen sonuca göre; memnuniyetsizlik yaşanan ürünün fiyatının şikâyet davranışında bulunmaya anlamlı bir etkisinin olmadığı, iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çapraz tablo analizi sonuçlarına göre; memnuniyetsizlik yaşadığı ürünün fiyatını düşük gören katılımcıların çoğunun şikâyet davranışında bulunmadığı, orta ve yüksek görenlerin çoğunun ise şikâyet davranışında bulunduğu görülmektedir. Ortalamaya baktığımızda ise ürünün fiyatı yükseldikçe, şikâyet davranışının arttığı görülmektedir. Fakat yapılan ki-kare testi sonucunda iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı düzeyde farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 19. Kişinin En Çok Hangi Sitelerden Alışveriş Yaptığı ile Memnuniyetsizlik Yaşamış Olması Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır Hipotezinin Analizi (H_0)

<i>Ki-Kare Testi</i>		Değer	sd	Anlamlılık(P)	
Pearson Ki-Kare		23,457 ^a	3	,000	
Olasılık Oranı		24,230	3	,000	
Doğrusal İlişki		3,958	1	,047	
a. 0 hücrenin %0,0'ında beklenen değer 5 'ten küçüktür.					
<i>Çapraz Tablo Analizi</i>		İnternette satın aldığınız ürünlerden herhangi birinde memnuniyetsizlik yaşadınız mı?			Toplam
		(1) Evet	(2) Hayır	Ortalama	
En çok hangi sitelerden alışveriş yapmaktasınız?	Firmanın Kendi Sitesi	27	85	1,76	112
	Fırsat Sitesi	84	74	1,47	158
	E-Ticaret Sitesi	43	56	1,57	99
	Yabancı Merkezli E-Ticaret Sitesi	11	20	1,65	31
Toplam		165	235	1,59	400

Ki-kare bağımsızlık testi sonuçlarına göre; beklenen değeri 5'ten küçük hücre sayısının oranının %0,0 olduğu görülmektedir. Bu oran, kabul edilebilir en büyük oran olan %20'den küçük olduğundan ki-kare testi yapılabilecektir. Pearson ki-kare değerine karşılık gelen anlamlılık değerinin 0,05'ten küçük olduğu analiz edilmiştir ($p=0,000$). Belirlenen sonuca göre; en çok hangi sitelerden alışveriş yapıldığı ile memnuniyetsizlik yaşamış olmak arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çapraz tablo analizine göre; en yüksek oranda memnuniyetsizliğin, en çok fırsat sitelerinden alışveriş yapıyorum diyen katılımcılarda yaşandığı görülmektedir. En düşük oranda memnuniyetsizlik durumunun ise; en çok firmanın kendi sitesinden alışveriş yapıyorum diyen katılımcılarda yaşandığı görülmektedir.

Tablo 20. Hipotez Değerlendirme Sonuçları

<i>Hipotez</i>	<i>Değerlendirme Sonucu</i>
H₁: Demografik özelliklerine göre müşteri şikâyet etme davranışı farklılaşmaktadır.	Kabul Edildi
H₂: Demografik özelliklere göre, şikayetle ilgilenilme biçiminden memnun kalma oranları farklılaşmaktadır.	Ret Edildi
H₃: Müşteri memnuniyeti ile şikâyet yönetimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H₄: İnternette alışverişte en çok tercih edilen ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H₅: İnternette alışverişte memnuniyetsizlik yaşanan ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H₆: Memnuniyetsizliğin önem derecesi ile şikâyet davranışında bulunmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H₇: İnternette alışveriş yapma sıklığı ile şikâyet etme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret Edildi
H₈: Memnuniyetsizlik yaşanan siteden alınan ürünün fiyatı ile müşterinin şikâyet davranışında bulunması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret Edildi
H₉: Kişinin en çok hangi sitelerden alışveriş yaptığı ile memnuniyetsizlik yaşamış olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi

Sonuç ve Değerlendirme

Herhangi bir memnuniyetsizlik yaşayan müşteri, işletmenin kaybettiği bir müşterisi değildir. Söz konusu memnuniyetsizliğini işletmeye bildirdiği ve işletmenin de çözüm bulduğu zaman yeniden memnun müşteri hâline gelebilecek ve yine işletmeden mal ya da hizmet satın alabilecek bir müşteridir. İşletmelerin önem göstereceği nokta; bir memnuniyetsizlik yaşayan müşterinin bu memnuniyetsizliğini başkalarına değil, işletmenin kendisine anlatmasını sağlamaktır. Memnuniyetsizliğini başkalarına anlatmadığı gibi işletmenin kendisine de anlatmayan müşteriler de bulunmaktadır. İşletmenin hedefi bu şekilde şikâyet etmeyen müşterilerinin, işletmenin kendisine şikayetlerini bildirmelerini sağlamak ve müşterisini kaybetmemek olmalıdır. Eğer işletme, iyi bir şikâyet yönetimi sistemi kurarsa tüm bu olumsuzlukların önüne geçmiş olmanın ilk adımı atılmış olacaktır.

Günümüzde teknoloji hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte internet üzerinden alışveriş yapmak da yaygınlaşmıştır. Kolay ve zahmetsiz bir alışveriş şekli olan online alışveriş tüm bu olumlu özelliklerin yanında bir belirsizlik de içermektedir. Bu belirsizlik kişinin satın alacağı ürünü gözüyle görememesi, inceleme imkânı bulamaması, eğer bir giyim ürünü ise deneyememesi, yalnızca internetteki fotoğraflara bakarak satın alma kararı vermesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenlerden dolayı, online alışverişlerde memnuniyetsizlik yaşamış olma durumu sıkça karşılaşılan bir durum olmaktadır. Bu sebeple araştırmanın online alışverişler üzerine yapılmasına karar verilmiştir. Online alışverişlerin yeni bir alışveriş yöntemi olması ve bu yönde yapılmış araştırmaların da sınırlı olması araştırmanın bu yönde yapılmasına karar vermede ayrıca etkili olmuştur.

Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiştir. Afyonkarahisar'da bulunan 400 katılımcı ile anket uygulaması yapılmıştır. Anket soruları üç aşamalı olarak düşünülmüş ve uygulanmıştır. İlk aşamada; kişilerin internette satın aldıkları ürünlerde hiç memnuniyetsizlik yaşayıp yaşamadıklarını öğrenmek amaçlanmıştır. Bu aşamada 400 katılımcının 235'i (%58,8) hiç memnuniyetsizlik yaşamadığını belirtmiş, 165'i (%41,3) ise memnuniyetsizlik yaşadığını belirtmiştir. Bu aşamada 235 kişi ile anket uygulamasının sonuna gelinmiştir. Memnuniyetsizlik yaşadığını belirten 165 kişi ile anket uygulamasının diğer sorularına geçilmiş ve memnuniyetsizlikleri için şikâyet davranışında bulunup bulunmadıkları sorulmuştur. Bu soruda 165 kişinin 92'sinin (%55,8) şikâyet davranışında bulunduğu, 73'ünün ise (%44,2) şikâyet davranışında bulunmadığı öğrenilmiştir. Şikâyet davranışında bulunmuş 92 katılımcı ile şikâyet davranışı, şikâyet yönetimi ve şikâyet sonrası memnuniyet düzeyi soruları cevaplandırılmıştır. Şikâyet davranışında bulunmamış 73 kişi ile de şikâyet etmeme neticesinde meydana gelen davranışların ve şikâyet etmeme nedenlerinin tespit edilmesi amacıyla oluşturulmuş sorular cevaplandırılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda demografik özelliklere göre şikayetle ilgilenilme biçiminden memnun kalma oranlarının benzer olduğu, internetten alışveriş yapma sıklığı ile şikâyet etme davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ve memnuniyetsizlik yaşanan siteden alınan ürünün fiyatının düşük ya da yüksek olmasının müşterinin şikâyet davranışında bulunmasına anlamlı bir etkisinin bulunmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Bununla birlikte demografik özelliklerine göre müşteri şikâyet etme davranışının farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca müşteri memnuniyeti ile şikâyet yönetimi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu da yapılan korelasyon analizi ile belirlenmiştir. İnternette alışverişte en çok tercih edilen ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ve cinsiyete göre tercih edilen ürünlerin farklılaştığı tespit edilmiştir. Yapılan araştırmaya göre online alışverişlerde kadınlar en çok giyim alışverişini tercih ederken, erkekler elektrik-elektronik ürünler satın almışlardır. İnternet alışverişlerindeki memnuniyetsizlik yaşanan ürünler ile katılımcının cinsiyeti arasında da anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınlar en çok giyim alışverişlerinde memnuniyetsizlik yaşadığını belirtirken, erkekler elektrik-elektronik ürünlerde en çok memnuniyetsizlik yaşadıklarını belirtmişlerdir. Memnuniyetsizliğin önem derecesi ile şikâyet davranışında bulunmak arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı da analiz edilmiştir. Memnuniyetsizliğin önem derecesi arttıkça şikâyet etme davranışının da arttığı tespit edilmiştir. Ayrıca kişilerin en çok hangi sitelerden alışveriş yaptığı ile memnuniyetsizlik yaşamış olması arasındaki ilişki de analiz edilmiş ve en yüksek oranda memnuniyetsizliğin; en çok fırsat sitelerinden alışveriş yapıyorum diyen katılımcılarda yaşandığı görülmüştür. En düşük oranda memnuniyetsizlik durumunun ise; en çok firmanın kendi sitesinden alışveriş yapıyorum diyen katılımcılarda yaşandığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak ana hipotez olan müşteri memnuniyeti ile şikâyet yönetimi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu yapılan korelasyon analizi sonucunda tespit edilmiştir. Bu sonuca göre işletmelerin, memnuniyetsizlik yaşamış müşterilerini yeniden memnun müşteriler haline getirebilmek için iyi ve etkin bir şikâyet yönetimi sistemi kurmasının önemi anlaşılmıştır. Bu çalışma ile akademik camianın haricinde işletmelerin de yararlanabileceği bilgilere ulaşılmıştır. İşletmeler, bu çalışmadan çıkan sonuçları kendi işletmeleri ile mukayese edebilir, müşteri memnuniyeti ve şikâyet yönetimi ile ilgili süreçlerde değişikliğe ya da iyileştirmeye gidebilirler. Bu çalışma online alışverişler üzerine yapılmıştır. Hizmet sektörü, gıda sektörü, giyim sektörü, elektrik-elektronik sektörü ve daha birçok sektörde bu çalışmanın benzerleri yapılarak daha kapsamlı verilere ulaşılması sağlanabilir. Ayrıca anket sorularında müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerden; müşteri beklentileri, algılanan performans ve kalite gibi unsurlar da sorularak, farklı hipotezler türetilir. Bu araştırma Afyonkarahisar’da yapılmıştır. Tüm Türkiye’yi kapsayacak bir araştırma yapılarak daha kapsamlı ve geniş bilgi elde edilebilir. Gelecek yıllarda değişebilecek koşullar olabileceğinden, ilerleyen yıllarda bu çalışmanın benzerleri yapılarak yeni verilere ulaşılabilir.

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010a). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 6. Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altunışık, R., Sütütemiz, N. ve Çallı, L. (2010b). E Memnuniyeti Etkileyen Performans Kriterlerinin Tespiti Üzerine Bir Araştırma E Perakendecilik Örneği. Akademik Bakış - Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Sayı 20, 0-16.
- Anderson, R. E. & Srinivasan, S. S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology & Marketing*, Vol 20, No 2, 123-138.
- Bijmolt, T., Huizingh, E. & Krawczyk, A. (2014). Effects of Complaint Behaviour and Recovery Satisfaction on Consumer Intentions to Repurchase on The İnternet. *Internet Research*, Vol 24, No 5, 608-628.
- Brown, A. (1995). Müşteri Hizmetleri Yönetimi. (M. Kılıç, Çev.). Ankara: M.E.B. Gaye Filmcilik Matbaacılık. (Orijinal çalışma basıl tarihi 1991).
- Demir, Ş. Ş. ve Kozak M. (2013). Tüketici Davranışları, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demiray, Ö. (2010). Sanal Alışveriş Mağazalarının Şikâyet Yönetiminin Müşteri Bağlılığına Etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Eşkinat, A. (2009). Müşterinin Elde Tutulmasında Şikâyet Yönetiminin Önemi ve Hizmet Sektörüne İlişkin Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Gökdeniz, İ., Bozacı, İ. ve Karakaya, E. (2011). Şikâyet Yönetim Süreci Sonrası Memnuniyeti Etkileyen Faktörler Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 26, 173-185.
- Gürül, H. B. (2017). Şikâyet Yönetiminin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Filo Araç Kiralama Sektöründe Bir Uygulama). (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Hansen, T., Wilke, R. & Zaichkowsky, J. (2010). Managing Consumer Complaints: Differences and Similarities Among Heterogeneous Retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol 38, No 1, 6-23.
- Huppertz, J. W. (2007) Firms' Complaint Handling Policies and Consumer Complaint Voicing. *Journal of Consumer Marketing*, Vol 24, No 7, 428-437.
- Johnston, R. (2001). Linking Complaint Management to Profit. *International Journal of Service Industry Management*, Vol 12, No 1, 60-69.
- Kim, C., Kim, S., Im, S. & Shin, C. (2003). The Effect of Attitude and Perception on Consumer Complaint Intentions. *Journal of Consumer Marketing*, Vol 20, No 4, 352-371.
- Millî Eğitim Bakanlığı. (2011). Aile ve Tüketici Hizmetleri Müşteri Şikâyetleri. Ankara: 341TP0071.

- Odabaşı, Y. (1996). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2017). Tüketici Davranışı, 17. Baskı. İstanbul: MediaCat.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, Vol 17, No 4, 460-469.
- Stauss, B. & Schoeler, A. (2004). Complaint Management Profitability: What Do Complaint Managers Know?. *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol 14, No 2/3, 147-156.
- Şenbabaoğlu, E. (2016). E-Sadakat Oluşumunda E-Hizmet Kalitesi, E-Müşteri Tatmini ve E-Müşteri Değerinin Etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çankırı Karatekin Üniversitesi, Çankırı.
- Usta, R. (2006). Mobilya Sektöründe Tüketici Tatmini ve Şikayet Davranışı: Karabük İlinde Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 8, Sayı 1, 121-138.
- Uyar, M. (2013). Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Her Şey Dahil Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkilerinin Ölçülmesi: Alanya örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Amerikan Pamuk Vadeli Piyasaları ve Dövizin BİST Tekstil Deri Sektörü ile İlişkisi American Cotton Future Markets and the Relationship of Currency with BIST Textile Leather Industry

Hüseyin Başar ÖNEM*

* Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, basaronem@isparta.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0192-2886

Abstract

By the effect of globalization, the importance that countries attach to foreign trade is increasing, and therefore every market that contributes to foreign trade is carefully examined. One of the indispensable market for both national and international economies is the textile sector. The materials used in this sector, which has a large share in foreign trade, are also economically important factors. For example, cotton plant is one of the most important input used in production processes for the textile industry. For this reason, in this work, studies are carried out on important indices that are traded on the Turkish stock market, especially with the theme of "cotton". The aim of this study is to reveal the cointegration and causality relations of BIST Textile Leather (XTEKS) index, American Cotton Futures Markets (CTZ2) and Dollar rate using daily data between 2.1.2019-31.12.2021 with Engle Granger cointegration test and VAR Granger causality test. According to the results of the study, an Engle Granger cointegration relationship has been found between the BIST Textile Leather (XTEKS) index with the American Cotton Futures Transactions (CTZ2) and the Dollar exchange rate and it has been determined that these variables come to equilibrium and act together in the long term. According to the VAR Granger causality test related to the variables, no statistical causality relationship could be detected.

Keywords: American Futures Cotton, Dollar, BIST Textile Leather Index.

Jel Code: G00, G10, G15

Öz

Küreselleşmenin etkisiyle ülkelerin dış ticarete verdiği önem artmaktadır ve bu nedenle dış ticarete katkı sağlayan her pazar dikkatle incelenmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası ekonomiler için vazgeçilmez pazarlardan birisi de Tekstil sektörüdür. Dış ticarete büyük bir paya sahip olan bu sektörde kullanılan malzemeler de ekonomik açıdan önemli unsurlardandır. Örneğin pamuk bitkisi tekstil sektörü üretim süreçlerinde kullanılan en önemli girdilerden biridir. Bu nedenle bu çalışmada Türkiye borsasında özellikle "pamuk" temalı işlem gören önemli endeksler üzerinde çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı BIST Tekstil Deri (XTEKS) endeksi ile Amerikan Vadeli Pamuk İşlemleri (CTZ2) ve dolar kurunun eşbütünleşme ve nedensellik ilişkilerini 2.1.2019-31.12.2021 tarih aralığında günlük veriler kullanarak Engle Granger Eşbütünleşme testi ve VAR Granger nedensellik testi ile ortaya koymaktır. Çalışma sonuçlarına göre, BIST Tekstil Deri (XTEKS) endeksi ile Amerikan Vadeli Pamuk İşlemleri (CTZ2) ve dolar kuru arasında Engle Granger eşbütünleşme ilişkisi bulunmuş olup bu değişkenler uzun dönemde dengeye gelip birlikte hareket ettikleri tespit edilmiştir. Değişkenlerle ilgili VAR Granger nedensellik testine göre istatistik açıdan herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Amerikan Vadeli Pamuk, Dolar, BIST Tekstil Deri Endeksi.

Jel Kodu: G00, G10, G15

Introduction

The demand for cotton products is increasing day by day in countries with rising incomes due to the developments in the world economy. Depending on consumption, foreign trade of cotton fiber has started to occupy an important place all over the world. On the other hand, the weight of the liberalization trend in world trade has increased the importance of policies for the trade of cotton fiber, especially from agricultural products (Özer and İlkdoğan, 2013: 13). Cotton, which acts as a locomotive for many sectors, has an important place in the country's economy. Despite this importance, since the manufacturers could not reach their profit maximization targets, it has recently started to be replaced by alternative products. Considering Turkey's ecological structure, its place in world production, its competitive power and other sectors fed by cotton, the necessity of giving importance to cotton production comes to the fore (Önder, 2017:83).

Cotton, which is one of the few basic products of the industrial revolution, which can be considered as a milestone in the evolution of economic and social life, depending on its use in yarn production, continues to be a strategic industrial product in terms of national economies today. Because cotton, through the fiber, is a product that can create added value in terms of its other components, as well as serving to meet a mandatory need such as dressing. For example, since its seed is used in the production of vegetable oil, it has the feature of being an oil plant. The remaining pulp has a special importance as animal feed with high protein value (Telatar et al. 2002: 55). It is a strategic agricultural product that provides significant employment opportunities and added value with the value chain it creates in the cotton, fiber and seed, food and textile industries for producer countries (Küçük and Aydoğdu, 2020: 77). There are basically two types of cotton production in the world. These are long staple cotton and short staple cotton. While long-staple cotton constitutes approximately 5% of the world cotton production, short-staple cotton production constitutes 95% (Özer and İlkdoğan, 2013: 13).

Looking at the world cotton trade, as of 2020/21, a few large producers such as India, USA, China, Pakistan and Brazil realize approximately 70 percent of the total world exports. However, countries such as the World Trade Organization (WTO) members USA and EU countries and China, which try to discipline the international cotton trade with certain provisions, develop policy tools based on economic and political power to protect their own farmers. In this case, high agricultural subsidies applied by developed countries put pressure on world cotton prices and make it more difficult for cotton producers in underdeveloped countries such as African countries, which are trying to take their place in the world cotton market but are under heavy economic conditions. Finally, the Covid-19 epidemic, which has been experienced on a global scale, has adversely affected cotton agriculture and economy, as in all areas of the economy throughout the world, and it is thought that this negative effect will continue in the next few years (Tokel, 2021: 1022).

Although cotton is primarily the raw material of the textile and ready-made clothing industry with its fiber, it is an important industrial plant that is also used in the fields of oil, feed and energy. More than 80% of cotton produced in nearly eighty countries globally is produced in only seven countries, including Turkey (Özüdoğru, 2021: 149). Turkey has a developed cotton sector and has an important place in the country's economy is holding. Cotton production is mainly carried out in the Aegean, Çukurova and Southeastern Anatolia regions (Oğuz and Veziroğlu, 2021: 305). In parallel with the developments in the textile and ready-made clothing sector, which occupies a very important place in production, employment and exports in Turkey, which is an important part of industrialization and presence in global markets, the need for cotton is also increasing and increasing production is of critical importance. From the perspective of cotton producing countries; In order to compete in international markets and to ensure the sustainability of production, the most important factor is the cost of production. When we looking at the world average, 1 kg of unpacked cotton costs an average of 0.44 \$. Countries producing 1 kg of seed cotton with the highest cost are respectively; China (\$0.75), Turkey (\$0.59), Bangladesh (\$0.58), USA and Greece (\$0.56). Cost increases and low product prices observed in cotton agriculture in recent years have led countries to take measures to increase productivity and reduce production costs. It is estimated that the approximate value of the total support reached 8 billion dollars in the 2019/20 production season in 11 countries that reported their support for cotton. The countries that support cotton the most are China, USA, India and Turkey. There are four different types of support for seed cotton in Turkey in 2020 as difference payment support (1.10 TL/kg), soil analysis support (40 TL), diesel support (62 TL/da) and fertilizer support (8 TL/da) support has been given. Cost coverage ratio of supports is 23% in 2019/20 season (Özüdoğru, 2021: 149).

The cotton consumed in the textile sector is transformed into garment products, which are the final product with high added value. Research & development and innovation activities, fashion trends and changes in people's consumption habits increase the demand for textile products day by day. When the annual export values of our country are examined, the export of textile products has a share of approximately 35%. Since the most important raw material of the textile industry is cotton fiber, the value and importance of this fiber is increasing day by day (Cevheri and Şahin, 2020: 71). Cotton and its textile industry have an important place in Turkey in terms of employment and its share in exports. Cotton, which is the most important raw material of the textile industry, is produced especially in the Aegean, Mediterranean and Southeastern Anatolia regions (Özer, et al., 2014:

830). The textile industry interacts with the agriculture and livestock industry due to natural fibers such as cotton and wool, and with the petrochemical industry due to synthetic fibers (Tekstil, Hazır giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu, 3 aylık: 14). Cotton, which is used as the vegetable raw material of the textile sector, has a strategic importance in agriculture, industry and trade both in our country and in the world. Cotton trade between countries is carried out through cotton exchanges. The state determines the value of many agricultural products in our country. However, cotton is one of the few products whose price is determined by the exchanges (Can and Gerşil, 2018: 1017).

The textile industry is one of the locomotive sectors of Turkey with the employment it creates, its share of Gross Domestic Product, current investments and high exports (Uyanık ve Çelikel, 2019: 32). The textile, ready-made clothing and leather products sectors continue to cooperate with many different sectors from agriculture to the retail sector and have a 6 % share in world exports. In the sectors, production in standard products is directed to countries where labor is relatively cheap, and investments of European Union (EU) countries, United States of America (USA), Japan and China continue in qualified products, technical and smart textiles. Of course, the general economies of the countries also affect the textile, ready-made clothing and leather products sectors. From the perspective of our country, it is seen that market diversification and sustainability issues come to the fore in the textile, ready-made clothing and leather products sectors. Textile, ready-made clothing and leather products sectors in our country provide 29.5 billion dollars of exports and employment for approximately 1 million people (registered). The point reached by the sectors in terms of quality and innovation today cannot be underestimated (Tekstil, Hazır giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu 2020: 6-7).

Two important functions of futures markets are risk transfer and discovery of spot (cash) prices. The function of the risk transfer of futures markets are provided by the protectionists finding market participants against whom they can transfer the risk. Although this method dates back to ancient times in history, it has become more widespread in our recent past as a result of technology and globalization. In recent years, futures markets have attracted the attention of investors in order to be a portfolio diversification tool and to provide benefits (Özaydın, 2020: 302).

The dollar is a very important subject in the price formation of goods and services in international trade and national economies. Therefore, increases and decreases in the dollar exchange rate have a great impact on both micro and macroeconomic instruments.

When the national and international literature is examined; No studies have been found that include BIST Textile Leather (XTEKS) index, American Cotton Futures (CTZ2) and Dollar prices variables. The following studies are stand for some of the financial and economic related to the cotton product;

In the study written by Telatar et al. (2002), in order to measure the effectiveness of the prices formed in the cotton exchanges, the relations between in Turkey and international cotton prices were investigated in case of short significant price fluctuations. In the study, both linear and nonlinear cointegration analyzes were performed. As a result of the analysis, a relationship was found between the prices in Turkey and the prices in international stock markets.

Özaydın and Çankaya (2020) investigated how the future cotton commodity returns between 2009-2018 are affected by the WASDE expected cotton production, consumption and stock data, which is published monthly by the US Department of Agriculture, within the framework of basic supply and demand laws. Due to the ARCH effect of the return data, which is a time series, it has been found that the return and real market dynamic data interact with the mean and variance equations created by using conditionally varying variance models, and the volatility is affected.

Singh and Soni (2021) examine long-term price movements using cointegration and causality tests on price transfer between Chinese futures markets and cotton prices in the USA and India. As a result of the study, it was found that the US cotton futures market is the most dominant market and leads price changes in India and China, cotton prices in India also affect cotton prices in China, bidirectional causality relationship between USA and China detected.

Demir, et al. (2018) explored the interrelationship between spot, futures and cotton futures markets in China. As a result of the examination, it has been determined that the futures market has a dominant role in prices.

Okumuş, (2012) investigated the relationship between cotton production, cotton price in the stock market and diesel price using VAR method. As a result of the study, the previous year's production amount and cotton price were found to be important factors on production. In the causality analysis, a strong relationship was found between the diesel price and production.

The effect of support premium given under the name of Difference Payment and past prices on production was examined with the help of Distributed Delay Autoregressive Model (ARDL) in the study written by Özer, et al., (2014). In the study, annual time series data covering the period 1999-2012 were used. As a result of the boundary test analysis, which reveals the long-term equilibrium relationship, it was found that there is cointegration between cotton production and cotton price and support premium variables. It has been determined that while the dependent variable of cotton production has a negative effect on itself in the long

term but a positive it has a positive effect in the short term. On the other hand, while the support premium payment has a positive and significant effect on cotton production in the short term, no significant relationship could be found between cotton production and cotton price.

The aim of this study is to reveal cointegration and causality relationships between BIST Textile Leather (XTEKS) index and American Cotton Futures (CTZ2) and Dolar prices. There is no national and international literature that includes the variables in this study, co-integration and causality relations, and this situation constitutes the originality of the study.

Table 1. Variables

Variable	Definition	Data Source	Period
(CTZ2)	American Cotton Futures	investing.com	2.1.2019-31.12.2021
(XTEKS)	BIST Textile Leather (XTEKS) index	investing.com	2.1.2019-31.12.2021
DOLAR	USD	investing.com	2.1.2019-31.12.2021

Method

The regression equation created in the research is as follows (Çütçü and Kan, 2018);

$$BISTTEX_t = \beta_0 + \beta_1 CTZ2 + \beta_2 DOLAR + \varepsilon_t$$

Engle- Granger Cointegration test

The most frequently used cointegration test by researchers (Korkmaz and Açıköz, 2010; McLeod and Haughton, 2018; Tunali and Yalçınkaya, 2017.) is Engle-Granger (1987). This test is a test made by virtue of residues. In the first stage of the Engle-Granger test, a regression is created between two first-order stationary variables as follows (Yılanıcı, 2009) :

$$y_t = a_0 + a_1 x_t + u_t$$

In the second stage, an autoregressive model shown below is established with the residues created from this regression and it is examined whether the residues are stationary or not:

$$\Delta u_t = \rho u_{t-1} + e_t$$

In this model, if $\rho = 0$, it can be explained that the residues have a unit root, so there is no cointegration relationship between the two variables. (Yılanıcı, 2009).

Engle-Granger Cointegration test has been used to explain the long-term relationship between the two variables. According to this method, it is assumed that the variables are stationary at the same level. A new regression is created for the variables with a certain stationarity level and the stability of the residuals of the regression, that is, the level value of the error correction model, is investigated. If the level value is stationary, it is mentioned that there is a cointegration relationship between the variables (Dilber and Kılıç, 2018). The Engle-Granger cointegration test is an Extended Dickey-Fuller unit root test for the error terms of two equations containing variables integrated at the same level (Kuştepelı and Bilman, 2009).

Granger Causality test

In order to determine the causality relationship between the variables and the direction of this relationship, the causality test developed by Granger (1969) will be performed. The Granger causality test is given by

$$Y_t = \sum_{i=1}^m a_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_i X_{t-i} + u_t \tag{1}$$

$$X_t = \sum_{i=1}^m \gamma_i X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \delta_i Y_{t-i} + v_t \tag{2}$$

(Öztürk and Sezen, 2018). In the equation m describes the optimal delay. This delay can be established by some information criteria. The Granger causality test is established by testing whether the lag levels of the independent variable are equal to zero at a certain significance level. If the β_i coefficients specified in equation (1) have a value other than zero at a certain significance level, it can be explained that X is a cause of Y. The fact that both the δ_i coefficients in equation (2) have a non-zero value at a certain significance level can also be explained as that Y is a cause of X (Öztürk and Sezen, 2018).

Results

Descriptive statistics for American Cotton Futures (CTZ2), Borsa Istanbul Textile Leather Index (XTEKS) and (DOLAR) prices are given in Table 2.

Table 2. Descriptive Statistics of Variables

	(CTZ2)	(XTEKS)	(DOLAR)
Mean	4.299265	6.354601	1.948565
Median	4.260141	6.363855	1.934719
Maximum	4.790820	7.113753	2.802439
Minimum	3.888345	5.587810	1.640646
Standard Deviation	0.191810	0.488334	0.211754
Skew	0.593532	-0.027020	0.931954
Kurtosis	2.758284	1.463622	4.115237
Jarque-Bera	44.69909	4645.213	1424.401
Probability	0.000000	174.0832	32.73306
Number of Observations	731	731	731

In order for the variables used in the study to be stationary, unit root tests are performed. If a data contains a unit root, it means that the data is not stationary. Augmented Dickey-Fuller (1979) unit root test results are shown in Table 3.

Table 3. ADF Unit Root Test Results

Variables	Stagnation level	ADF Test Statistic	Probability
(CTZ2)	1. Difference	-27.26598	0.0000
(XTEKS)	1. Difference	-26.76822	0.0000
(DOLAR)	1. Difference	-15.74138	0.0000

According to the Augmented Dickey-Fuller unit root test results in Table 3, it is seen that (CTZ2), (XTEKS) and (DOLAR) variables are stationary at the 1st difference values (Dereli, 2018: 284).

For the Engle-Granger cointegration test results, the regression equation values of the relevant variables and the ADF probability values of the error term for the regression analysis are created.

(CTZ2) and (XTEKS) variables regression equation values are shown in Table 4.

Table 4. Regression Equation Values of (CTZ2) and (XTEKS) Variables

Regression Equation Values	F statistical probability value	Probability value
(CTZ2) and (XTEKS) Values	3.715569	0.0002

According to the regression equation values of BIST Textile Leather index (XTEKS) and American Cotton Futures (CTZ2) variables indicated in Table 4, the regression equation is established (XTEKS) because the statistical probability of F and the general probability value of the equation are less than 0.05 (Çetin, 2020: 34). The error term values of the (CTZ2) variables regression analysis are shown in Table 5.

Table 5. Error Term Values of Regression Analysis of (CTZ2) and (XTEKS) Variables

Error Term of Regression Analysis of (CTZ2) and (XTEKS) Variables	t Statistical Value	ADF (Level)	Probability Value
Constant Term	-27.17076	0.0000	
Constant Term and Trending	-27.27595	0.0000	
No Constant Term and No Trend	-27.18951	0.0000	

According to Table 5, BIST Textile Leather Index (XTEKS) and American Cotton Futures (CTZ2) values are among the variables, since the ADF probability value is less than 0.05 in the cases with constant term, constant term and trend, no constant term and no trend. Cointegration relationship is mentioned and these variables come to equilibrium together in the long term (Alhan and Yüksel, 2018: 144).

The regression equation values of (DOLAR) and (XTEKS) variables are shown in Table 6.

Table 6. Regression Equation Values of (DOLAR) and (XTEKS) Variables

Regression Equation Values	F statistical probability value	Probability value
(DOLAR) and (XTEKS) Variables	-2.976339	0.0030

According to the regression equation values of the (DOLAR) and (XTEKS) index variables indicated in Table 6, the statistical probability of F and the general probability value of the equation are less than 0.05, (Çetin, 2020: 34) so the regression equation is established and the error term of the (DOLAR) and (XTEKS) regression analysis values are shown in Table 7.

Table 7. Error Term Values of Regression Analysis of (DOLAR) and (XTEKS) Variables

Error Term of Regression Analysis of (DOLAR) and (XTEKS) Variables	t Statistical Value	ADF (Level)	Probability Value
Constant Term	-15.58153	0.0000	
Constant Term and Trending	-15.58221	0.0000	
No Constant Term and No Trend	-15.58495	0.0000	

According to Table 7, since the (DOLAR) and (XTEKS) index values are less than 0.05 at the level of ADF probability value, in cases with constant terms, with constant terms and with a trend, without a constant term and without a trend, there is a cointegration relationship between the variables, and these variables in the long run. Comes into balance together. (Alhan and Yüksel, 2018: 144).

The causality relationship between the variables will be analyzed with the Granger causality test. Appropriate lag lengths are determined for the series before proceeding to the Granger causality test. Appropriate lag lengths between BIST Textile Leather index (XTEKS), American Cotton Futures (CTZ2) and Dolar are shown in Table 8.

Table 8. Appropriate Lag Lengths of Series

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	509.3455	NA	4.98e-05	-1.392972	-1.374036	-1.385665
1	5768.919	10461.27	2.66e-11	-15.83747	-15.76172*	-15.80824*
2	5778.060	18.10578*	2.66e-11*	-15.83785*	-15.70530	-15.78670
3	5784.121	11.95598	2.68e-11	-15.82977	-15.64040	-15.75670
4	5789.508	10.58068	2.70e-11	-15.81983	-15.57365	-15.72483

According to Table 8 (CTZ2), the appropriate lag lengths between (XTEKS) Dollar series are found to be 2 lags according to the Akaike information criterion (Değneli, 2020: 31). After finding the appropriate lag length, the Granger causality test based on the relevant lag length is performed.

Table 9. Granger Causality Test of (XTEKS) Variable

Dependent Variable (XTEKS)	Chi-Square	df	Probability
(CTZ2)	3.485855	2	0.1750
(DOLAR)	2.029955	2	0.3624
All Variables	6.571397	4	0.1603

According to Table 9, no causal relationship is found between the (XTEKS) index as the dependent variable and the (CTZ2) index and (DOLAR) prices at the 5% significance level (Erkekoğlu and Gül, 2020: 34).

Conclusion and Discussion

The globalization of world economies has facilitated access to financial instruments and has led to an increase in transaction volumes in these instruments. In addition, investors have more information about economic events and financial instruments that occur in any country in the world. Stocks, indices to which stocks are linked, other markets and other financial investment instruments that are thought to be related to these markets attract a lot of attention from investors. The fact that investors have more information about financial instruments and all related elements may affect their investment decisions. In today's economies, the textile industry in the countries and the cotton plants are one of the largest input items of this industry, have come to a very important position. The Textile Leather (XTEKS) index in BIST is also among the invested stock markets. Some of the factors that are thought to directly affect this index are the American Cotton Futures Markets (CTZ2) and the exchange rate. In the study, cointegration and causality relations of BIST Textile Leather (XTEKS) index, American Cotton Futures Markets (CTZ2) and Dollar exchange rate are analyzed by Engle-Granger Cointegration test and Granger Causality test. In the study, first the model of the research is established, then descriptive statistics, unit root test are performed and Engle-Granger co-integration test and Granger Causality test are used in order to reveal the cointegration and causality relations between the related variables. Searching the national and international literature, no studies has founded that included variables related to the BIST Textile Leather (XTEKS) index, and examined cointegration and causality relationships. From this perspective, it is thought that the study can present originality and contribute to the literature.

According to the findings obtained in the study, an Engle-Granger cointegration relationship is found between the BIST Textile Leather (XTEKS) index and the American Cotton Futures Markets (CTZ2) and the Dollar rates, and it has been determined that these variables come to equilibrium and act together in the long term. According to the VAR Granger causality test regarding the variables, no statistical causality relationship could be detected.

It is thought that the results obtained in the study can help the companies in the BIST Textile Leather (XTEKS) index, the investors who want to invest, and other relevant factors in their investment decision. In this study, the relations between the American Cotton Futures Markets (CTZ2) and the Dollar exchange rate with the BIST Textile Leather (XTEKS) index are investigated, and it can be a guide for new researches by adding the Chinese Cotton Market and different macroeconomic factors as a variable in future studies.

References

- Alhan, O. & Yüksel, S. (2018). Kadın çalışanların banka büyüklüğü ve karlılığına etkisi: Engle-Granger eş bütünleşme analizi ile Türkiye üzerine bir uygulama. *İş'te Davranış Dergisi*, 3(2), 140-147.
- Can, Ş. & Gerşil, M. (2018). Manisa pamuk fiyatlarının zaman serisi analizi ve yapay sinir ağı teknikleri ile tahminlenmesi ve tahmin performanslarının karşılaştırılması. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 25 (3), 1017-1031.
- Cevheri, C.İ. & Şahin, M. (2020). Dünya' da ve Türkiye' de pamuk üretiminin tekstil sektörü açısından önemi. *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, 5(2), 71-81.
- Çetin, A.C. (2020). Türkiye'de kıymetli maden depo hesapları ve altın fiyatları ile ilişkili faktörlerin analizi. *Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 17-45.
- Çorlu Ticaret ve Sanayi Odası, (2020). *Tekstil, Hazır giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu 2020*.
- Çütüçü, İ. & Kan, E. (2018). Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını etkileyen faktörler: Türkiye örneği. *Sakarya İktisat Dergisi*, 7(3), 1-21.
- Değneli, A. P. (2020). Türkiye ekonomisi için finansal çevrimler ve iş çevrimleri: Granger nedensellik testi. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 7 (1), 18-38.

- Demir, M., Martell, T. F. & Wang, J. (2018). The trilogy of China cotton markets: The lead-lag relationship among spot, forward, and futures markets. *J Futures Markets*, 39, 522-534.
- Dereli, D. D. (2018). Türkiye’de ekonomik büyüme ile dış ticaret arasındaki nedensellik ilişkisi (1969-2016). *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(3), 279-289.
- Dilber, İ. & Kılıç, J. (2018). Türkiye’de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: ENGLE GRANGER eşbütünleşme testi ve VAR model. *TESAM Akademi Dergisi*, 5(2), 95-118.
- Engle, R. F. & Granger, C. W. J. (1987). Co-Integration and error correction: Representation, estimation, and testing. *Econometrica*, 55(2), 251-276.
- Erkekoğlu, H. & Gül, G. (2020). 2003-2017 dönemi için Türkiye’de ekonomik büyüme, reel döviz kuru ve dış ticaret ilişkisi: Granger nedensellik analizi. *Aydın İktisat Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 25-39.
- Granger, C. W. J. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods, *Econometrica*, 37(3), 424-438.
- Korkmaz, T. & Açıkgöz, E. (2007). VOB'da işlem gören döviz futures sözleşmelerinin değeri ile piyasadaki likit döviz miktarı arasındaki ilişki. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 63-81.
- Kuştepe, Y. & Bilman, M. (2009). Türkiye’de vergiler ve büyüme arasındaki uzun dönem ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 119-130.
- Küçük, N. & Aydoğdu, M. H. (2020). Türkiye’de pamuk üretiminin son dönemlerdeki genel analizi. *Euroasia Journal of Mathematics-Engineering Natural & Medical Sciences*, 8, 77-82.
- McLeod, R. C.D. & Haughton, A. Y. (2018). The value of the US dollar and its impact on oil prices: Evidence from a non-linear asymmetric cointegration approach. *Energy Economics*, 70, 61-69.
- Oğuz, İ. & Veziroğlu, S. (2021). Türkiye’de Sürdürülebilir Pamuk Değer Zincirlerinin Desteklenmesi Projesi Söke - Bergama Örneği. 3. Uluslararası Tarım ve Gıda Etiği Kongresi, 305-311.
- Okumuş, M. (2012). Tarım politikaları ve zaman serileri analizi: Türkiye’de pamuk fiyatlarına bir uygulama, Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Aydın, 1-62.
- Önder, K. (2017). Pamuk arzını etkileyen faktörlerin panel veri ile analizi: 2000-2015. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12 (1) , 83-98.
- Özaydın, O. & Çankaya, S. (2020). Vadeli pamuk emtiası getirisi ile pamuk reel piyasa dinamiklerinin etkileşimi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (37), 733-767.
- Özaydın, O. (2020). Vadeli pamuk emtiasında kontrat pozisyonlarının ve pamuk reel piyasa dinamiklerinin vadeli pamuk emtiası getirisi üzerine etkileri. *Maliye ve Finans Yazıları*, 113, 301 – 326.
- Özer, O. O., & İlkdoğan, U. (2013). Box-Jenkins modeli yardımıyla dünya pamuk fiyatının tahmini. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 10(2), 13-20.
- Özer, O. O., Özçelik, A. & Kayalak, S. (2014). Geçmiş fiyatlar ile fark ödeme sisteminin pamuk üretimine etkisi, XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi 3-5 Eylül 2014, Samsun, 830-835.
- Öztürk, S. & Sezen, S. (2018). Ekonomik büyüme ile işsizlik arasındaki ilişkinin analizi: Türkiye örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(41), 1-14.
- Özudoğru, T. (2021). Dünya ve Türkiye’ de pamuk üretim ekonomisi. *Tekstil ve Mühendis*, 28(122), 149-161.
- Singh, Amrinder. & Tarun Kumar Soni. (2021). Price transmission in cotton futures market: evidence from three countries. *Journal of Risk and Financial Management*, 14: 444.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Genel Müdürlüğü, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi (2018). *Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri sektörleri raporu*, 3 aylık rapor, 1-49.
- Telatar, E. , Türkmen, Ş. & Teoman, Ö. (2016). Pamuk borsalarında oluşan fiyatların etkinliği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (2) , 55-74.
- Tokel, D. (2021). Dünya pamuk tarımı ve ekonomiye katkısı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1022-1037.
- Tunalı, H. & Yalçınkaya, Y. (2017). Dolar Kuru, Enflasyon ve TCMB Ağırlıklı Ortalama Fonlama Maliyeti Arasında Granger Nedensellik Analizi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 461-466.
- Uyanık, S. & Çelikel, D. C. (2019). Türk tekstil endüstrisi genel durumu. *Teknik Bilimler Dergisi*, 9 (1), 32-41.
- Yılandıcı, V. (2009). Fisher hipotezinin Türkiye için sınanması: Doğrusal olmayan eşbütünleşme analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 205-213.

Yerel Yönetimlerde Stratejik Yönetim Kültürünün Stratejik Planlama ve Faaliyet Raporları Aracılığıyla Değerlendirilmesi: TR90 Bölgesi Belediyeleri Örneği

Evaluation Of Strategic Management Culture in Local Governments Through Strategic Planning and Annual Reports: Case Of TR90 Region Municipalities

Şifa KIRHASANOĞLU*

* Giresun Üniversitesi, Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Finans ve Bankacılık Bölümü, sifa.kirhasanoglu@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0214-3166

Öz

Günümüz dünyasında kurumların hedeflerine ulaşmasında çok önemli rolü olduğu kabul edilen ve özel sektörde faaliyet gösteren işletmeler tarafından uzun yıllardır kullanılmakta olan stratejik yönetimin, kamu yönetimi ve özellikle belediyeceilikte de yerini almış olduğu görülmektedir. Ancak kavram olarak kamu kurumlarında yerini almış olmasına rağmen kurum kültürü olarak stratejik yönetimin kurum kültürü haline gelip gelmediği konusu araştırılması gereken bir konu olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada temel stratejik yönetim kavramlarının belediyelerin stratejik plan ve faaliyet raporlarında ne ölçüde yer aldığı araştırılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, literatür incelemesi yapılarak stratejik yönetim ile ilgili 28 adet temel kavram tespit edilmiştir. Daha sonra nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği ile bu kavramların çalışma kapsamında incelenen belgelerde ne düzeyde yer aldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında TR90 bölgesinde yer alan Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illerinin 2015-2019 ve 2020-2024 stratejik planları ile stratejik planlama dönemlerinin son ve ilk yılları olması sebebiyle 2019 ve 2020 faaliyet raporları incelenmiştir. Çalışmada incelenen stratejik plan ve faaliyet raporlarında stratejik yönetim ile ilgili bazı kavramların yer aldığı tespit edilmiş olmakla birlikte bu kullanım düzeyinin yeterli olmadığı değerlendirilmektedir. Ayrıca belediyelerin stratejik yönetim ile ilgili kavramları kullanma bağlamında stratejik plan ve faaliyet raporları arasında farklılıklar olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Planlama, Stratejik Yönetim, Belediyelerde Stratejik Yönetim.

Jel Kodu: M10, L32

Abstract

In today's world, strategic management, which is considered to have a very important role in reaching the goals of institutions and has been used by businesses operating in the private sector for many years, seems to have taken its place in public administration and especially in municipal management. However, although it has taken its place in public institutions as a concept, the issue of whether strategic management as a corporate culture has become a corporate culture is considered as a subject to be investigated. In this context, in this study, it has been tried to investigate to what extent the basic strategic management concepts are included in the strategic plans and activity reports of the municipalities. In this context, 28 basic concepts related to strategic management were determined by literature review. Then, with the content analysis technique, which is one of the qualitative research methods, it was tried to determine the level of these concepts in the documents examined within the scope of the study. Within the scope of the study, the 2015-2019 and 2020-2024 strategic plans and 2019 and 2020 annual reports of the provinces of Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize and Trabzon in the TR90 region were examined. Although it has been determined that some concepts related to strategic management are included in the strategic plan and activity reports examined in the study, it is considered that this level is not sufficient. In addition, it has been observed that there are differences between the strategic plan and activity reports in the context of using the concepts related to strategic management by different municipalities.

Keywords: Strategic Planning, Strategic Management, Strategic Management in Municipalities.

Jel Code: M10, L32

Giriş

Günümüzün çok hızlı değişim gösteren toplum hayatında; örneğin 2020 yılında pandemi dolayısıyla uzaktan çalışmaya geçiş gibi büyük değişiklikler, stratejik yönetimin önemini daha da artırmaktadır. Stratejik yönetimin dışsal değişimlerle başa çıkmak için en önemli unsurlardan bir tanesi ve her tür çağdaş organizasyonun yönetimine rehberlik eden ana felsefe olduğu belirtilmektedir (Ginter, Duncan ve Swayne, 2018:24). Stratejik yönetim, bir kurumun hedeflerine ulaşması bağlamında, kurum yönetici ve çalışanları üzerinde önemli bir destekleyici rol üstlenmektedir. Ayrıca yönetim kontrolü ve değerlendirmesine de destek olarak görülmektedir (Ansoff vd, 2018:43). İşletme yönetimi çerçevesinden bakıldığında stratejik yönetim; strateji kavramından daha geniş kapsamı içermekte olup kurumsal faaliyetler için öncelikli olarak bir stratejinin belirlenmesinde ve üst yönetimin, çevresel analiz yaparak hem nitel hem de nicel bilgileri derlemesiyle, riskli durumlarda etkili kararlar alınabilmesine yardımcı olan bir süreçtir (Wheelen vd., 2017:36).

Özel sektörde faaliyet gösteren işletmelerde uzun yıllardır önemli ölçüde kullanılmaya başlanılan stratejik yönetimin günümüzde kamu kurum ve kuruluşlarında da kullanılması gerekliliği sürekli tartışılan bir konu durumuna gelmiştir (Johnsen, 2016:335). Stratejik planlama ve yönetim, kamu sektöründe otuz yılı aşkın bir süre önce kullanılmaya başlanmış olup stratejik planlama ve yönetimin dahil olduğu bu yeni kamu yönetimi tartışmalı bir konu olmuştur (Backoff, Wechsler ve Crew, 1993:128). Özel sektörün doğasında bulunan kâr gütmeye anlayışı sosyal etiği ihlal ettiğinde veya istenmeyen fiziksel ve sosyal kirlilik gibi yan etkilere yol açtığında, özel işletmenin kâr amacı güden davranışını frenleme baskısı ortaya çıkmaktadır (Poister ve Streib, 2005:47). Aynı zamanda, özel teşebbüslerin, kâr amacı gütmeyen faaliyetler yoluyla halka hizmet etmesi istenmektedir. Bunların tamamının bir plan dahilinde yürütülmesi hususunda stratejik planlama ve yönetimin önemli role sahip olduğu görülmektedir. Kamu sektöründe ise toplum; eğitim, sağlık, sosyal hizmetler, ulaşım, ekoloji, alan kullanımı gibi yeni sorunlarla karşı karşıya kalırken, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, daha önce ticari firmalara ayrılmış olan girişimci, çevreye açık işlerle giderek daha fazla meşgul olmak durumunda kalmaktadır (Ansoff, 1972:18). Aynı zamanda, hükümet bütçeleri büyüdükçe Gayri Safi Milli Hasıla'nın büyük bir kısmını tüketir hale gelmeye başlamış ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların doğal ekonomik verimsizliği dikkat çekici bir şekilde görünür hale gelmiştir (Moore, 1995:168). Sonuç olarak, kamu sektörü, ticari firmaların verimliliğini uygulamak adına artan bir baskı altında kalmaktadır. Bu baskının altından kalkmak adına özel teşebbüslerin uygulamalarını kamuda kullanmanın yine stratejik yönetim ile mümkün olduğu görülmektedir.

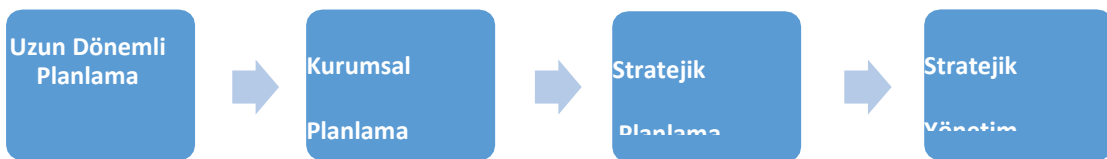
80'li yıllardan itibaren kamu yönetim anlayışında yeni kamu yönetimine doğru bir dönüşüm yaşansa da Türkiye'de kamu kurumları için stratejik yönetim anlayışının 2003 yılında düzenlenen 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile altyapısının oluşturulduğu söylenebilir (Turan, 2015:48). Son yıllarda Türkiye'deki belediyececilik faaliyetleri incelendiğinde stratejik yönetim kavramının Türk belediyececilik sistemine de girmiş olduğu görülmektedir. Fakat kavram olarak kamu kurumlarında yerini almış olmasına rağmen kurum kültürü olarak stratejik yönetimin kurum kültürü haline gelip gelmediği konusu araştırılması gereken bir konu olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada; Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illerini içeren TR90 bölgesinde yer alan belediyelerin, stratejik plan belgeleri ile faaliyet raporları, stratejik yönetim açısından incelenerek stratejik yönetim kavramlarının bu belgelerde ne ölçüde yer aldığı tespit edilmeye çalışılacaktır.

Strateji, Stratejik Planlama ve Stratejik Yönetim Kavramları

Strateji aslında, arzulanan ve istenilen sonuçlara ulaşmayı esas aldığı için bir "plan" olarak kabul edilebilir. Plandan farklı olarak, strateji, daha dinamik ve hareketlidir ve dolayısıyla işletmelerin varmak istedikleri hedeflere etki edebilecek, diğer rakip işletmelerin de faaliyetlerinin göz önüne alınmasını gerektirir (Ülgen ve Mirze, 2020:13). Strateji belirlenirken, işletme hedef ve faaliyetleri düşünülerek yapılan çevre analizine ek olarak, rakip işletmeleri ve bu işletmelerin strateji belirleyen işletmenin hedeflerine etki etmesi beklenen faaliyetleri de göz önüne alınarak planlamaya dâhil edilmelidir. Strateji, bir şirketin faaliyetleri arasında bir uyum oluşturarak birçok faaliyeti içeren kendine özgü bir konumun ortaya koyulması olarak tanımlanmaktadır (Porter, 1996:63). Bir stratejinin başarılı olması yalnız birkaç işi değil daha fazla işi iyi bir şekilde ve bu işlerin arasında bir bütünlük yaratarak yapmaya bağlı görülmektedir.

Stratejik planlama ve stratejik yönetim kavramları benzer özellikler taşısa da aslında birbirinden farklı kavramlar olarak literatürde yer almaktadır. Stratejik planlama, stratejik yönetim içerisinde yer alan unsurlardan bir tanesi olarak kabul edilmektedir. Stratejik yönetim kavramının henüz ortaya çıkmadığı zamanlarda stratejik planlamanın kurumlar için önemli bir yere sahip olduğu belirtilmektedir (Ülgen ve Mirze, 2020:16).



Şekil 1. Stratejik Yönetimin Evreleri (Ülgen ve Mirze, 2020:16).

Stratejik planlama; strateji oluşturma, kurumun güçlü ve zayıf yönlerinin analizi, kurum paydaşlarının belirlenmesi, stratejik eylemlerin uygulanması ve sorun yönetimi dâhil olmak üzere, kurumun çevresi ve dış paydaşların talepleri ile ilgili olarak işletmeyi ve işletmenin gelecekteki yönünü yönetmek için sistematik bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Berry ve Wechsler, 1995:160). Stratejik planlama, herhangi bir problem çözme veya fırsat yaratma durumunun “ne yapmalı, nasıl yapmalı, ne ile yapmalı ve ne zaman yapmalı” şeklinde ifade edilen dört kritik unsurunu bir araya getirebilen eylem odaklı bir süreç ve metodolojidir (Van Ravensway ve Hamlin, 2015:56). Buradan yola çıkarak stratejik planlama için SWOT analizinin önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Stratejik planlamanın temel unsurlarından biri olan SWOT analizi, stratejik yönetim anlayışına geçişin temel süreçlerinden biri olarak görülmektedir. SWOT, Türkçe ifade şekliyle GZFT, popüler bir 4 kutu strateji analizi ve geliştirme çerçevesidir. Kısaltma şu kelimelerden türetilmiştir: Strength (Güç) , Weakness (Zayıflık), Opportunities (Fırsatlar), Threats (Tehditler) (Sarsby, 2016:4). SWOT onlarca yıldır kullanılmakta olan bir yöntem olmakla birlikte modern zamanların en yaygın kullanılan strateji araçlarında bir tanesi olduğu belirtilmektedir. SWOT analizinin, iç ve dış unsurları değerlendirerek örgütsel veya kişisel stratejinin oluşturulmasını kolaylaştırdığı yaygın olarak kabul edilirken, SWOT analizine yöneltilen bazı eleştiriler de vardır. Bazı eleştirmenler, yöntemin çok yüzeysel ve kalıplaşmış olduğunu ve sonuç olarak çıktılarının yanlış anlaşılabilirliği veya yanlış kullanılabilirliği için kurum performansını engellediğini düşünmektedir (Issayev, Masalimova ve Magzumova, 2018:144). Bu durum, özellikle SWOT analizi kolektif bir grup tarafından gerçek eleştirel yansıma olmadan yapıldığında ortaya çıkmaktadır. Değerlendirmeyi sadece birkaç kişinin yapması, SWOT girdilerinin yanlış beyan edilme riskini artırarak hatalı çıktılara yol açabilmektedir. Ayrıca kuruluşlar, matrisin diğer kritik unsurlarını gözden kaçırarak analizin bir yönüne bağlı kalabilmektedirler (Tang vd., 2018:2).

Stratejik yönetim anlayışı ortaya çıkmadan önce kullanılmaya başlanan stratejik planlama, eldeki konuya disiplinli bir odaklanma sağlamak ve uygun bir strateji geliştirmek için doğru ortamı yaratmaktadır (Naschold ve Daley, 1999:53). Stratejik planlama, aslında tam olarak sonuçlar için tasarlanmış bir metodolojidir. Bu önemli özelliklerine rağmen stratejik planın üretilmesi tek başına örgütsel çıktılar için yeterli bir koşul değildir. Bir kuruluşun stratejisini anlamlı kılmak için, stratejik planlamadan daha geniş bir süreç ve daha kapsayıcı bir yaklaşım olan stratejik yönetime geçiş yapması gerekmektedir (Poister, 2010:247). Stratejik planlama ile ilgili tanım ve yorumlar incelendiğinde stratejik planlamanın kuruluşlar için çok önemli bir yeri olmasına rağmen diğer etkenlerle birlikte kullanıldığında etkili olabileceği görülmektedir.

Stratejik yönetim; planlama, kaynak tahsisi ve kontrol/değerlendirme olmak üzere üç temel süreçten oluşmaktadır. Stratejik planlama, stratejik yönetimin temel taşı olarak kabul edilmektedir, ancak diğer yönetim süreçleriyle entegre edilmesi gerekmektedir (Vinzant ve Vinzant, 1996:140). Poister ve Streib (1999) performans yönetimini bu üç temel sürece ek, dördüncü bir temel süreç olarak ifade etmektedir ve ayrıca stratejik yönetimin, çeşitli üst düzey yönetim süreçlerini kurum/kuruluşun amaç ve vizyonunu yerine getirecek şekilde koordine ederek, geçerli planları uygulamayı amaçladığını öne sürmektedir. Yönetim süreçlerini koordine etmek, süreçler birbirini desteklediği ve uyguladığı için olumlu bir etki sağlamaktadır.

Stratejik yönetim anlayışına bütünsel bir yaklaşımla bakıldığında, dışsal değişimlerle başa çıkmak için temel bir süreç olan stratejik yönetim, her tür çağdaş organizasyonun yönetimine rehberlik eden ana felsefelerden bir tanesi olarak kabul edilmektedir (Furrer, Thomas ve Goussevskaia, 2008:3). Bu doğrultuda stratejik yönetimin; stratejik düşünme ve stratejik analizi örgütsel eyleme dönüştüren, bir kurumu yönetmeye yönelik dış odaklı bir felsefe olduğu söylenebilir. Stratejik yönetim, kuruluşların güçlü yanlarını ve sürekli olarak rakiplerini geçmek ve geçmiş performanslarını geliştirmek için mücadele eden kişilerin, yenilikçi özelliklerini kullanmayı ve geliştirmeyi sağlamaktadır. Stratejik yönetim artık her yöneticinin işinin en önemli parçalarından biri olarak görülmektedir (Andrews, 1997:237). Buradan yola çıkarak, başarının, başarmakla görevlendirilen kişilerin, hedeflerin belirlenmesine ne kadar dâhil olduklarına ve başarının önündeki beklenmedik engelleri aşmaya ne kadar istekli olduklarına bağlı olduğu söylenebilir.

Stratejik yönetim, stratejik planlamayı kapsarken; kurumun yapısı, davranışsal unsurları, kültürü, uygulama ve kontrol mekanizmaları ile yönetim tarzını da dikkate almaktadır. Buradanaliz aşamasının sadece planlama olgusuna değil, işletmelerin tüm diğer faaliyetlerine de odaklanmış olması dikkat çekmektedir (Ülgen ve Mirze, 2020:16). Stratejik yönetim kısaca işletmelerin çevreleriyle olan ilişkilerinin ötesinde, geleceği oluşturmak adına, işletmelerin tüm işlev ve unsurlarının ele alınarak, uzun vadede tüm bunların yönetimi olarak tanımlanabilir (Ansoff, 1972:86). Stratejik yönetim, sonuçları dikkate alarak stratejiyi netleştirme veya değiştirme imkânı sağlayan, geleceğe önceden belirlenmiş bir rotada girme ihtiyacına dikkat edilerek, amacın sürece hâkim olduğu ve gelecekteki fırsatların dikkate alındığı bir operasyon yönetimi olarak ifade edilebilir.

Stratejik Yönetim Kültürü

Strateji, işletmelerin veya kurumların geçmişten gelen tarihsel kültürünü bozan ve politik süreçleri tehdit eden rasyonalite unsurlarını ortaya koymaktadır. Kurumlarda doğal bir örgütsel tepki olarak, dış çevrenin getirdiği zorluklarla yüzleşmek yerine, tarihi kültürün ve güç yapısının bozulmasına karşı mücadele etme davranışı ortaya çıkabilmektedir. Stratejik planlama ve yönetimin kuruma entegre edilme sürecinde, az görünse de, bu davranış varlığını sürdürebilmekte ve gücünü koruyabilmektedir. Örgüt kültürü; ortak normlar, değerler, gerçeklik modelleri, ödülleri ve teşvikler için işlevsel görülmekle beraber değişime karşı olan bir kültürdür, verimliliğe katkıda bulunurken, aynı zamanda esnekliği bastırmaktadır (Ansoff vd.,2018:94). Strateji ve kurumsal yönetim arasındaki bağlantı üzerine literatürde yapılmış birçok çalışma mevcut olmasına rağmen bu kavramın net bir tanımının ortaya koyulmadığı görülmektedir. Kurumlarda uzun vadeli başarıyı sağlamak, stratejik adalet sorunlarını aşmak ve değişimi sürdürülebilir kılmak için, yöneticilerin, kurumların kültürel bağlamını da yönetmeleri ihtiyacı ortaya çıkmıştır (Johnsen, 2016:362). Kültür; bir örgütün üyeleri tarafından paylaşılan, bilinçsizce işleyen ve bir

örgütün kendisine ve çevresine ilişkin görüşünü genel olarak kabul gören bir biçimde tanımlayan, derin düzeyde temel varsayımlar ve inançlar olarak tanımlanabilir (Schultz, 1995:7). Bir grubun kültürü, o grubun dış uyum ve içbütünleşme sorunlarını çözerken, daha önceden geçerli sayılabilecek kadar iyi çalışan ve bu nedenle yeni üyelere de bu sorunları algılamının, düşünmenin, hissetmenin ve davranmanın doğru yolu olarak öğretilmesi gerektiği düşünülen o grubun birikmiş paylaşılan öğrenmeleri olarak tanımlanabilir. Bu birikmiş öğrenme, temel varsayımlar olarak kabul edilen ve sonunda farkındalıktan ayrılan bir inanç, değer ve davranış normları örüntüsü veya sistemidir (Schein, 2017:16).

Belediyelerde Stratejik Yönetim

Özel işletmeler ve teşebbüslerde stratejik planlama çok daha uzun bir süre çalışılırken, kamu sektörüne dâhil edilmesi 1970'lerde ve 1980'lerde yeni kamu yönetimi stratejilerinin yükselişi ve hükümet yeniliklerinin yeniden keşfedilmesiyle başlamıştır (Blackerby, 1994:25). Stratejik planlama ve yönetimin benimsenmesi ve kullanılması, kamu kuruluşlarına gelişmiş karar verme, artan örgütsel etkinlik, topluluk ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verme ve travmatik olaylara karşı daha fazla dayanıklılık gibi çok çeşitli faydalar sunmaktadır (Mitchell vd., 2018:111). Bu avantajlardan yararlanmak için birçok yerel yönetim, topluluklarına daha iyi hizmet verebilmek için stratejik planlama ve yönetim kullanmaya başlamıştır. Belediyelerin etkin stratejik yönetimi, kuruluşların sosyo-ekolojik sistemlerinin koşullarını ve yönetim yönlerini iyileştirmek adına sürdürülebilirliği sağlamak için uyarlanabilir kapasiteyi desteklemekte ve teşvik etmektedir (Dutra vd., 2015:65). Yöneticilerin kuruluşlarını stratejik hedeflere doğru yönlendirdiği stratejik yönetim, işletmelerde olduğu kadar belediyelerde de önemli olabilmektedir (Rylková, 2017:50). Giderek daha karmaşık ve dinamik hale gelen bir ortamda, kamu kurumları ve özellikle belediyeler sürekli olarak problem çözme ve fırsat yaratma gibi iki baskın politika uygulamasıyla karşı karşıya kalmaktadır. Her iki durum dikkat ve kaynak gerektirmektedir. Bunların her ikisinin de, genellikle aynı anda en iyi nasıl ele alınacağı konusu, aynı durumun her iki tarafını da ele alabilen araçlar, beceriler ve tanımlanmış bir metodoloji gerektirmektedir. Bu konu hakkında çok sayıda görüş ve düşünce olsa da, faydasını gösteren tek metodoloji stratejik planlama ve yönetim olarak kabul edilmektedir (Hințea, Hamlin ve Hudrea, 2013:18). Stratejik yönetim, hedeflerin belirlenmesini, çevrenin analiz edilmesini, gerekli kaynakların sağlanmasını ve belirlenen hedefin performansının izlenmesini ve tespit edilen eksikliklerin ele alınmasını içermektedir. Stratejik planlama ve yönetme, herhangi bir problem çözme veya fırsat yaratma durumunun dört kritik unsurunu yani ne yapmalı, nasıl yapmalı, ne ile yapmalı ve son olarak ne zaman veya ne zamana kadar yapmalı unsurlarını bir araya getirebilen, eylem odaklı bir süreç ve metodolojidir (Van Ravensway ve Hamlin, 2015:56). Stratejik planlama, eldeki konuya disiplinli bir odaklanma sağlamak ve uygun bir strateji geliştirmek için doğru ortamı yaratmaktadır. Strateji ve stratejik yönetimden yararlanma, özellikle iş sektöründe daha fazla görülmektedir ancak kamu sektöründe de stratejik yönetim ilkelerini kullanmak mümkündür (Rylková, 2017:49). Kısaca stratejik planlamanın sonuçlar için tasarlanmış bir metodoloji olduğu söylenebilir. Bu durum belediyeler için önem arz etmekte ve stratejik planlama ve yönetimin etkin bir şekilde kurumlara adapte edilmesi önemli görülmektedir. Ortaya çıkan bu duruma bağlı olarak birçok belediye, yeni kamu yönetimi fikirleri doğrultusunda siyasi, idari ve yönetim sistemlerinde reform yapmaya devam etmektedirler (Ladner, 2016:185). Yapılan reform ve gelişmelere rağmen birçok yerel yönetim (belediye) performans ölçüm sistemleri geliştirme konusunda yetersiz kalmakta ve buna ek olarak karar verme sürecinde stratejik yönetim ilkelerine uygun hareket edememektedir (De Lancer Julnes ve Holzer, 2001:694). Bu durum birçok kamu kurumunun ve belediyenin stratejik yönetimin karar vermede önemli bir araç olarak kullanmadıklarını ortaya koymaktadır.

Literatür

Literatürde kamu kurumları ve belediyeleri, stratejik yönetim açısından inceleyen çalışmalar mevcut olup Türkiye'de bu konu üzerine yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Ford vd. (2006); Folke vd. (2007); Stocker vd. (2012); Dutra vd. (2015) belediyeler ve yönetim ile ilgili liderlik, öğrenme ve insan kapasitesi, iş birliği ve koordinasyon, güven, açık ve şeffaf süreçlerin oluşturulması, iletişim, bilgi alışverişi gibi temel konularda farklı çalışmalar gerçekleştirmiş ve yerel yönetimlerin temel yönetim gerekliliklerini stratejik yönetim bağlamında açıklamaya çalışmışlardır.

Hydle (2015) strateji oluşturmanın zamansal ve uzamsal boyutuna ilişkin yaptığı çalışmada, kasıtsız gerçekleştirilen stratejik uygulamaları incelemiştir. Çalışmada geleneksel saat-zaman kavramlarının ötesine geçilerek, çağdaş kamu kurumlarındaki stratejik uygulamaların incelenmesine yardımcı olabilecek çıkarımlar ortaya koymaktadır. Kamu kurumları, üst yönetimler tarafından yaptırılan zamanla sınırlı özel projeler üzerinde çalışmalar yapmak zorunda oldukları için çalışmada zamansal boyutta stratejik uygulamaların önemine vurgu yapılmaktadır.

Choi vd. (2011)'nin iki İsveç sağlık hizmeti kurumunda birleşme sonrasındaki süreçleri stratejik yönetim açısından incelediği vaka araştırmasında, strateji içeriğinden çok strateji sürecine odaklanarak, vakada görülen stratejik değişim dinamiklerini araştırmışlardır. Çalışmanın odak noktasını birleşme sonrasında ortaya çıkan büyük kurumsal dönüşüm oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmacılar, mesleklerin kurumsal ve sosyolojik açıdan ilgili örgütsel değişim literatürünü de çevreleyen, yeni bir teori ortaya koymuşlardır.

Battarra vd. (2016), yaptıkları çalışmalarında, belediyelerin karar verme süreçlerini ve stratejik planlamalarını iyileştirmek için kar amacı gütmeyen kuruluşlar veya özel dernekler gibi örgütsel toplulukların ve belediyeler veya üniversiteler arasındaki ortaklıklar gibi kurum ağlarının stratejik yönetim açısından gerekli olduğunu savunmaktadır.

Weis (2016) nitel olarak beş vaka incelemesi ile gerçekleştirdiği çalışmada, yeni kamu yönetimi fikirlerinin uygulanmasına yönelik Alman belediyelerindeki stratejik yönetim uygulamalarını araştırmıştır. Çalışma sonucunda kamu sektöründe yönetim araçlarının uygulanmasını anlamak için güvenin yararlı bir kavram olduğu belirtilmiştir.

Bayraktar, Turan ve Çetin (2020) çalışmalarında, içerik analiziyle Kastamonu belediyesi 2015-2019 stratejik planı, Çankırı belediyesi 2014-2018 stratejik planı ve Sinop belediyesi 2016 faaliyet raporunu incelemişlerdir. Çalışma sonunda, ilgili belgelerde stratejik yönetimle ilgili yeni kavramların yetersiz yer bulduğu ve bu durumun geliştirilmesi gerektiği ortaya koyulmuştur.

Yöntem

Bu çalışmada Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (Türkiye İBBS) kapsamında TR90 Bölgesi olarak kabul edilen bölgede yer alan Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illerinin Stratejik planları ve faaliyet raporları incelenerek, analiz edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada nitel araştırmalarda kullanılan veri analiz tekniklerinden bir tanesi olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinin amacı, özellikle kitle iletişim araçları aracılığı ile iletişimsel materyallerin sistematik olarak incelenmesidir. Bu materyaller sadece metinlerden oluşmak zorunda değildir: müzikal, resimsel, plastik veya diğer benzer materyaller de ele alınabilmektedir (Mayring, 2004:161). İçerik analizi tekniğinde ulaşılmak istenen amaç, derlenen verileri açıklamak için kullanılacak kavramlara ve ilişkilere ulaşılabilecek olarak kabul edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:259). Bu bağlamda çalışmada stratejik yönetimle ilgili teorik çerçevede ele alınan temel ve güncel kavramların, uygulamada belediyelerin strateji planlarında ve faaliyet raporlarında ne şekilde yer aldığı incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda stratejik yönetim kültürünün benimsenmesi bağlamında bu kavramlar üzerinden değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Çalışmada veriler ilgili belediyelerin 2015-2019 dönemi ve 2020-2024 dönemi stratejik planları ile 2019 ve 2020 yılları faaliyet raporları incelenerek elde edilmiştir. Giresun, Ordu, Rize ve Trabzon illerinin stratejik plan ve faaliyet raporlarına ilgili belediyelerin resmi internet sayfalarından ulaşılmıştır. Gümüşhane ve Artvin illerinin belgelerinin ise resmi internet sayfaları ve Kamuda Stratejik Yönetim (sp.gov.tr) sayfasında yer almaması nedeniyle belgelere ulaşılamamış ve bu iki il çalışma dışında bırakılmıştır. Giresun, Ordu, Trabzon ve Rize illerinin stratejik planları ve faaliyet raporlarında yer alan stratejik yönetim ile ilgili kavramlar tespit edilerek Excell programı yardımıyla veri saklama klasörüne kaydedilmiştir.

Çalışmaya rehberlik etmesi amacıyla ilk olarak detaylı literatür incelemesi yapılarak stratejik yönetim ile ilgili temel ve güncel kavramlar tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında kullanılacak içerik analizine rehberlik edecek kavramlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Stratejik Yönetim İle İlgili Kavramlar

Amaç	Maliyetlendirme
Bilim ve Teknoloji	Misyon
Çevre Analizi	Öğrenen Organizasyon
Durum Analizi	Paydaş Analizi
Etik	Performans Analizi/ Ölçümü
Etkililik	PEST Analizi
Etkinlik	Stratejik Planlama
Hedef	Stratejik Yönetim
Hesap Verebilirlik	Sürdürülebilirlik
İnovasyon (Yenilik- Yenilikçilik)	SWOT (GZFT) Analizi
İnsan Kaynakları	Şeffaflık (Saydamlık)
İzleme ve Değerlendirme	Verimlilik
Kalite / Toplam Kalite	Vizyon
Katılımcılık	Yönetişim

Kaynak: Ansoff (1972), Porter (1996), Bryson ve George (2020) ve Ülgen ve Mirze (2020), 'den derlenmiştir.

Bulgular

TR90 bölgesinde yer alan illerin stratejik plan ve faaliyet raporlarıyla ilgili tespit ve değerlendirmeler, her il için ayrı ayrı incelenmiştir. Bölgede bulunan illerin tamamının belgelerine ulaşamadığı için iki il araştırma dışında bırakılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen stratejik plan ve faaliyet raporlarıyla bu belgelerin hangi illere ait olduğu Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Çalışma Kapsamında İncelenen Belgeler

İl	Belge Türü	Dönemi / Yılı
TRABZON	Stratejik Plan	2015-2019
TRABZON	Stratejik Plan	2020-2024
TRABZON	Faaliyet Raporu	2019
TRABZON	Faaliyet Raporu	2020
GİRESUN	Stratejik Plan	2015-2019
GİRESUN	Stratejik Plan	2020-2024
GİRESUN	Faaliyet Raporu	2019
GİRESUN	Faaliyet Raporu	2020
ORDU	Stratejik Plan	2015-2019
ORDU	Stratejik Plan	2020-2024
ORDU	Faaliyet Raporu	2019
ORDU	Faaliyet Raporu	2020
RİZE	Stratejik Plan	2015-2019
RİZE	Stratejik Plan	2020-2024
RİZE	Faaliyet Raporu	2019
RİZE	Faaliyet Raporu	2020

Trabzon Belediyesi 2015-2019 ve 2020-2024 yılları stratejik planları ile 2019 ve 2020 yılı faaliyet raporlarında stratejik yönetim ile ilgili önemli kavramların ne kadar bu belgelerde yer aldığına dair bulgular tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Trabzon Belediyesi Stratejik Plan ve Faaliyet Raporları Analizi

*Rakamlar ilgili kavramın belge içerisinde kaç defa kullanıldığını göstermektedir.

Kavramlar	Stratejik Planlar		Faaliyet Raporları	
	2015-2019	2020-2024	2019	2020
Amaç	67	86	80	88
Bilim / Teknoloji(k)	13	20	12	16
Çevre Analizi	0	0	0	0
Durum Analizi	1	2	0	0

Etik/ Ahlak	0	2	1	2
Etkili(lik)	5	3	8	10
Etkinlik	7	7	13	15
Hedef	176	170	151	159
Hesap Verebilirlik	4	1	2	2
İnovasyon (Yenilik- Yenilikçilik)	2	2	0	1
İnsan Kaynakları	3	14	8	12
İzleme / Değerlendirme	31	68	12	14
Kalite / Toplam Kalite	29	10	3	4
Katılım (cılık)	23	18	56	62
Maliyetlendirme	0	3	0	0
Misyon	9	6	5	6
Öğrenen Organizasyon	0	0	0	0
Paydaş Analizi	2	4	0	0
Performans Analizi / Ölçümü	5	0	176	182
PEST(LE) Analizi	0	9	0	0
Stratejik Planlama	19	12	3	4
Stratejik Yönetim	2	3	1	1
Sürdürülebilir(lik)	5	4	4	5
SWOT (GZFT) Analizi	3	3	0	0
Şeffaflık (Saydamlık)	1	4	7	9
Verimlilik	10	2	5	3
Vizyon	12	5	3	5
Yönetişim	1	0	1	1

Trabzon Belediyesinin 2015-2019 ve 2020-2024 stratejik planları incelendiğinde, en sık kullanılan ifadenin sırasıyla 176 ve 170 kez tekrarlanan hedef kavramı olduğu dikkat çekmektedir. 2019 ve 2020 yılları faaliyet raporlarında ise sırasıyla 176 ve 182 kez tekrarlanan performans analizi/ölçümü ifadelerinin en çok kullanılan ifade olduğu görülmektedir. Faaliyet planlarında en sık kullanılan performans analizi/ölçümü kavramının 2020-2024 stratejik planında hiç kullanılmadığı ve 2015-2019 stratejik planında ise sadece 5 defa kullanıldığı ve buna ek olarak öğrenen organizasyon ve çevre analizi kavramlarına belgelerin hiçbir tanesinde değinilmediği tespit edilmiştir. Verimlilik ve vizyon kavramlarına, 2015-2019 stratejik planında 10 kez ve üzeri vurgu yapılırken 2020-2024 stratejik planı ve faaliyet raporlarında ise bu kavramlara 5 ve altında yer verildiği görülmektedir. Yine stratejik planlama kavramı, 2015-2019 stratejik planında 19 defa geçerken 2020-2024 stratejik planında 2 defa geçmekte ve faaliyet raporlarında yine 5'in altında geçmektedir. Stratejik yönetim anlamında önemli kavramlardan biri olarak görülen izleme ve değerlendirme kavramının 2020-2024 stratejik planında daha fazla yer aldığı dikkat çekmektedir.

Tablo 4. Giresun Belediyesi Stratejik Plan ve Faaliyet Raporları Analizi

*Rakamlar ilgili kavramın belge içerisinde kaç defa kullanıldığını göstermektedir.

Kavramlar	Stratejik Planlar		Faaliyet Raporları	
	2015-2019	2020-2024	2019	2020
Amaç	59	114	89	82
Bilim / Teknoloji(k)	14	50	23	22
Çevre Analizi	3	3	0	0
Durum Analizi	10	18	1	1
Etik/ Ahlak	0	2	4	3
Etkili(lik)	3	5	5	3
Etkinlik	6	32	18	28
Hedef	84	281	151	140
Hesap Verebilirlik	3	3	2	2
İnovasyon (Yenilik- Yenilikçilik)	1	6	4	4
İnsan Kaynakları	2	16	22	20
İzleme / Değerlendirme	3	45	43	43
Kalite / Toplam Kalite	7	11	17	54
Katılım (cılık)	10	40	18	36
Maliyetlendirme	0	0	0	0
Misyon	11	20	12	10
Öğrenen Organizasyon	0	0	0	0
Paydaş Analizi	2	3	1	1
Performans Analizi/ Performans Ölçümü	2	10	6	6
PEST(LE) Analizi	0	4	0	0
Stratejik Planlama	23	41	11	8
Stratejik Yönetim	2	3	4	4
Sürdürülebilir(lik)	2	13	6	5
SWOT (GZFT) Analizi	5	7	0	0
Şeffaflık (Saydamlık)	0	2	13	2
Verimlilik	2	33	32	29

Vizyon	10	22	10	11
Yönetişim	0	3	0	0

Tablo 4'te verilen Giresun Belediyesi stratejik planları incelendiğinde, stratejik yönetim ile ilgili önemli kavramların kullanımının 2015-2019 stratejik planına göre 2020-2024 stratejik planında arttığı görülmektedir. Stratejik planlanma kavramına 2015-2019 stratejik planında 23 kere yer verilirken 2020-2024 stratejik planında 41 defa yer verildiği, vizyon kavramına 2015-2019 stratejik planında 10 defa yer verilirken 2020-2024 stratejik planında 22 defa yer verildiği dikkat çekmektedir. Tüm belgelere bakıldığında ise en fazla tekrar edilen kavramın hedef kavramı olduğu görülmektedir. Buna karşılık maliyetlendirme ve öğrenen organizasyon kavramlarının herhangi bir belgede yer verilmediği, yönetim ve PESTLE analizi kavramlarına ise sadece 2020-2024 stratejik planında yer verildiği tespit edilmiştir. Ayrıca GZFT kavramına ise sadece stratejik planlarda yer verildiği görülmektedir. Dikkat çekici bir diğer kavram olan izleme-değerlendirme kavramının 2015-2019 stratejik planında 3, 2020- 2024 stratejik planında 45, faaliyet raporlarında ise 43'er kez kullanıldığı tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak stratejik yönetim bağlamında önemli kabul edilen kavramlardan olan katılımçılık kavramına 2015-2019 stratejik planında 10, 2020-2024 stratejik planında 40, 2019 faaliyet raporunda 18 ve 2020 faaliyet raporunda 36 defa yer verildiği görülmektedir.

Tablo 5. Ordu Belediyesi Stratejik Plan ve Faaliyet Raporları Analizi

*Rakamlar ilgili kavramın belge içerisinde kaç defa kullanıldığını göstermektedir.

Kavramlar	Stratejik Planlar		Faaliyet Raporları	
	2015-2019	2020-2024	2019	2020
Amaç	105	97	366	206
Bilim / Teknoloji(k)	26	40	23	39
Çevre Analizi	0	0	0	0
Durum Analizi	2	32	0	0
Etik/ Ahlak	1	3	2	3
Etkili(lik)	9	21	14	12
Etkinlik	16	70	37	14
Hedef	224	111	411	317
Hesap Verebilirlik	3	2	0	0
İnovasyon (Yenilik- Yenilikçilik)	6	8	6	6
İnsan Kaynakları	13	21	10	14
İzleme / Değerlendirme	25	65	48	38
Kalite / Toplam Kalite	6	40	17	9
Katılım (cılık)	11	16	30	105
Maliyetlendirme	0	3	0	0
Misyon	9	7	4	4
Öğrenen Organizasyon	0	0	0	0

Paydaş Analizi	1	4	0	0
Performans Analizi/ Performans Ölçümü	6	4	2	6
PEST(LE) Analizi	1	8	0	0
Stratejik Planlama	41	36	15	6
Stratejik Yönetim	10	2	4	9
Sürdürülebilirlik	10	32	16	18
SWOT (GZFT) Analizi	2	3	0	0
Şeffaflık (Saydamlık)	11	3	8	6
Verimlilik	4	15	6	5
Vizyon	17	12	6	7
Yönetişim	5	3	3	4

Tablo 5’te verilen Ordu belediyesi stratejik plan ve faaliyet raporları analizi incelendiğinde, tüm belgelerde amaç ve hedef kavramlarının en fazla kullanılan kavramlar olduğu, çevre analizi ve öğrenen organizasyon kavramlarının ise hiç kullanılmadığı, maliyetlendirme, paydaş analizi, GZFT ve hesap verebilirlik kavramlarının ise en az kullanılan kavramlar olduğu görülmektedir. Stratejik yönetim kapsamında önemli kavramlardan kabul edilmekte olan amaç, hedef, stratejik planlama, stratejik yönetim, şeffaflık (saydamlık) ve vizyon kavramları kullanımının 2015-2019 stratejik planına göre 2020-2024 stratejik planında azaldığı tespit edilmiştir. Buna karşılık yine önemli kavramlar olarak kabul edilen etkililik, etkinlik, verimlilik, toplam kalite ve sürdürülebilirlik kavramları kullanımının 2020-2024 stratejik planında arttığı görülmektedir. Faaliyet raporlarına bakıldığında ise hesap verebilirlik, PESTLE, GZFT, paydaş analizi, öğrenen organizasyon, maliyetlendirme, durum analizi ve çevre analizi kavramlarının faaliyet raporlarında yer almadığı tespit edilmiştir. Buna karşılık amaç, hedef ve katılımçılık kavramlarının faaliyet raporlarında en sık kullanılan kavramlar olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 6. Rize Belediyesi Stratejik Plan ve Faaliyet Raporları Analizi

*Rakamlar ilgili kavramın belge içerisinde kaç defa kullanıldığını göstermektedir.

Kavramlar	Stratejik Planlar		Faaliyet Raporları	
	2015-2019	2020-2024	2019	2020
Amaç	39	43	29	24
Bilim / Teknoloji(k)	28	33	6	8
Çevre Analizi	0	0	0	0
Durum Analizi	4	5	0	0
Etik/ Ahlak	1	1	0	0
Etkili(lik)	3	4	2	2
Etkinlik	20	25	3	4
Hedef	182	174	63	93
Hesap Verebilirlik	5	6	2	2

İnovasyon (Yenilik- Yenilikçilik)	12	16	2	2
İnsan Kaynakları	2	3	1	9
İzleme / Değerlendirme	10	12	7	4
Kalite / Toplam Kalite	35	38	6	8
Katılım (cılık)	20	22	13	12
Maliyetlendirme	0	0	0	0
Misyon	2	2	2	4
Öğrenen Organizasyon	0	0	0	0
Paydaş Analizi	2	2	0	0
Performans Analizi/ Performans Ölçümü	0	0	0	0
PEST(LE) Analizi	4	6	0	0
Stratejik Planlama	16	19	1	1
Stratejik Yönetim	2	3	0	0
Sürdürülebilirlik(lik)	45	49	4	8
SWOT (GZFT) Analizi	3	3	0	0
Şeffaflık (Saydamlık)	1	4	0	4
Verimlilik	8	14	1	5
Vizyon	2	2	2	3
Yönetişim	0	1	0	2

Tablo 6’da verilen Rize Belediyesi stratejik plan ve faaliyet raporları analizi incelendiğinde tüm belgelerde en fazla yer alan kavramın hedef kavramı olduğu görülmektedir. Ayrıca stratejik planlarda amaç, sürdürülebilirlik ve toplam kalite kavramlarının, diğer en fazla kullanılan kavramlar olduğu tespit edilmiştir. Yine stratejik planlarda çevre analizi, maliyetlendirme, öğrenen organizasyon ve performans analizi/ölçümü kavramlarına hiç yer verilmediği dikkat çekmektedir. Yönetişim kavramının, 2015-2019 stratejik planında yer verilmezken, bu kavram 2020-2024 stratejik planında 1 kez kullanılmıştır. Ayrıca misyon, vizyon ve paydaş analizi kavramları, her iki stratejik planda 2’şer kez kullanılmıştır. Faaliyet raporlarına bakıldığında ise hedef ve amaç kavramlarının en fazla kullanılan kavramlar olduğu, GZFT, PESTLE, performans analizi/ölçümü, paydaş analizi, öğrenen organizasyon, maliyetlendirme, etik, durum analizi ve çevre analizi kavramlarının ise hiç kullanılmadığı görülmektedir. Stratejik planlarda 40 üzeri sayıda tekrarlanan sürdürülebilirlik kavramının, 2019 faaliyet raporunda 4, 2020 faaliyet raporunda ise 8 defa kullanılmış olduğu dikkat çekmektedir. Buna ek olarak stratejik planlarda 15 üzeri tekrarlanan stratejik planlama kavramı, faaliyet raporlarında sadece 1’er defa almaktadır. Yine benzer olarak bilim/teknolojik kavramı, stratejik planlarda 20’den fazla kere yer alırken faaliyet raporlarında kullanımı 10’un altında kalmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Kamu sektörü uzun süredir daha verimli, etkin ve duyarlı olması açısından baskı altına alınmaktadır. Birçok kurum, özel kurumlarda kullanılan işletme yöntemlerinin, bu baskıyı kırmaya yardımcı olabileceğini düşünmeye başlamışlardır. Bu kapsamda, kamu kurumlarının iş dünyasından ödünç aldıkları araçlardan bir tanesi de stratejik yönetimdir. Stratejik yönetim; stratejik planlama, strateji uygulama yolları ve stratejik öğrenmeyi içeren kamu kuruluşları veya diğer kuruluşlar tarafından

strateji oluşturma ve uygulamayı bir araya getiren bir strateji oluşturma yaklaşımı olarak kabul edilmektedir. Stratejik yönetimin, kamu kuruluşlarının veya diğer kuruluşların önemli hedeflere ulaşmasına ve kamu değeri yaratmasına yardımcı olabileceği değerlendirilmektedir. Günümüzde özel teşebbüslerin uzun zamandır kullanmakta olduğu stratejik yönetim anlayışının, kamu kurum ve kuruluşlarında da kullanılması bir gereklilik durumuna gelmiştir.

Bu çalışmada Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (Türkiye İBBS) kapsamında TR90 Bölgesi olarak kabul edilen bölgede yer alan Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illeri belediyelerinin stratejik planları ve faaliyet raporları incelenerek, söz konusu belgelerde, stratejik yönetim ile ilgili kavramlara ne ölçüde yer verildiği tespit edilerek, belediyelerin stratejik yönetim kültürü ile ilgili değerlendirmeler yapılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, ilk olarak, belediyelerin stratejik plan ve faaliyetlerine, belediyelerin internet sayfalarından ve Kamuda Stratejik Yönetim (sp.gov.tr) internet sayfasından ulaşılmaya çalışılmış, fakat Gümüşhane Belediyesi ve Artvin Belediyesinin stratejik plan ve faaliyet raporlarına ulaşılamamıştır. Stratejik belgelerin, kamuya açık ve şeffaf bir şekilde açıklanması ilkesine zıtlık teşkil eden bu olay söz konusu iki belediye açısından olumsuz bir durum olarak değerlendirilmektedir. Buna karşılık Trabzon, Giresun, Ordu ve Rize belediyelerinin stratejik plan ve faaliyet raporlarına hem resmi internet sayfalarından hem de sp.gov.tr adresinden ulaşılabilmektedir.

Trabzon, Giresun, Ordu ve Rize belediyelerinin, stratejik plan ve faaliyet raporlarında, stratejik yönetim ile ilgili kavramlara yer verilme düzeyi farklılık göstermektedir. Araştırma kapsamında incelenen belgelerde dikkat çeken ortak nokta, stratejik planlarda ve faaliyet raporlarında en sık kullanılan kavramların “hedef” ve “amaç” kavramları olmasıdır. Buradan yola çıkarak, söz konusu belediyelerin, hedef ve amaçlara odaklanarak, bu konuya daha çok önem verdikleri söylenebilir. Ayrıca hedef ve amaç kavramları bu denli vurgulanırken performans ölçümü ya da değerlendirmesi kavramına Rize Belediyesi belgelerinde hiç yer verilmediği, Giresun ve Ordu belediyeleri belgelerinde ise çok az yer verildiği dikkat çekmektedir. Trabzon Belediyesinin stratejik planında, çok az değinilen performans ölçümü/değerlendirmesi kavramına, faaliyet raporlarında 100’den fazla yer verildiği görülmektedir. Hedef ve amaçlara ulaşıp ulaşılmadığının kontrol edilmesi amacıyla stratejik yönetim anlayışında önemli yere sahip olan performans ölçümü / değerlendirmesi kavramına, özellikle faaliyet raporlarında daha fazla yer verilmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Giresun Belediyesi, 2020-2024 stratejik planında, 2015-2019 stratejik planına göre stratejik yönetim kavramlarının kullanım oranının arttığı görülmüştür. Bu durum Giresun Belediyesinin stratejik yönetim anlayışında değişiklik olduğunu ve bu alanda gelişme kaydedildiğini ortaya koymaktadır. Rize Belediyesi stratejik plan ve faaliyet raporlarında, stratejik yönetimle ilgili kavramların diğer belediyelere göre daha az kullanıldığı, faaliyet raporlarında ise bu sayının daha da azaldığı tespit edilmiştir. Belgeler arasında önemli sayılabilecek bir gelişim gözlenmemesi sebebiyle Rize Belediyesinin, stratejik yönetime, diğer belediyelere oranla daha az önem verdiği değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak belediyelerin stratejik plan ve faaliyet raporlarında stratejik yönetim ile ilgili kavramlara yer verdiği ancak bu kullanımların sınırlı olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca bu sayı faaliyet raporlarında daha da düşmektedir. Bu durumdan yola çıkarak, belediyelerde tam bir stratejik yönetim kültürü oluşturulmadığı söylenebilir. Belediyelerin, stratejik plan ve faaliyet raporlarında, stratejik yönetim ile ilgili kavramlara daha fazla yer vermesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Özellikle stratejik yönetim açısından önem arz eden öğrenen organizasyon, GZFT, yönetişim, verimlilik, etkinlik, toplam kalite, çevre analizi, hesap verebilirlik, paydaş analizi gibi özel teşebbüslerde, uzun yıllardır kullanılan araç ve yöntemlerin, belediyeler tarafından daha fazla kullanılmaya başlanması ile belediyelerin daha etkin, verimli ve duyarlı bir işleyişe sahip olacağı değerlendirilmektedir. Bu kavramların, belediyelerin kurum kültürüne dâhil edilmesi ve stratejik yönetim kültürünün belediyelerde yerleşmesi ancak kurum personel ve yöneticilerinin bu konuda daha fazla bilinçlendirilmesi ile gerçekleşebilecektir. Bu amaçla, belediyelerin, personelleri ve yöneticilerine yönelik, stratejik yönetim kavram ve uygulamaları ile kuruma faydaları konusunda hizmet içi eğitimler düzenlemelerinin, faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca kurum personel ve yöneticilerine, stratejik yönetim kültürünün oturmuş olduğu yurtiçi ya da yurtdışında yer alan kurum/ kuruluşlarda işbaşı gözlem, staj ve seminer gibi imkânlar sağlanabilir.

Bu çalışmanın kısıtı, sınırlı bir bölgede, sadece belediyelerin hazırladıkları, ulaşılabilen belgelerin incelenmesi olarak görülmektedir. Bu kapsamda, bu alanda çalışma yapacak araştırmacıların, Türkiye’nin farklı bölgelerinde ve farklı kamu kurumlarında, karşılaştırmalı çalışmalar yapabilecekleri düşünülmektedir. Ayrıca belediyelerin ve diğer kamu kurumlarının, stratejik belgelerini hazırlayan kişilerle, derinlemesine yapılacak görüşmelerin, bu kurumların stratejik yönetim kültürüne ilişkin daha fazla bilgi verebileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Andrews, K. R. (1997). *The Concept of Corporate Strategy*. Irwin: Illinois.
- Ansoff, H. I. (1972). *Strategic Management*. London: Macmillan.
- Ansoff, H. I., Kiple, D., Lewis, A. O., Helm-Stevens, R., and Ansoff, R. (2018). *Implanting strategic management*. New York: Springer.
- Backoff, R., Wechsler, B., Crew, R. E. (1993). *The challenge of strategic management in local government*. *Public Administration Quarterly*, 127-144.
- Battarra, R., Gargiulo, C., Pappalardo, G., Boiano, D.A., Oliva, J.S., (2016). *Planning in the Era of Information and Communication Technologies. Discussing the “Label: Smart” in South-European Cities with Environmental and Socio-Economic Challenges*. *Cities*, 1-7.
- Bayraktar, E., Turan, E., Çetin, S. (2020). *Stratejik Yönetim Kültürü ve Belediyeler: TR82 Bölgesi Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme*. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 56-90.

- Berry, F. S., Wechsler, B. 1995. 'State Agencies' Experience with Strategic Planning: Findings from a National Survey', *Public Administration Review*, 55, 159–68.
- Blackerby, P. (1994). History of strategic planning. *Armed Forces Comptroller*, 39(1), 23–24.
- Bryson, J., George, B. (2020). *Strategic Management in Public Administration*. Oxford Research Encyclopedia of Politics. Retrieved from <https://oxfordre.com/politics/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-1396>.
- Choi, S., Holmberg, I., Löwstedt, J., Brommels, M. (2011). Executive management in radical change—The case of the Karolinska University Hospital merger. *Scandinavian Journal of Management*, 27, 11–23.
- De Lancer Julnes, P., Holzer, M., (2001). Promoting the Utilization of Performance Measures in Public Organizations: An Empirical Study of Factors Affecting Adoption and Implementation. *Public Administration Review*, 693-705.
- Dutra, L. X. C., Bustamante, R. H., Sporne, I., Putten, I., Dichmont, C. M., Ligtermoet, E., Sheaves, M., Deng, R. A., (2015). Organizational drivers that strengthen adaptive capacity in the coastal zone of Australia. *Ocean & Coastal Management*, 109, 64– 76.
- Folke, C., Pritchard, L., Berkes, F., Colding, J., Svedin, U., (2007). The problem of fit between ecosystems and institutions: ten years later. *Ecological Society*, 1-12.
- Ford, J. D., Smit, B., Wandel, J., (2006). Vulnerability to climate change in the Arctic: a case study from Arctic Bay. *Global Environmental Changes*, 145-160.
- Furrer, O., Thomas H., Goussevskaia A. (2008) The structure and evolution of the strategic management field: a content analysis of 26 years of strategic management research. *International Journal of Management Reviews* 10 (1), 1–23.
- Ginter, P. M., Duncan, W. J., Swayne, L. E. (2018). *The strategic management of health care organizations* 8th edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hintea, C. E., Hamlin, R. E., Hudrea, A. (2013). *Strategic Planning in Public Administration*. Bucharest: Tritonic.
- Hydle, K. M. (2015). Temporal and spatial dimensions of strategizing. *Organization Studies*, 36, 643–663.
- Issayev, T., Masalimova, A., Magzumova, R. (2018). SWOT-Analysis Of Professional-Personal Competence Of Economists In Medical Organizations. *Georgian Med News*. (276), 143-153.
- Johnsen, Å. (2016). Strategic planning and management in local government in Norway: Status after three decades. *Scandinavian Political Studies*, 39(4), 333-365.
- Ladner, A., (2016). Administrative Reforms in Swiss Municipalities over the Last Twenty Years – The End of New Public Management? *Lex Localis-Journal of Local Self- government*, 185-208.
- Mayring, P. (2004). Qualitative content analysis. *A companion to qualitative research*, 1(2), 159-176.
- Mitchell, D., Larson, S. E., Colantonio, C., Nguyen, C. (2018). Planning for change: Incorporating contextual implementation design into strategic planning. *State and Local Government Review*, 50(2), 110–118.
- Moore, M. H. (1995). *Creating Public Value: Strategic Management In Government*. Cambridge: Harvard University Press.
- Naschold, F., Daley, G. (1999). The strategic management challenge: Modernizing local government. Part two. *International Public Management Journal*, 2(1), 52-67.
- Poister, T. H., Streib, G. D. (1999). Strategic management in the public sector: Concepts, models, and processes. *Public Productivity & Management Review*, 308-325.
- Poister, T. H., Streib, G. (2005). Elements of strategic planning and management in municipal government: Status after two decades. *Public Administration Review*, 65(1), 45-56.
- Poister, T. H. (2010). The future of strategic planning in the public sector: Strategic management and performance. *Public Administration Review*, 70, 246–254.
- Porter, M. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review* 74(6) 61–78.
- Rylková, Ž. (2017). Municipal strategic management and performance. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, (11), 49-57.
- Sarsby, A. (2016). *SWOT analysis*. UK:Spectaris.
- Schein, E. H. (2017). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). San Fransisco:John Wiley & Sons.
- Schultz, M. 1995. *On studying organizational cultures*. New York: De Gruyter.
- Stocker, L., Kennedy, D., Kenchington, R., Merrick, K., (2012). Sustainable coastal management? *Sustainable Coastal Management and Climate Adaption*, 29 – 55.
- Tang, H., Huang, W., Ma, J., Liu, L. (2018). SWOT analysis and revelation in traditional Chinese medicine internationalization. *Chin Med*. 13(1), 1-9.
- Turan, E. (2015). *Kamu Yönetiminde Reform*. Konya: Palet Yayınları.
- Ülgen, H., Mirze, M.(2020). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Weiss, J. (2016). Trust as a key for strategic management? The relevance of council– administration relations for NPM-related reforms in German local governments. *Public Management Review*, 19(10), 1399–1414.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2017). *Strategic management and business policy* (Vol. 55). Boston: Pearson.
- Van Ravensway, J., Hamlin, R. (2015). Strategic planning in US municipalities, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*. Special Issue, 55-70.
- Vinzant, D. H., Vinzant, J. C. (1996). Strategy and organizational capacity: Finding a fit. *Public Productivity & Management Review*, 139-157.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

URL: <https://www.giresun.bel.tr/faaliyet-raporlari>

URL: <https://www.giresun.bel.tr/profil-kategori/giresun-belediyesi-stratejik-plan>

URL: https://www.trabzon.bel.tr/uploads/FCK_SAYFALAR/4457.pdf

URL: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4351#>

URL: <https://www.ordu.bel.tr/Kurumsal/Plan-Program-Raporlar/12>

URL: <http://www.rize.bel.tr/raporlar-ve-planlar/stratejik>

URL: <http://www.rize.bel.tr/raporlar-ve-planlar/faaliyet>

Siyasal Hayattan Örneklerle Türkiye’de Yeni Medyanın Gücü

The Power of New Media in Turkey with Examples from Political Life

Eda AKGÜL ARSLAN *

* Öğretim Görevlisi, Kafkas Üniversitesi, Susuz Meslek Yüksekokulu, eda.akgul@kafkas.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9037-4644

Öz

İnsanlar var olduğundan beri iletişim halindedirler. Aslında bu bir tercih değil insan doğasının bir gereğidir. İnsanlar birbiriyle çeşitli iletişim araçlarıyla etkileşim kurarlar bu araçlara genel anlamda medya denilmektedir.

Türk siyasi hayatı içinde medya eskiden beri varlığını sürdürmekte ve oldukça etkili olmaktadır. Yeni medyanın ortaya çıkmasından önce sıklıkla yazılı medya araçlarından gazete, dergi ve kitap kullanılmakta iken teknolojik gelişmelerle birlikte radyo ve televizyon ön plana çıkmıştır. İnternetin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte ise yeni medya araçları ortaya çıkmış ve yakın dönemde genç- yaşlı herkes tarafından kullanılmaktadır.

Görülmektedir ki medya, haber alıp verme, kitleleri bilgilendirme, tanıtma ve benzeri özellikleri dolayısıyla siyasilerin ilgi odağıdır. Siyasiler, vermek istedikleri mesajları medya sayesinde hem daha geniş kitlelere ve hem de her kesimden insana oldukça hızlı bir şekilde ulaştırabilmektedir. Yeni medya araçlarının gelişmesiyle birlikte Türkiye’de siyasiler tarafından siyasi amaçlarla kullanıldığına dair birçok örnek mevcuttur. Bu sebeplerdir ki medya ve siyaset sıkı bir ilişki içindedir ve siyasiler için güçlü bir araçtır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Yeni Medya, Siyaset, Siyasal İletişim.

Abstract

They have been in communication since humans existed. In fact, this is not a choice, but a necessity by human nature. People interact with each other through various means of communication, these tools are called media in general.

In Turkish political life, the media has existed and been effective for a long time. Before the emergence of the new media, newspapers, magazines and books were frequently used as written media, but with the technological developments, radio and television became effective. With the beginning of the use of the Internet, new media tools have emerged and are used by everyone, young and old.

It is seen that the media is in the center of attention of politicians due to its features such as giving and receiving news, informing and promoting the masses and similar features. Thanks to the media, politicians can convey the messages they want to convey to wider masses and people from all walks of life, very quickly. With the development of new media tools, there are many examples of their use by politicians for political purposes in Turkey. For this reason, the media and politics are in a close relationship and are a powerful tool for politicians.

Keywords: The Media, New Media, Politics, Political Communication.

Giriş

Bireylerin topluluk halinde yaşama ihtiyacı, beraberinde iletişim kurma ihtiyacını getirmiştir. İnsanlar doğası gereği bir arada ve iletişim halindedir. İletişim, ilk zamanlar yüz yüze (sözlü olarak) kurulurken yazının icadıyla birlikte yazılı iletişim ortaya çıkmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte ise iletişim teknolojileri gelişmiş ve çeşitlenmiştir. İnsanlar önce gazete, dergi, telgraf, telefon, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya olarak tabir edilen araçlarla ve yeni teknolojik gelişmelerin paralelinde yeni medya olarak tabir edilen bilgisayar, internet, cep telefonu, dijital televizyon ve sosyal medya ile tanışmıştır.

Siyaset kavramı devletin ortaya çıkışı kadar eskidir. Medya ve siyaset de her daim birbirleriyle sıkı ilişki içinde olmuşlardır. Gerek geleneksel medya gerek de yeni medya ortaya çıktığı dönemlerde geniş kitlelere ulaşabilme, kitleleri etkileyebilme, tanıtım aracı olabilme ve denetim yapabilme gibi özellikleri dolayısıyla siyasilerin ilgisini çekmiştir. Yeni medya araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte geleneksel medya araçları önemini tamamen yitirmese de ikame edilebilir hâle gelmiştir. Yeni medya araçları gelişinden itibaren hemen herkesin kullandığı iletişim araçları halini almıştır. Bilgiye istenilen zamanda, mekânda ve az maliyetle ulaşma imkânı sağlaması sebebiyle hem siyasal katılımda etkili olmuş hem de siyaseti takip etme yolu olarak halk tarafından kullanılmıştır.

Bu çalışmada öncelikle medya ve siyaset kavramları kısaca açıklanmış, medyanın ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi ile Türkiye’deki gelişimine yer verilmiştir. Geleneksel ve yeni medya arasındaki farklılıklardan da bahsedilerek yeni medyanın siyasetle olan ilişkisi Türkiye örnekleri incelenerek çıkarımlarda bulunulmuştur. Çalışmada, kavramsal açıklamalar açısından yerli ve yabancı kaynaklar taranmış, yeni medya ve siyaset ilişkisi noktasında ise yeni medyanın ortaya çıkışından itibaren Türk siyasal hayatı taranmış ve örneklerle yer verilmiştir. Çalışma betimleyici ve tarihsel yöntem kullanılarak hazırlanmıştır.

Çalışmanın amacı Türkiye siyasetinden güncel örneklerle yeni medya ile siyaset ilişkisini somutlaştırarak ortaya koymak ve yeni medya araçlarının bu noktada geleneksel medyaya oranla ne kadar etkin olduğunu göstermektir. Bu çalışma hazırlanırken yeni medya ve siyaset ilişkisinin Türkiye örnekleri üzerinden değerlendirilmesine yönelik literatürde eksiklik olmasından yola çıkılmış ve bu eksikliğin giderilmesine katkı sağlamaya çalışılmıştır.

Medya ve Siyaset Kavramları

Siyaset kavramı üzerine birçok tanımlama yapılabilmektedir. En kısa ve en yaygın tanım ise devleti yönetme sanatı olduğudur. Çünkü politika kelimesi köken olarak Yunanca kent/devlet anlamına gelen “polis” kelimesinden türemiştir (Taşkın, 2020: 25). Siyaset, toplumu düzenlemek için genel kurallar koymak, bunların varlığını korumak ve gerektiğinde değişiklik yapmak gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Siyasetle ilgili bir başka görüş, toplumdaki insanlar arasında bir mücadele, bir çatışma ve kavga olduğu ve bu çatışmanın hedefinin iktidarın ele geçirilmesine yönelik olduğudur (Kapani, 2020: 23). Bu görüşe karşıt nitelikte başka tanıma göre ise siyaset, ortak ve yararlı bir toplum düzeni kurma çabasıdır (Kapani, 2020:24). Heywood’a göre ise siyaset, insanların kendilerinin de uyacağı genel kuralları koyduğu, bunları koruyup değiştirebildiği eylemsel faaliyettir (Heywood, 2014: 28).

Medya, İngilizcede “araçlara” -özellikle basın ve yayın araçlarına- karşılık gelen “media” sözcüğünden türemiştir. Bu sözcük köken olarak ise Latince “medium” yani “aradaki şey, araç” sözcüğünden gelmektedir (Tozlu, 2007: 53). Genel kullanımda ise kitlelerin birbiri ile iletişimini sağlayan gazete, dergi, radyo, televizyon ve internet gibi yazılı ve görsel iletişim araçlarının ortak adını ifade etmektedir. Bir başka ifade ile medya, bilgilerin depolanması, aktarılması ve siyasi pratiklerin güncellenmesi olmak üzere üç temel işleve sahip tüm iletişim araçlarıdır (Barbier, 2001:7). Bilgilerin saklanması durumu aslında geçmişin belgesi ve insanlığın hafızası olmak gibi kıymetli bir özelliği ortaya çıkarmaktadır. Bu işlev aynı zamanda saklanan bilgilerin başkalarına iletilmesini de içinde barındırmaktadır. Bilgiler, hem mesafeler ortadan kaldırılarak hem de zaman tasarrufu yapılarak aktarım sürecine girebilirler. Bu aktarım, uzak insanlar arasında veya nesiller arasında olabilmektedir. Son olarak medya bilgi birikimi ve aktarımı sayesinde toplumsal hayatta yaşanmış olayları güncel olarak takip edilebilmektedir. Tabii ki burada geleneksel medya ile yeni medyanın bu işlevi ne kadar yerine getirebildikleri noktasında farklılıkları bulunmaktadır. “Söz uçar yazı kalır” şeklinde genel bir görüş olmasına rağmen artık yazının hangi medya aracında kullanıldığı burada önem arz etmektedir. Örneğin basılmış bir gazetede bir bilgi o tarihte nasıl aktarılmışsa yıllar sonra o gazeteyi eline alan içinde de aynı şekilde aktarılabilir. Çünkü basılmış bir gazetede değişiklik ya da düzeltme yapılabilmesi için ancak basılan başka bir gazetede, o gazetenin künyesi verilerek mümkün olabilmektedir. Oysa sosyal medyadaki bir yazı veya haber kısa bir süre sonra bile paylaşan kişi tarafından silinebilir ya da değiştirilebilir.

Medya ve Siyaset İlişkisi

Medya, mesaj ve bilgilerin saklanması, iletilmesi ve hem kültürel hem de siyasi bakımdan bilgilerin güncellenmesi gibi temel işlevlere sahip tüm iletişim sistemleridir (Barbier, 2001:7). İletişim ise Türk Dil Kurumu sözlüğünde “Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim.” şeklinde tanımlanmıştır (İletişim, 2011). İletişim kavramı, Latince Communicatio kelimesine ve batı dillerindeki Communication kelimesine karşılık gelmektedir (Bostancı, 2015: 16). İletişim, en genel ifadeyle canlılar arasındaki karşılıklı algılama sürecidir ki bu süreç hayvan ve bitki iletişiminde de içine almaktadır. Dar anlamda ise insanların birbirleriyle olan etkileşim sürecidir (Gökçe, 2002: 7). Ancak iletişim bir endüstriye dönüşmüş durumdadır. Ekonomik gücü elinde bulunduranlar, iletişim araçlarını da elinde bulundurmak istemektedir. Çünkü kitle iletişim araçlarının haber alıp verme dışında toplumsallaştırma, eğlendirme, eğitime, tanıtım/reklam, kültürel katkı, denetim/kamuoyu oluşturma gibi birçok işlevi bulunmaktadır (Tozlu, 2007: 65-66). Ancak

medyanın gücünden yararlanmak isteyenler sadece ekonomik gücü elinde bulunduranlar değildir. Siyasiler de medyanın gücünü fark etmiş ve bu araçları kullanmaya başlamışlardır. Bu sebeple medya ve siyaset birbirinden farklı kavramlar olmasına rağmen aynı zamanda birbiri ile sıkı ilişki içinde olan ve birbirlerini besleyen iki mecradır. Bu noktada açıklanması gereken bir kavram da İkinci Dünya savaşı sonrasında ortaya çıkmış ve yaygın olarak kullanılmaya başlanmış olan siyasal iletişim kavramıdır (Demir, 2018: 89).

Siyasal iletişim “siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını ve politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları” şeklinde tanımlanabilir (Aziz, 2021: 3). Bir başka ifadeyle siyasal iletişim, siyasi aktörlerin belirledikleri hedeflere ulaşmak için geliştirilen tüm iletişim biçimleridir (Mcnaur, 2011:45’den aktaran Bostancı, 2015: 18). Yani siyasi aktörlerin amaçlarına ulaşabilmek için geliştirdikleri, seçmenler ve diğer siyasi aktörlere yönelik iletişim yoludur. Siyasal iletişim, ilk çağlardan beri var olmakla birlikte süreç içerisinde değişikliğe uğramıştır. Hem yeni siyasi aktörler ortaya çıkmış hem yeni siyasal mesajlar üretilmiş hem de mesajların iletiminde kullanılan araçlar değişmiştir (Aziz, 2021: 4). Bu değişiklik, medyanın durağan bir yapıda olmadığını sürekli bir ilerleme, gelişme hali içinde olduğunu göstermektedir. Siyasal iletişimde bahsedilen aktörler: devlet başkanı, hükümet, siyasi parti mensupları, milletvekilleri, yerel yönetimdeki otoriteler, ordu, sivil toplum örgütleri, baskı grupları, sivil itaatsizlik eyleminde bulunanlar ve terör gruplarıdır. Siyasi aktörlerin iletişim kurmayı hedeflediği kitle ise halktır (Aziz, 2021: 21- 43). Bir tarafta halk diğer tarafta siyasilerin olduğu ve bunların sürekli iletişim halinde oldukları düşünüldüğünde medya ve siyasetin iç içe olduğu açıkça görülmektedir.

Medya ve siyaset açısından altı çizilmesi gereken bir konu da medyanın denetim işlevinin olmasıdır ki bu noktada medyanın yasama, yürütme ve yargıdan sonra denetim işleviyle demokrasinin 4. erki olduğu düşünülmektedir (Dutton, 2009: 1’den aktaran Erdoğan, 2003: 177). Medya, yoğun olarak seçim dönemlerinde kullanılsa da sadece seçim zamanlarında başvurulacak bir araç değildir. Seçimden sonra da hem geleneksel hem de yeni medya gerek siyasiler gerek kurumlar gerek de bireyler tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Bu süreçte siyasilerin verdiği sözler, ettiği vaatler, icraatları ve söylemleri medya tarafından sıkı bir şekilde takip edilir ve yine medya kuruluşları aracılığı ile dile getirilir yani denetlenir. Yeni medyanın sağladığı kolaylıkla bireyler de kendi sosyal medya hesaplarında denetim işlevini gerçekleştirir. Sonuç olarak medya ve siyasetin hem kurumsal hem de bireysel bağlamda iç içe olduğunu söylemek mümkündür.

Medyanın Tarihsel Gelişimi

İnsan doğası gereği toplum halinde yaşamaya uygundur ki ünlü düşünür Aristoteles (1993: 9) bunu “insan sosyal bir hayvandır” sözüyle ifade etmiştir. Bunun sonucu olarak insanların buldukları topluluk içinde birbirleriyle ve diğer topluluklarla iletişim halinde olması gerekmektedir. Bu amaçla çeşitli iletişim yolları geliştirmişlerdir. Yazıdan önce insanlar arasındaki en temel iletişim yolu yüz yüze iletişim (sözlü iletişim) olmuştur. Dolayısıyla iletişimin insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir.

Yazının icadı ile sözlü iletişime yazılı iletişimin eklenmesi iletişim açısından bir dönüm noktası olmuştur. Medyanın iletişim araçlarını ifade etmesi ve yazının da bir iletişim aracı olması sebebiyle medyanın tarihi, yazının icadına kadar götürülebilir. Ama günümüz anlamındaki medyanın başlangıç noktası 15. yüzyılın ortasında Gutenberg tarafından bugünkü anlamda matbaanın icat edilmesiyle başlamış kabul edilebilir. Matbaanın icadından önce kitapların üretimi oldukça zor ve fiyatları çok pahalı olduğundan okur-yazar kesimi çoğunlukla zenginler oluşturmuştur. Matbaanın icadından sonra ise gazetenin bir kitle iletişim aracı haline gelmesi ancak 17. yüzyılda mümkün olmuştur (Üngör, 2020: 384). Süreli haber doğrultusunda gazetenin ortaya çıkışı her ne kadar 16. yüzyılın sonlarında gerçekleşmiş olsa da modern anlamda gazetenin ortaya çıkışı 17. yüzyılın ilk çeyreğinde olmuştur. 19. yüzyılda İngiltere’deki Sanayi Devrimi ile birlikte yaşanan teknolojik gelişmeler ışığında telgrafın ve fotoğraf makinesinin kullanımı uzak coğrafyalardan haber ve bilgi alma imkânı sağlamıştır ki bu durum medyanın gelişimine elektronik iletişimin dâhil olması açısından oldukça önemlidir. 20. yüzyılda ise radyo, sinema ve televizyon gibi işitsel ve görsel medya araçlarındaki gelişmeler modern hayatın vazgeçilmezleri olmuştur. Bu dönem aynı zamanda, medyanın devletlerin bir ikna aracı olarak kullanıldığı ve devletlerin kontrolünde olduğu bir dönem olmuştur (Üngör, 2020:385).

İnternet, 1900’lü yılların ortasında Soğuk Savaş döneminde ABD’de Savunma Bakanlığı’nın araştırmalarını desteklemek için oluşturulan bir projedir. Olası bir nükleer savaş durumunda var olan iletişim yollarının kesilmesi durumunda iletişimin devamlılığını sağlamak amacıyla kurulmuştur. Başarılı olunca önce üniversitelerin sonra da ticari kuruluşların kullanımıyla büyümüş gelişmiş ve “İnternet” adını almıştır (Gönenç, 2003: 88-89). İnternetin en yaygın kullanımı küresel multimedya kütüphanesi olan World Wide Web (www)’tir. Bu uygulamayı Britanyalı yazılım mühendisi olan Tim Berners - Loe bulmuştur. Bu uygulama genellikle bir siteye giriş ya da bilgiye ulaşmak amacıyla kullanılmaktadır (Giddens ve Sutton, 2016: 789). İnternet kullanımı, başlangıçta kurumlar ve işyerlerinde mümkün olabilmiş daha sonra kişisel ev interneti kullanımları yaygınlaşmaya başlamıştır. Böylece internet kullanımı hızlıca artmıştır. Buna paralel olarak bilgisayarlarda başlangıçta hesap makinesi niteliğinde ve odaları dolduracak büyüklükte iken gelişerek masaüstünde kullanılan, daha sonra da elde taşınabilen araçlar haline gelmiştir (Sığırcı, 2021). 21. yüzyılda internetin icadı ve yaygın kullanımı kitle iletişim araçları açısından önemli bir dönüm noktası olmuş ve yeni medya araçları ortaya çıkmıştır.

Medya araçlarından gazete, radyo ve televizyon kronolojik olarak internetten önce kullanılmaya başlamış ama internetin kullanımından hem olumlu hem olumsuz açıdan etkilenmişlerdir. Televizyon 20. yüzyılın başlarında icat edilmiş ve 1940 yılından itibaren yaygınlık kazanmıştır. 1950’lerde ise renkli televizyon teknolojisi ile tanışılmıştır (Giddens ve Sutton, 2016: 787). Televizyon, ses ve görüntü aktarımı sağladığı için zamanla hemen her evde olan demirbaşlardan biri haline gelmiştir. İnternet ve bilgisayardaki gelişmelerle birlikte televizyonlar da yenilenmiş büyük ve tüplü televizyonların yerini daha ince, kablolu ya da kablosuz olarak internete bağlanabilen daha fonksiyonlu televizyonlar almıştır. Televizyon, hâlâ her evde bulunan

bir eşya olma özelliğini korumaktadır. Ama çağımızda gerek haber kanalları gerek de diğer televizyon programları internet aracılığıyla bilgisayardan hatta telefondan kolaylıkla ve istenilen zamanda izlenebildiği için bu noktada yoğun olarak yeni medya araçları tercih edilir durumdadır. Esasında televizyon her evde bulunan ama ikâme edilebilen bir araç konumundadır.

Yazılı ve işitsel medya da internetin gelişinden tıpkı televizyon gibi etkilenmiştir. Haberlerin gazeteden ya da radyodan takip edilmesi yerine haber sitelerinin takip edilmesi ve somut olarak gazete, dergi ya da kitap alıp okumanın yerine çevrimiçi gazete, dergi, kitap okuma kültürü yaygınlaşmıştır. Bu durum geleneksel anlamda yazılı medyaya olan talebi arka planda bırakmıştır. Radyonun da benzer şekilde internet vasıtasıyla bilgisayar ve telefon gibi araçlarla kullanımı yaygınlaşmıştır.

Türkiye’de Medyanın Gelişim Süreci

Türkiye, cumhuriyetin ilanıyla kurulmuştur. Ancak Osmanlı Devleti’nin son döneminden başlayarak günümüze uzanan politik ve toplumsal süreç, tümüyle ele alınırsa bazı gelişmeler daha doğru değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda medyanın ortaya çıkışına ve gelişimine bu süreç çerçevesinde bakılması doğru olacaktır.

Türkiye’de medyanın gelişimi yazılı iletişim araçları açısından matbaanın gelişimiyle başlatılabilir. Matbaa, Avrupa’da Johannes Gutenberg tarafından 1440’lı yıllarda icat edilmesinden yaklaşık 300 yıl sonra Türkiye’ye ulaşmıştır. Aslında 1493 ve 1494 yıllarında Osmanlı’da matbaa kurulmuş ama bunlar yabancıların elinde olmuştur. Ayrıca 18. yüzyılın başlarına kadar matbaada Türkçe basım yasaktır. 1721’de Paris’e büyükelçi olarak giden 28. Çelebi Mehmed’in yanında giden oğlu Said Çelebi Fransa’da kaldığı süre boyunca matbaaya ilgi duymuş ve döndükten sonra Türkiye’de bir matbaa kurulması konusunda öncü olmuştur. İbrahim müteferrika ile beraber nihayet 1727’de ilk Türkçe eser basan matbaayı kurmuşlardır (Lewis, 2021:71-72). Matbaanın kurulması gazetenin çıkarılmasına zemin hazırlamıştır. Ama yine çıkarılan ilk gazeteler yabancılar tarafından ve yabancı dilde basılan gazeteler olmuştur. Türkiye’de çıkarılan ilk Türkçe gazete 1831 yılında II. Mahmut’un desteğiyle çıkarılan Takvim-i Vekâyi ile mümkün olmuştur. Ondan önce 1828’de Mehmet Ali Paşa tarafından Mısır’da çıkarılan Vakâyi- i Mısriye, yine Mehmet Ali paşa tarafından 1831’de Giritte Vakayi-i Giridiye gazeteleri çıkarılmıştır (Demir, 2007:79). Bu iki gazete Türkçe-Arapça çıkarıldığı için ilk Türkçe gazete Takvim-i Vekâyi kabul edilmektedir. İlk Türkçe gazeteden 9 yıl sonra 1840’ta William Churchill tarafından ilk özel gazete olan Ceride-i Havadis çıkarılmaya başlamıştır (Demir, 2007:82).

Gazeteciliğin başlamasından kısa süre sonra dergicilik faaliyetleri de başlamış ve gelişmiştir. 1849-1851 yılları arasında çıkarılan Vaka-i Tıbbiye Dergisi, bilinen ilk Türkçe dergidir. 1862-69 yılları arasında ise Münif Paşa tarafında kurulan Cemiyet-i İlmîyeyi Osmaniye’nin yayın organı niteliğindeki Mecmua-i Fünun dergisinin yayın hayatı olmuştur. Ancak 1865 kolera salgını dolayısıyla yazar kadrosu dağılmıştır. Sonrasında toparlanmış ve aralıklı olarak toplamda 3 kez yayın hayatı olmuştur. 1883’te ise dönemin sansür uygulaması sebebiyle kapatılmıştır (Toprak, 1984: 13-14). Bu dergiye rakip olarak Mecmua-i İbritleme dergisi çıkarılmıştır. Yine aynı dönemlerde birçok dergi çıkmış ama uzun ömürlü olamamışlardır. İlk resimli Türk dergisi 1862 yılında Mustafa Refik tarafından çıkarılan Mir’ at dergisi olmuştur. 1863’te ilk müzik dergisi, 1864’te ilk askeri nitelikli dergi, 1869’da ise ilk çocuk dergisi ve yine 1869’da ilk mizah dergisi yayımlanmıştır (Yapar Gönenç, 2007: 64). Dergi ve gazeteler yeni medya araçlarına kadar etkili iletişim aracı olarak kullanılmışlardır. Bu araçlar dönemlerinin siyasi durumunu hep yakından takip etmiş ve aktarım sürecinde baş aktör olmuşlardır. Seçimler, siyasi çatışmalar, darbeler ve toplumsal olaylarda bazıları destekçi bazıları da muhalif tutumlar sergilemiş ve siyasi durumlardan hem etkilenen hem de siyasi olayları etkileyen olarak faaliyet göstermişlerdir.

Radyonun Türkiye’ye gelişi 1920’lerde amatör radyoculuk şeklinde olmuştur. Kurtuluş Savaşı döneminde haberleşmenin önemini anlaşılmasıyla birlikte bu konudaki eksiklik fark edilmiştir. Bu eksiklik öncelikle telsiz telgrafla giderilmeye çalışılmış ve bu konuda bazı adımlar atılmıştır. Daha sonra oluşturulan bu alt yapı radyo yayıncılığında kullanılmıştır (Kocabaşoğlu, 2010: 33-36). 6 Mayıs 1927’de ise Sirkeci’deki posta binasından ilk radyo anonsu yapılmıştır. Tabi ki o sıralarda radyo alıcısı olmadığı için ilk anons hoparlörlerle yapılmıştır (Sonuşen, 2016). Zamanla radyoculuk gelişmiş ve radyo istasyonları ve birçok radyo kanalı kurulmuştur. Radyo, dönemine göre iletişime yeni bir soluk getirmiştir. Birisinin sesi aynı anda birçok yerden duyulabiliyordur. Dolayısıyla oldukça ilgi görmüş evlerin en güzel köşesine konulmuştur. Ama televizyonun icadı radyoyu tahtından indirmiştir. Çünkü televizyon ses aktarımını görselle destekleyen bir araç olarak ortaya çıkmıştır. Ama televizyona kadar geçen süre içinde radyonun kitleleri belli fikirlere yöneltebilme kabiliyeti siyasilerin ilgisini çekmiştir. Türkiye’de tek parti döneminde hükümetin yayın organı olarak faaliyet gösteren radyo, çok partili hayata geçiş ile birlikte muhalefetin de kullanımına açık olması gerektiği konusunda tartışmaların odak noktası olmuştur (Ersarı, 2015:393).

Televizyonun kullanımından önce görsel iletişimi sinema sağlamıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısında sinemanın ilk örnekleri görülmüştür. Bilinen ilk film 1905’te İstanbul’da çekilmiştir. Takip eden yıllarda 1909, 1911, 1913 ve 1914’te çekilen filmler de ilkler arasında yerini almaktadır. Milli mücadele yıllarında yine Kurtuluş Savaşını konu alan birkaç film çekilmiştir. (Önder ve Baydemir, 2005: 117-119) Sonraki süreçte gelişerek ve çeşitlenerek varlığını korumuştur.

Türkiye’de televizyonun yayın hayatı, İstanbul Teknik Üniversitesi’nin (İTÜ) 1952 yılında kendi bünyesinde yaptığı yayın ile başlamıştır (Sevin, 2018). 1963 yılında TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu) kurulmuş ve yayın yapma yetkisi 2 Ocak 1964’te çıkarılan “Radyo Televizyon Kurumu Kanunu” ile TRT’ye devredilmiştir. 31 Ocak 1968’de Ankara’da yapılan deneme yayını ile Türkiye’nin ilk televizyon yayını gerçekleşmiştir. İlk yayınlar siyah beyaz olarak yapılmıştır. 31 Aralık 1981 tarihinden itibaren renklenmeye başlayarak 1984 yılında tamamen renkli yayına geçilmiştir (Gündüz, 2019).

Türkiye’nin internetle tanışması ise 1991 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumunun (TÜBİTAK’ın) çalışmaları ile mümkün olmuştur. 12 Nisan 1993 tarihinde Posta ve Telgraf Teşkilatı (PTT) üzerinden sağlanan 64 Kbps (kilobit per second) kapasiteye sahip hat kullanılarak Türkiye’deki ilk internet bağlantısı

kurulmuştur. 1994-96 yılları arasında ODTÜ’den sonra Bilkent, Boğaziçi, Ege ve İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) gibi büyük üniversiteler de internet kullanılmaya başlamıştır. 1994 yılında Merkez Bankasının kullanımı ile kurumlarda da kullanılmaya başlamış ve 96 yılının sonunda artık hanelere yani daha geniş kitlelere ulaşmıştır (Cemalioğlu, 2020). İnternet, icadından günümüze kadar yaygınlaşmış ve eğitim, sağlık, ticaret, bankacılık, reklam, haber, dizi, sinema, devlet işleri gibi hemen her alanda kullanılabilir bir araç haline gelmiştir. İnternetin kesildiği zamanlarda insanların içine düştüğü durum düşünüldüğünde internetin olmadığı bir dünyanın düşünülemez olduğu söylenebilir. Türkiye’de internetin kullanımı ile alakalı olarak Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) 2020 yılı için internete erişim imkânına sahip hanelerin oranının % 90,7 olduğunu ve bu oranın 2021’de % 92,0 olduğunu açıklamıştır. Bu oran 2011 yılında ise % 45 olarak saptanmıştır. Yine TUIK verilerine göre, bireylerin (16-74 yaş arası) internet kullanımını 2020 yılında % 79 iken bir yıl sonra % 82,6 olduğu görülmüştür. 2011 yılında ise bu oran % 42,9 idi. Cinsiyet bazında bakıldığında ise internet kullanım oranı erkeklerde % 87,7 ve kadınlarda % 77,5 şeklinde olmuştur (Türkiye İstatistik Kurumu, 26.08.2021). TUIK verilerinden de anlaşılacağı üzere son 10 yıllık süreçte internet daha da yaygınlaşmıştır ve her geçen yıl daha da yaygınlaşmaktadır. 2019 yılı sonunda ortaya çıkan ve dünyayı etkileyen Korona Virüs (covid-19) bulaşıcılığının yüksekliği nedeniyle Dünya’da ve Türkiye’de insanların sosyal ve çalışma hayatlarında birçok kısıtlamaya sebep olmuştur. Çalışanların çoğu evden çalışmaya, öğrencilerin hemen hepsi (uygulamalıları hariç) uzaktan eğitime geçmiştir. Mahkemeler bir dönem sadece görüntülü olarak yapılabilmiş hatta yine siyasiler uluslararası görüşmelerini bile yüz yüze yapamamışlardır. Bu süreçte hayatın olağan seyrinin kısmen de olsa devam etmesini sağlayan internet olmuştur. Sonuç olarak yaşanan bu salgının 2020 ve 2021 yıllarındaki internet kullanımının artmasında etkili olduğu söylenebilir.

Yeni Medya Kavramı

Yeni medya kavramı bilgi ve iletişim üzerine yapılan araştırmalar sonucu 1970’lerde ortaya atılmış bir kavramdır (Thompson, 1995: 23). Ancak, herkesin anladığı gibi yorumlaması sebebiyle çok kullanılan ama tam olarak bilinmeyen bir kavramdır.

Yeni medya kavramı açıklanırken genellikle eski medya ifadesiyle ilişkilendirilmektedir. Ancak eski medya ve yeni medya zıtlığı üzerinden değil de geleneksel medya ifadesi kullanılarak açıklanmasının daha doğru olduğu söylenmektedir. Çünkü yeni medya, etkileşimli ve çevrimiçi sayısal veriler üzerine kurulmuştur (Gökçe: 9).

Poster ise iletişim araçlarının geçirdiği süreci ikili bir ayrıma tabi tutarak yeni medya kavramını ele almıştır. Tek yönlü iletişimin söz konusu olduğu ve geleneksel medya olarak tabir edilen döneme 1. Medya Çağı, çift yönlü iletişimin söz konusu olduğu ve yeni medya olarak tabir edilen döneme ise 2. Medya Çağı demiştir (Poster, 1995: 3-4’den aktaran Kırık, 2017: 234).

Gazete, dergi, kitap, radyo, telgraf, mektup, telefon gibi iletişim araçları geleneksel medya olarak nitelendirilmektedir (Çağlar, Köklü, 2017: 150). Bu araçların teknolojik gelişmeler ışığında değişip dönüşmesiyle ortaya çıkan ya da yeni geliştirilen araçlar ise yeni medya olarak kabul edilebilir. Genel ifadeyle yeni medya, gelişen teknoloji ile beraber ortaya çıkan yeni iletişim araçlarını ifade etmektedir. Bunlar: cep telefonu, dijital televizyon, bilgisayar ve internetin kullanımıyla birlikte gelişen e-posta, e-gazete, e-kitap, internetin kullanımı sağlayan akıllı cep telefonları, tabletler, çevrimiçi eğitimler, haber siteleri, dizi ve film izleme siteleridir.

Yeni medya denildiğinde akla internet, tv ve telefon gibi dijital eşyalar geldiğinden dolayı bu kavramın yerine “dijital medya” kavramının da kullanılabilirliği düşünülmektedir. Ancak bu pek doğru olmamaktadır. Dijital medya ifadesinin sadece eski (analog) medyanın gelişmiş hali olan araçları kapsadığı bu sebeple kapsamının dar olduğu, yeni medya kavramının ise yeni medya araçlarının tümünü kapsadığı için daha geniş kapsamlı olduğu düşünülmektedir (Lister vd, 2009: 12). Bu bakımdan dijital medya, internet, bilgisayar gibi kavramları karşılayamaz. O halde bunlar için yeni medya ifadesinin kullanılması daha uygun bulunmaktadır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte bir de sosyal medya kavramı ortaya çıkmıştır ki Google, Wikipedia, Pinterest, Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, Whatsapp, Youtube gibi sosyal medya uygulamaları yeni medyanın birer parçasıdır ve kısa sürede neredeyse tüm bireyler ve kurumlar tarafından kullanılan araçlar haline almışlardır. Yeni medya olarak ifade edilen tüm bu araçların ortak noktası ise esasen internettir. Yeni medya araçlarının kullanıcıları olarak internet olmadan bu araçların iletişimde kullanılmasının pek mümkün olmadığı söylenebilir. Dolayısıyla geleneksel medya ile yeni medya ayrımının yapılabilmesindeki ayrım noktası internet olmaktadır. Bu sebeple yeni medya için, iletişim kurma ve bilgiye erişme konusunda internetle beraber gelen kolaylık ve hızın farklı araçlarla ve sosyal paylaşım mecraları ile hayata yerleşmesi olduğu söylenebilir.

Yeni medyanın temeli olan internet, hemen her alanda kullanılan ve yokluğunda iletişim sisteminin aksadığı bir yenilik olarak insanların hayatında yer edinmiştir ve diğer yenilikleri de beraberinde getirmiştir. İnternet, iletişim açısından esasen amaçta bir değişikliğe değil kullanılacak araç tercihiyle değişikliğe sebep olmuştur. Örneğin ulusal ve uluslararası siyasi haberlere ulaşma ihtiyacında büyük ölçüde bir değişiklik yoktur. Sadece daha öncesinde gazeteden, radyodan veya televizyondan bu ihtiyaç karşılanırken yerini internet üzerinden dijital araçlar almıştır. İşte bu araçlar bakımından medya, geleneksel (eski) medya ve yeni (alternatif) medya olmak üzere ikili bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Yani yeni medyanın ortaya çıkışı kendisinden önceki iletişim araçlarının eski ya da geleneksel olarak ifade edilmesine neden olmuştur.

Yeni medyanın daha iyi ifade edilebilmesi açısından ikisi arasındaki farklılıklar özetlendiğinde geleneksel ve yeni medya arasında işlev ve nitelik bakımından farklılıklar söz konusu olduğu söylenebilir. Basılı gazete ve dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçları karşılıklı etkileşimin olmadığı ya da bir süreden sonra yine tek taraflı geri dönüşlerin mümkün olduğu iletişim araçlarıdır. Yeni medyada verilen bir mesajın kimlere ulaştığı (hangi yaş grubu, cinsiyet, meslek grubu ve siyasi görüş gibi), mesajın ulaştığı kişi sayısı ve mesaja ne gibi tepkiler verildiği gibi istatistiki verilere ulaşmak oldukça hızlı ve kolay iken geleneksel medyada bu ya çok zordur ya da mümkün değildir. Geleneksel medya diye tabir edilen bu araçlar ilk kullanılmaya

başlandığında yeni medya araçları olarak görülmüşlerdir. Şu an yeni medya olarak tabir edilen araçlar da gelecekte yine teknolojik gelişmelerle birlikte geleneksel medya haline gelebilirler.

Yeni medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte haber gazeteciliğinde de bazı değişim ve dönüşümler meydana gelmiştir. Yeni medyanın hızlı olması sayesinde gazeteciler, odasından çıkmadan haberler başkalarına ulaşabilmektedir. Hız, buna paralel olarak haber sayısında da artış meydana getirmiştir. Ama bu durum gazeteciliği sahaya inmeden çalışan bir masaüstü etkinliğine dönüştürmektedir. Yeni medya ile ulaşılabilirliğin kolaylaşması sebebiyle yurttaş gazeteciler ya da sivil gazetecilerin sayısında artış meydana gelmektedir (Fenton, 2010: 10-11). Yani aslında interneti kullanabilen hemen herkes gazetecilik rolünü üstlenebilmektedir. Ki bu yeni medya için olumsuz bir durum olarak görülmektedir. Çünkü haber içeriğine yönelik güvenilirlik endişesi ortaya çıkmaktadır. Yine bu noktada bireylerin sosyal medya hesabını bu amaçla kullanması hem haber ve bilgi fazlalığına hem de birbirini tutmayan haberler sebebiyle hangisinin doğru olduğu bilinmeyen tabiri caizse bir bilgi kirliliğine sebep olmaktadır. Bu durumun sebebi aslında yeni medya araçları değil, kullanıcıların tarafsız ya da objektif olamaması, olaylara kendi pencerelerinden bakıyor olmasıdır. Güvenirlik konusu geleneksel ve yeni medya açısından ortaya çıkan en önemli farklılıklardandır.

Türk Siyasal Hayatında Yeni Medyanın Kullanımı

Medya araçları, siyasi ortamda gerek seçim zamanları olsun gerek toplumsal bir olayın yaşandığı zamanlar olsun ya da normal süreçte olsun sıklıkla başvurulan araçlardır. Medyanın gelişim sürecine bakıldığında hemen her dönem ağırlıklı olarak siyasi aktörler tarafından ya da siyasiler hakkındaki haberlerin aktarımında kullanıldığı görülmektedir. Örneğin 1947’de İsmet İnönü’nün, 12 Temmuz Beyannamesi şeklinde tabir edilen, iktidara ve muhalefete eşit mesafede duracağına dair bildirisini 11 Temmuz’da radyoda okunmuş 12 Temmuz’da ise gazetede yayımlanmıştır (Ersarı, 2015: 394). Televizyonun ilk yıllarında (1973) dönemin Cumhurbaşkanı İsmet İnönü’nün cenaze töreni televizyonda yayımlanmıştır. Yine (1974) Kıbrıs Barış Harekâtının başladığı televizyonda yayınlanarak duyurulmuştur (Gündüz, 2019). Bu gibi örnekler geleneksel medyanın siyasette kullanımını göstermektedir. Yeni medya araçları ise kullanılmaya başladıktan sonra her kesimden büyük ilgi görmüştür. Yeni medyanın kullanımının kolay ve ucuz olması sebebiyle siyasiler açısından geniş kitlelere ulaşma aracı olarak görülmesi, siyasi aktörler tarafından ilgi görmesinin başlıca sebeplerinden olmuştur. Geleneksel medyanın ve yeni medyanın ilk kullanım örneklerini siyasette görmekteyiz. Örneğin, Türkiye’de yeni medya araçlarından cep telefonu ile ilk görüşme döneminin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel ve o dönem Başbakan olan Tansu Çiller arasında 1994 yılında gerçekleşmiştir. 2016 yılının Nisan ayında 4.5 G teknolojisine geçildiğinde ise ilk kullanımın yine siyasi aktörlere ait olduğu görülmektedir ki ilk 4.5 G ile gerçekleşen görüntülü görüşme o sırada Amerika’da bulunan Cumhurbaşkanı Recep Tayip Erdoğan ile o dönem Ulaştırma Bakanlığı görevinde bulunan Binali Yıldırım arasında yapılmıştır (Yeni Şafak, 2018).

İnternetin kullanımı ve yaygınlaşması kurumların işleyişi açısından ve vatandaşların kurumlarla olan iletişimi açısından devrim niteliğinde olmuştur. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte hemen her kurum birer internet sitesi edinmeye başlamıştır. Artık hem devlet hem özel tüm kurumların bir internet sitesine sahip oldukları söylenebilir. Bu sitelerde kurumların misyon ve vizyonu, tarihçesi, iletişim bilgileri, kurumun yapısı, personel bilgisi, kurumsal haberler, kurumun yayınları gibi muhataplar açısından gerekli bilgiler yer almaktadır. Böylece bu kurumlara ulaşmak, kurumlara iletişim kurmak ve kurumdan bilgi almak daha kolay hale gelmiştir. Evrak gönderme işi artık kurumların e-posta sahibi olmaları sebebiyle e-posta ile sağlanabilir hale gelmiştir. Böylece zamandan ve paradan tasarruf edilmektedir.

İnternet siteleri, iletişimde kolaylık ve hız sağlayan büyük bir adım olmuştur ki bu durum propaganda açısından siyasi partilerin de işini kolaylaştıran bir olgudur. Dolayısıyla siyasiler bu imkânlardan yararlanmışlardır. Örnek olarak 3 partiye bakılacak olursa Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)’nin, Cumhuriyet Halk partisinin (CHP)’nin ve Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)’nin birer web siteleri vardır. AKP’nin web sitesinin ana sayfasında genel başkanın, bakanların ve milletvekillerinin özgeçmişlerine, parti tüzüğüne, yönetmeliğine, hedeflerine, icraatlarına, kadrolarına, “Türkiye Bülteni” adıyla çıkarılan elektronik dergisine, siyasi ve ekonomik haberlere, iletişim bilgilerine (telefon, fax, posta adresi, e- posta adresi ve sosyal medya hesapları) ulaşılabilir. Bunların yanı sıra yine sitede AKPlı siyasilerin Twitter paylaşımlarının yer aldığı bir kısım da bulunmaktadır. Yine “AK Siteler” başlığı altında kadın kolları, gençlik kolları, kütüphane, AKP iletişim merkezi, siyaset akademisi, yaşlı koordinasyon merkezi gibi diğer resmî web sitelerine yer verilmiştir (www.akparti.org.tr, 2021). CHP’nin sitesine bakıldığında genel başkanın özgeçmişine, mal bildirimine, yaptığı açıklamalara, kendisiyle ilgili haberlere, miting konuşmalarına, sosyal medya paylaşımlarına ulaşılabilir. Parti ile alakalı olarak parti yönetimi, tüzüğü, yönetmeliği, programı yine site içinde yer almaktadır. Bunların yanı sıra “millet” adıyla çıkarılan e-dergiye, CHP TV’ ye site üzerinden ulaşılabilir. CHP’nin sosyal medya hesapları dâhil iletişim bilgilerine de site içinde yer verilmiştir (www.chp.org.tr, 2021). MHP web sitesine bakıldığında ise benzer olarak genel başkanın hayatı, konuşmaları, fotoğrafları ve kitapları; parti tüzüğü, yönetmeliği, programları ve logosu; il teşkilatları, milletvekilleri ve belediye başkanları hakkında bilgilere; medya açısından “Alptürk Tv” ve elektronik yayınlara, seçim müziklerine, sosyal medya hesaplarına ve iletişim adreslerine ulaşılabilir (www.mhp.org.tr, 2021).

Siyasi partilerin yeni medya kullanımı tabi ki web sitesiyle sınırlı kalmamış hemen her mecrada kendilerine yer edinmişlerdir. Hem partilerin kurumsal olarak hem de siyasilerin yine siyasi amaçla bireysel olarak edindikleri sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Siyasiler sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmaktadırlar. Gündemle ilgili yorumlarını, eleştirilerini, buldukları görevlerde yaptıklarını veya yapacaklarını sosyal medya uygulamaları üzerinde ağırlıklı olarak da Twitter ’da paylaşmaktadırlar. Çünkü Twitter ’da “hashtag (#)” ile konu başlıkları açılır ve onun üzerinden fikrini söylemek isteyenler paylaşımında bulunabilirler.

Türkiye’de sosyal medya uygulamalarından en çok kullanılanı Facebook, Twitter, Youtube, Instagram ve Whatsapp olmuştur. Bankalar, belediyeler, valilikler, Cumhurbaşkanlığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi, üniversiteler ve bakanlıklar da kurumsal kimlikleriyle bu uygulamalarda yer almaktadır. Zaten kurumların internet sitelerine bakıldığında birer Facebook, Twitter ya da Instagram hesapları olduğu görülmektedir. Bu hesaplar kurumların vatandaşlara bilgi vermesi ya da vatandaşların kurumlarla iletişim kurmasında aracı olmaktadır. Hatta öyle ki sosyal medya hesapları dilek ve şikâyet aracı olarak kullanılır hale gelmektedir. Bireyler taleplerini doğrudan o kurumun Instagram hesabına yazabiliyor. Vatandaşlar kendi Twitter ya da Instagram hesabından resim ya da video paylaşarak ya da ilgili kurumunun sosyal medya hesaplarına bunları göndererek şikâyetlerini bildirebiliyorlar. Bireylerin sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları suç teşkil ediyorsa buna dayanarak o kişi hakkında ilgili kurum işlem yapabiliyor. Belki yasal olarak bu amaçlara hizmet etmiyor ama sosyal medyanın bu tür durumlarda kullanıldığı görülmektedir.

Siyasiler yeni medya araçlarını özellikle seçim zamanlarında kendi tanıtımlarını yaparken kullanırlar. Şu an eski diye tabir edilen geleneksel medya araçları döneminde siyasilerin kampanyalarında sıklıkla kullandığı araçlar olmuşlardır. Radyo ve televizyonda konuşmalar yapmışlardır. Gazetelerde kendilerini ifade etme imkânı bulmuşlardır. Seçim kampanyalarında propaganda aracı olarak geleneksel medya araçlarını kullanmışlardır. Bunun yanı sıra yakın dönemde seçimlerin olmazsa olmazı gibi görünen seçim müzikleri daha önceki dönemlerde de var olmuştur. Örneğin 1943 yılında CHP tarafından taş plak kaydı yapılmış ve illere gönderilerek hoparlörler aracılığı ile halka dinletilmiştir. 1965 yılında ise şarkı bestelenmiş ve kasetle halka ulaştırılmıştır (Kızılkaya, 2021: 154).

Yeni medya araçlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşması ile partilerin propaganda işleri kolaylaşmış dijital teknoloji araçları kullanılarak tanıtım amaçlı resimler, afişler, görsel etkili videolar ve şarkılar hazırlanmaktadır. Söz konusu bu hazırlıklar yine yeni medya araçları sayesinde kısa zamanda geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu işin, esasında bütçesel bir boyutu da vardır. Partiler her yıl bütçeden destek alırlar ki bu destek seçim zamanlarında arttırılmaktadır. Ama her parti hazineinden eşit miktarda destek alamaz bazı koşulları sağlaması gerekmektedir. Dolayısıyla parasal sıkıntısı olan partiler için yeni medya araçları bunu sorun olmaktan çıkarmaktadır. Büyük paralar harcanmadan da partiler propagandalarını yapabilmektedirler ve belki bir seçim meydanında yapılandan daha fazla kitleye ulaşabilmektedir. Yeni medya kullanımının ucuz olması çok sayıda kişinin kullanımını sağlamaktadır. Bu durum siyasi aktörlerin bireylere ulaşabilmesi, bireylerin de siyasileri ve siyaseti takip etmesi bakımından iki taraf açısından da kolaylık sağlamaktadır.

Yeni medya hızlı, ucuz ve kolay ulaşılabilir olması sebebiyle toplumsal olaylarda örgütlenme aracı olarak da kullanılmaktadır. Türkiye’de zaman zaman büyük ya da küçük toplumsal olaylar yaşanmıştır. Bu olaylar sırasında yeni medyanın özellikle de sosyal medyanın yoğun olarak kullanıldığı Taksim Gezi Parkı eylemi ve 15 Temmuz Girişimi gibi iki önemli örnek vardır.

Gazi parkı eylemi, 27 Mayıs 2013’te Topçu Kışlası projesi kapsamında Gezi parkındaki ağaçların sökülmeyle başlaması ile birlikte başlamıştır. Çalışmanın durdurulmasını talep eden insanlar parkta toplanmaya başlamıştır ki bu insanlar arasında milletvekilleri, çeşitli partilerden insanlar ve sivil toplum örgütleri de yer almıştır (Habertürk, 2020). Gezi parkı eylemi başlangıçta çevreci bir grubun eylemi iken kısa sürede toplumsal bir harekete dönüşmüştür. Her yaştan ve düşünceden insan orada bulunmuştur. Hatta eylem taksim gezi parkıyla sınırlı kalmamış farklı bölgelere ve farklı illere de yansımıştır.

Taksim Gezi Parkı eylemleri yeni medya için oldukça önemlidir. Çünkü bu süreçte geleneksel medya yetersiz kalmış ve bu boşluğu yeni medya doldurmuştur. Toplumsal harekete katılacak olanlar sosyal medya üzerinden haberleşmiş, olayla ilgili gelişmeleri takip edecek olanlar ise yine sosyal medyayı kullanmıştır. Gezi Parkı eylemi belki de sosyal medyanın en çok kullanıldığı olay olmuştur. Eylemin başlamasından itibaren 24 saat içinde bu eylemle alakalı olarak Twitter’da 2 milyon, daha sonraki süreçte 31 Mayıs-14 Haziran tarihleri arasında ise yine bu eylem hakkında 13,5 milyon paylaşım olmuştur (Akman, 2019). Aslında Taksim Gezi Parkı için 27 Mayıs’tan önce de bazı eylemler yapılmıştır. Mesela imza kampanyaları yapılmış ve 50 bin imza İstanbul Kültür Varlıklarını Koruma Kuruluna teslim edilmiş, Yoga hocası eşliğinde parka dikkat çekmek amaçlı etkinlik düzenlenmiş ama bunlar başarılı olamamıştır. İş makinesi ve kepeçlerin parka gelmesiyle birlikte ise olay farklı bir boyut kazanmıştır (Mumyakmaz, 2013). Yeni medyanın özellikle de Twitter’ın yoğun kullanımıyla eylem toplumsal bir hâl almıştır. Geleneksel medyanın aksine yeni medyanın herkesin kullanabileceği, kolaylıkla ulaşabileceği bir mecra olması ve hızlı olması olayların kısa zamanda geniş kitlelere ulaşmasını ve bu kitlelerden hızlıca karşılık almasını sağlamıştır. Ayrıca geleneksel medyada olan yazınsal, işitsel ya da görsel araçların hepsi burada da mümkün olmaktadır. Kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımı yapabilmesi özellikle televizyonda verilen bilgilerden daha fazlası olduğu algısını yaratmıştır. Sosyal medyada paylaşılanlarla geleneksel medyada verilenler örtüşmeyince inandırıcılık bağlamında yeni medya ön plana çıkmıştır. Bu, esasında geleneksel medyanın önemli bir özelliği iken eylemler sürecinde tam tersi olmuştur.

Gezi Parkı eylemlerine katılanların ağırlıklı olarak 90 kuşağı olduğu görülmektedir. Esasında 90 kuşağı politik anlamda pasif olarak görülmekte idi ancak bu eylemlerde aktif rol almışlardır (Yiğit, 2013: 6). Bunun sebebi belki de siyasi anlamda dönemin gençlerine ulaşma yolunun o zaman kadar bulunamamış olması olabilir. Gezi eylemleri tek yönlü bir eylem olmamıştır. Hükümete karşı tepkilerin dile getirildiği bir eylem olma tarafı da ortaya çıkmıştır. Böylece siyaset gençlerin sürekli takip ettiği mecralarda yoğunlaşmış dolayısıyla onlar da tepkisiz kalamamış ve hem aktif olarak ya da geliştirdikleri eleştirel mizah anlayışı sanal ortamda dâhil olmuşlardır. Yeni medya bu süreçte o kadar etkin olmuştur ki yeni medya ile ilgili yeterli kısıtlama ve denetimin olmadığı konusu gündeme gelmiştir.

15 Temmuz 2016 tarihinde gerçekleşen darbe girişimini olarak tabir edilen olay hatırlanacak olursa darbeci olarak tabir edilen kişiler 15 Temmuz gecesi saat 22:00 civarında Ankara Oran’daki TRT binasına gelmişlerdir. Aynı saatlerde Harbiye ve Ulus binalarına da girmişlerdi ve hazırladıkları bildiriye spikere okutmuşlardı (Aksoy, 2019). Darbeciler amaçlarına ulaşamamış

olsalar da burada üzerinde durulması gereken nokta, medyanın ilk hedeflerden birisi olmasıdır. Çünkü darbe yaptıklarını duyurmak ve bunu meşrulaştırmak için medyaya ihtiyaçları vardır. Belki kendilerini destekleyecek birilerini bulmayı da ümit etmiş olabilirler. 15 Temmuz sürecinde özellikle yeni medyanın ne kadar önemli bir yere sahip olduğunun görülmesini sağlayan ikinci durum ise Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın “FaceTime” adlı uygulama aracılığıyla bir haber spikeri ile görüntülü görüşme sağlayarak açıklamalarda bulunması olmuştur (Semercioğlu, 2017). Yeni medyanın sağladığı kolaylıkla o kargaşa ortamında bile Cumhurbaşkanı açıklama yapabilmiş ve bu sayede darbe girişiminin seyrini değiştirmiştir. Yine sosyal medya uygulamalarını kullanarak vatandaşlar haberleşmiş ve bir araya gelerek bu girişime karşı durmuşlardır (Girgin, 2017).

Medyanın en önemli özelliklerinden birisi kamu üzerinde yarattığı etkidir. Siyasiler de çoğu zaman kamuoyu oluşturma ya da kamuoyu yoklaması aracı olarak medyayı kullanmaktadır. Buna ilişkin yakın zamandan bir örnek İçişleri Bakanı Süleyman Soylu’nun istifa etmesi gösterilebilir. Öncelikle olayı hatırlatmak gerekirse Covid-19 salgınının yoğun olduğu süreçte virüsün yayılımını azaltmak amacıyla 30 büyükşehir ve Zonguldak için hafta sonu sokağa çıkılmaması kararı alınmış ancak 00.00 cumartesi başlayacak olan yasak Cuma 21.30 civarında duyurulmuştu. Bunun üzerine market, fırın eczane gibi yerlerin hafta sonu açık olacağı söylenmesine rağmen yasak başlamadan ihtiyaçlarını almak için insanlar market, pazar ve fırınlara akın etmişti (Sayın, 2020). Salgın döneminde oluşan bu kalabalıklar özellikle medyada çok eleştirildi. Eleştiriler üzerine İçişleri Bakanı Süleyman Soylu Twitter ‘da istifa ettiğine dair bir paylaşımında bulunmuştur (Euronews, 2020). İstifa açıklamasının ardından sosyal medyada özellikle Twitter ‘da bu durum gündem olmuştur. Büyük bir kesim istifa etmemesini, Cumhurbaşkanı’nın istifayı kabul etmemesi gerektiğini yazmıştır. Neticede istifa gerçekleşmemiş ancak olayın sosyal medyadaki yansıması kamuoyunun nabzını ölçmek açısından oldukça önemlidir. Öncelikle sosyal medyadaki eleştirilerin Soylu’yu istifa etmeye yönelttiği söylenebilir. Aynı şekilde cumhurbaşkanının istifayı kabul etmemesinde de sosyal medya paylaşımlarının etkisi olduğu düşünülebilir. İstifayı destekler nitelikte paylaşımlar yoğunlukta olsaydı belki de aksini düşünmesine rağmen tepki çekmemek adına Cumhurbaşkanı istifayı kabul edebilirdi. Tabi ki bu olayda önemli olan olay ve kişiler değil yeni medyanın idaredekilerin kararları üzerinde azımsanamayacak bir etkisinin olmasıdır.

Yeni medya özellikle de sosyal medya tıpkı bir zamanlar geleneksel medyada olduğu gibi siyasilerin ilgisi çekmiş, kendileri yararına kullanmak istemişlerdir. Siyasiler doğal olarak kendileri hakkında her zaman iyi haberler verilmesini, övülmeyi, takdir edilmeyi, sevilmeyi ve sonunda oy almayı isterler Bu nedenle, aslında siyasette olmazsa olmaz olan, başarılı bir muhalefeti istemezler. Medyanın kamuoyu oluşturabilme gücü göz önüne alındığında siyasilerin kendileri yararına olacak bir medya elde etme çabasına sahip olması insani bir durumdur. Geleneksel medyanın ekonomik gücü elinde bulunduranların ideolojisine hizmet etmesi daha kolay mümkün olabiliyorken yeni medya için burada farklı bir durum söz konusudur. Özellikle sosyal medya uygulamaları uluslararası platformlar olduğu ve bireysel kullanım sağladığı için tek bir ideolojinin satın alabileceği bir şey değildir. Belki siyasiler kendilerine belli başlı destek gruplar oluşturabilirler, kendi yararlarına olacak şekilde kullanabilirler, hatta rahatsız oldukları paylaşımlara kanunu yaptırımlar getirebilirler ya da baskıcı bir yönetimde halkı kısıtlayabilir, engelleyebilir ama tamamen ele alabilmeleri mümkün değildir. Siyaset açısından medyanın en güzel tarafı belki de bu çok sesliliğin yok edilememesidir. Medyanın işlevlerinden biri olan denetim mekanizması yeni medyada tamamen engellenememektedir. Bu durum sosyal medyaya olan talebin de sebeplerinden birisi sayılabilir. Sosyal medyada bireyler düşüncelerini kolayca ifade etme imkânı bulabilmektedir. Türkiye’de zaman zaman Twitter, Google ve Youtube’a kısıtlamalar getirilmiştir. Ama tamamen engellenememiştir.

Sonuç

Geleneksel medya ile yeni medya ayrımının temelinde internet vardır. İnternet olmasaydı belki de teknolojik gelişmeler paralelinde geleneksel medya araçları sadece gelişme gösterecek ve dijital medya olarak ifade edilecekti. Ancak teknolojik gelişmelere ek olarak internetin ortaya çıkması alternatif medya ya da yeni medya kavramını ortaya çıkarmaktadır. Yine sosyal medya ifadesi de bu doğrultuda ortaya çıkan yeniliklerden olmuştur. Yeni medya bu sayede geleneksel medyanın birkaç adım önüne geçmektedir. Çünkü yeni medya daha geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamaktadır ve bunu oldukça hızlı yapmaktadır. Üstelik yine geniş kitlelere hızla ulaşması sayesinde aynı şekilde verilen mesajlar da hemen karşılık bulmaktadır. Bu bakımdan yeni medyanın iletişimde yadsınmaz bir gücü olduğu açıktır.

Medya ve siyaset birbirini besleyen ve ortaya çıktıkları dönemlerden beri sıkı ilişki içinde olan iki kavramdır. Gerek geleneksel medya araçları gerek de yeni medya araçları siyasiler tarafından her zaman ilgi görmüştür. Sadece siyasiler değil toplumun hemen her kesimi siyaseti takip etme noktasında medyayı aracı olarak kullanmıştır. Medya ve siyaset ilişkisinde yeni medyanın yine birkaç adım öne çıktığını söylemek mümkündür ki yeni medya araçlarını kullanan bazı kesimler haber sitelerini akıllı cep telefonlarından ya da bilgisayar ve tabletten takip etmektedir. Bazıları ise sosyal medya hesaplarından siyasilerin bireysel hesaplarını ya da bazı kurumsal hesapları takip etmektedir. Durum böyle olunca internetin sağladığı hız ve kolaylığa ek olarak siyasilerle olan iletişim daha da hızlı olmaktadır. Medyanın, özellikle de yeni medyanın siyasiler tarafından ya da siyasi mesajların hedef kitleye ulaştırılmasında kullanılması dışında siyaseti etkileme durumu söz konusudur. Özellikle yeni medya platformlarında gündeme gelen bir olay, bir kişi ya da bir konu siyasilere bir mesaj durumundadır ve siyasiler bunu kullanabilirler. Olumsuz bir durum ise bunu lehlerine çevirebilirler ve bunu yaparken de yine medya araçlarını kullanırlar. Tabi ki siyasiler bu noktada geleneksel medya araçlarını da kullanabilmektedirler. Zaten siyasiler için sadece yeni medya araçlarını kullanırlar demek yanlış olur. Ancak yine yeni medyanın siyasiler açısından olayı hemen kontrol altına alma, anında cevap verme fırsatı ve hızlıca karşılık bulma kolaylığı sebebiyle ön planda olduğunu söylenebilir. Aksi halde siyasiler için olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bu noktada medyanın denetim ve kamuoyu işlevinin oldukça etkili olduğunu söylemek gerekmektedir.

Yeni medyanın, hemen herkese mesaj verebilme imkânı sağlaması ve mesajları diğerlerine hızla ulaştırması yeni medya için kimi zaman olumsuzluklar da ortaya çıkarabilmektedir. Bilgi kirliliği oluşmasına ya da yanlış bilgi aktarımına sebep olabilmektedir. Yeni medyanın bu özelliğinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Yeni medya siyasi aktörler tarafından kullanımının yanı sıra bireyler tarafından siyasilere mesaj vermek amacıyla da kullanılmaktadır. Vatandaşlar, otoritelere bazı taleplerini bu yolla iletebilmektedirler. Ancak bireysel talepler çok fazla karşılık bulamamaktadır. Karşılık bulması için aynı fikirde olan insanların birlikte aynı talepleri dile getirmesi gerekmektedir ki diğer insanlara ulaşabilmenin en iyi yolu yeni medya araçları olmaktadır.

Türk siyasal hayatından saptanan örnekler doğrultusunda medyanın, özellikle yakın dönem için yeni medyanın siyaset için vazgeçilmez bir unsur olduğu söylenebilir. Buradan yeni medyanın siyasi bir gücü olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Bu gücün yeni medyanın sağladığı imkânlardan ve medyanın işlevlerinin sağlıklı bir şekilde yerine getirebilmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Yeni medyanın geniş kitlelere kısa bir zamanda ulaşması ve onları hızlı bir şekilde harekete geçirebilmesi de onun siyasi gücünün bir göstergesidir. Dolayısıyla, Türkiye siyasetinde var olan örnekler çerçevesinde, siyasi bağlamda geleneksel medya ile yeni medyanın etki durumu kıyaslandığında yeni medyanın daha etkin olduğu ortaya çıkmaktadır.

Kaynakça

- Akman, B. (2019). Gezi Parkı Olayları: Protestolar, Türkiye’de Hükümetin Sosyal Medyaya Yaklaşımını Nasıl Etkiledi?, 01.11.2021 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48471887> sitesinden alındı.
- Aksoy, D. (2019). Darbecilerin TRT Baskını, 01.11.2021 tarihinde <https://www.trthaber.com/haber/gundem/darbecilerin-trt-baskini-423193.html> sitesinden alındı.
- Aziz, A. (2021). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Yayınları.
- Aristoteles, (1993). Politika, Mete Tuncay (çev.), İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Barbier, F. Lavenir, C. B. (2001). Diderot’tan İnternete Medya Tarihi. Kerem Eksen (çev.), İstanbul: Okuyan Yayınları.
- Bostancı, M. (2015). Sosyal Medya ve Siyaset. Konya: Palet Yayınları.
- Cemalioğlu, K. (2020). İnternet Nedir? İnternetin Tarihçesi 29.10.2021 tarihinde <https://www.milleni.com.tr/blog/internet/internet-nedir> sitesinden alındı.
- Çağlar, N.ve Köklü, P. H. (2017). Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi. 5(1), 148-173.
- Demir, M.İ. (2018). Siyasal İletişim: Kavramsal Bir Derleme. Uluslararası Sanat Kültür ve İletişim Dergisi. 1(1), 79-104.
- Demir, V. (2007). Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (2013) Dördüncü Güç Medyadan Beşinci Güç İnternete: Demokratik Bir Dönüşüm Mü Yaşanıyor. Selçuk İletişim Dergisi, 8(1), 176-191.
- Ersarı, N. (2020). Ellili Yıllarda Radyo ve Siyaset. Mete Kaan Kaynar (haz.). Türkiye’nin 1950’li yılları içinde (ss 393-423) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Euronews. (12. 04. 2020). İçişleri Bakanı Süleyman Soylu, Twitter hesabından istifa ettiğini açıkladı, 05.11.2021 tarihinde <https://tr.euronews.com/2020/04/12/icisleri-bakan-suleyman-soylu-twitter-hesab-ndan-istifa-ettigini-acikladi> adresinden alındı.
- Fenton, N. (2010). Natalie Fenton (Ed.). Drowning or Waving? New Media, Journalism and Democracy. New Media, Old News içinde (ss.1-17). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore. Washington Dc: SAGE Publications.
- Giddens, A. Sutton, P. W. (2016). Sosyoloji, Haz. Senem Tüfekçioğlu, Ayşe Nilüfer Durakbaşa, Funda Karapehlivan Şenel, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Girgin, M. (2017). Sosyal Medya Darbeye Direnişte Önemli Rol Oynadı, 01.11.2021 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi/sosyal-medya-darbeye-direniste-onemli-rol-oynadi/862113#> sitesinden alındı.
- Gökçe, M. Yeni Medya ve İletişim. 03.08.2022 tarihinde https://www.academia.edu/35689546/YEN%C4%B0_MEDYA_ve_%C4%B0LET%C4%B0C5%9E%C4%B0M sitesinden alındı.
- Gökçe, O. (2002). İletişim Bilimine Giriş: İnsanlararası İlişkilerin sosyolojik Bir Analizi. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gönenç, E. Ö. (2003). İnternet Ve Türkiye’deki Gelişimi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (16), 87-98.
- Gündüz, U. (2019). Türkiye’de Televizyonun Kısa Tarihi, 28.10.2021 tarihinde <https://www.beyzatarih.com/makale/turkiyede-televizyonun-kisa-tarihi> sitesinden alındı.
- Habertürk. (2020). Gezi Kronolojisi, <https://www.haberturk.com/gezi-parki-eylemleri-ve-gezi-davasi-kronolojisi-2587925>

- Heywood, A. (2014). Küresel Siyaset. Nasuh Uslu, Haluk Özdemir (çev.). Ankara: Liberte Yayın Grubu Adres Yayınları.
<https://www.akparti.org.tr>, Ana sayfa, E.T 10.11.2021
<https://www.chp.org.tr>, Ana sayfa, E.T 10.11.2021
https://www.mhp.org.tr/mhp_index.php, Ana sayfa, E.T 10.11.2021
- İletişim. (2011). Haluk Şükrü Akalın (haz.). Türkçe Sözlük. (11. Baskı), Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Kapani, M. (2020). Politika Bilimine Giriş. Ankara: Serbest Yayınları.
- Kırık, A.M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 5(1), 230-261.
- Kızılkaya, R. (2021). Türk Siyasal Hayatında Bir İkna Aracı: Seçim Müzikleri (1965-1995). Anasay. (16), 151-176.
- Kocabaşoğlu, U. (2010). Şirket Telsizinden Devlet Radyosun. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lewis, B. (2021). Modern Türkiye'nin Doğuşu. Boğaç Babür Tuna (çev.), Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Lister, M, Dovey, J, Giddings, S, Grant L, Kelly, K. (2009). New Media: a critical introduction, London and New York: Routledge Publications.
- Mumyazmaz, B. (22.04.2013). Taksim Gezi Parkı'nda "Başka" Bir Gün, 01.11.2021 tarihinde <https://m.bianet.org/bianet/yasam/146029-taksim-gezi-parki-nda-baska-bir-gun> sitesinden alındı
- Önder, S. Baydemir, A. (2005). Türk Sinemasının Gelişimi (1895 - 1939). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (2), 113-135.
- Sayın, A. (13.04.2020). Süleyman Soylu istifa etti, Cumhurbaşkanı Erdoğan kabul etmedi, 05.11.2020 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-52265897> sitesinden alındı.
- Semerçioğlu, C. (2017). Hande Fırat, darbeyi bitiren telefonun hikâyesini anlattı, 02.11.2021 tarihinde <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/hande-firat-darbeyi-bitiren-telefonun-hikayesini-anlatti-40158739> sitesinden alındı.
- Sevin, S. (2018). Türkiye'de televizyon yayıncılığı 66 yıl önce İTÜ TV ile başladı, 28.10.2021 tarihinde <https://www.trthaber.com/haber/yasam/turkiyede-televizyon-yayinciligi-66-yil-once-itu-tv-ile-basladi-374024.html> sitesinden alındı.
- Sığırcı, M. (2021). Bilgisayar: Kim, Ne Zaman İcat Etti? 03.08.2022 tarihinde <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/bilgisayar-kim-ne-zaman-icad-etti> sitesinden alındı.
- Sonuşen, A. (2016). Türkiye'de ilk radyo yayını hoparlörle başladı, 28.10.2021 tarihinde <https://sondevir.gaste24.com/medya/turkiyede-ilk-radyo-yayini-hoparlörle-basladi-video-h529164.html> sitesinden alındı.
- Tozlu, N. Solak A. (2007). Adem Solak (Ed.). Küreselleşme ve Suç. Küresel Süreçte Medya ve Şiddet içinde (ss. 53-163). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Taşkın, Y. (Ed.). (2020). Siyaset Nedir? Siyaset içinde (ss.19-49). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Thompson, J. B. (1995). The Media and Modernity: a Social Theory of The Media, Cambridge:Polity Press.
- Toprak, Z. (1984). Fikir Dergiciliğinin Yüz Yılı. Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler (1849-1983) içinde (13-54). İstanbul: Gelişim Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK), (2021). www.tuik.gov.tr. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2021, 20.10.2021. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437#:~:text=%C4%B0internet%20kullanan%20bireylerin%20oran,%C4%B1%20%82,%77%2C5%20oldu%C4%9Fu%20%C3%B6r%C3%BCld%C3%BC](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437#:~:text=%C4%B0internet%20kullanan%20bireylerin%20oran,%C4%B1%20%82,%77%2C5%20oldu%C4%9Fu%20%C3%B6r%C3%BCld%C3%BC). sitesinden alındı.
- Üngör, Ç. (2020). Yüksel Taşkın (Ed.). Medya ve Siyaset. Siyaset içinde (ss. 381-391). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yapar Gönenç, A. (2007). Türkiye'de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (29), 63-78.
- Yeni Şafak, (2018). Türkiye'de internetin kısa tarihi, 30.10.2021 tarihinde <https://www.yenisafak.com/bilgi/turkiyede-internetin-kisa-tarihi-3404209/turkiyenin-mobil-internet-macerasi-785251> sitesinden alındı.
- Yiğit, M. (2013). Gezi Parkı Eylemlerinin Görünen Yüzü, Siyaset, Hukuk ve Yönetim Araştırmaları Merkezi, Analiz 4, Türk Akademisi Siyasi Sosyal Stratejik Araştırmalar Vakfı, 01.11.2021 tarihinde https://www.tasav.org/media/k2/attachments/analiz_4_shy_4_gezi_parki_yIGIt_son.pdf sitesinden alındı.

Üniversite Öğrencilerinin İş Hayatına İlişkin Eğilimleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Tendencies of University Students Regarding Business Life: A Research on University Students

Ümmü DEMİR*, Mert AKTAŞ**

* Öğretim Görevlisi, Mersin Üniversitesi, Silifke Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Bölümü, ummu@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0209-0778
** Prof. Dr., Mersin Toros Üniversitesi, İşletme Bölümü, mert.aktas@toros.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3791-6664

Öz

Bu araştırmanın amacı, girişimcilik boyutlarından hareketle, üniversite öğrencilerinin genç girişimci olma yolundaki isteklerini girişimcilik dersi alıp almama bazında değerlendirmek ve yaratıcılığın girişimcilik performansı üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmada yaratıcılık ile özgüven, kontrol odaklılık, fırsatları değerlendirme, risk alma, yenilikçilik, kararlılık, başarıya isteği girişimcilik alt boyutlarından oluşan bir model kullanılmıştır. Girişimcilik eğitimi ile girişimci olma istekleri arasındaki ilişkinin incelenmesi bakımından girişimcilik eğitimi de modele dahil edilerek girişimcilik dersi bazında farklılıklar incelenmiştir. Araştırmada Mersin Üniversitesinde eğitim gören 300 öğrenciden veri toplanmıştır. Araştırmada, yaratıcılık ile girişimciliğin tüm alt boyutları arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada, bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına bakıldığında, girişimcilik dersi almış ve almamış öğrenci gruplarının sadece yenilikçilik bazında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ayrıştığı görülmektedir. Buna göre girişimcilik dersi almamış kişilerin yenilikçilik ölçek puanları 3.70 ile girişimcilik dersi almış kişilerden daha yüksektir ve bu farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Öte yandan girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutlarının, girişimcilik dersi alıp almama durumu bazında ayrışmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Yaratıcılık, Girişimcilik Performansı.

Abstract

The purpose of this research, is to evaluate the desire of university students to become young entrepreneurs, based on the dimensions of entrepreneurship, on the basis of whether to take an entrepreneurship course and to determine the effect of creativity on entrepreneurial performance. In the study, a model consisting of creativity and self-confidence, locus of control, evaluating opportunities, taking risks, innovativeness, determination, desire to succeed, entrepreneurship sub-dimensions were used. In terms of examining the relationship between entrepreneurship education and the desire to be an entrepreneur, entrepreneurship education was also included in the model and the differences on the basis of entrepreneurship course were examined. In the research, data were collected from 300 students studying at Mersin University. In the study, it was revealed that there are positive and statistically significant relationships between creativity and all sub-dimensions of entrepreneurship. In the study, when the t-test results for independent samples are examined, it is seen that the groups of students who have taken and who have not taken an entrepreneurship course differ in a statistically significant way only on the basis of innovation. According to this, the innovativeness scale scores of the people who did not take entrepreneurship course are higher than those who took entrepreneurship course with 3.70 and this difference is statistically significant. On the other hand, it was observed that entrepreneurship scale and entrepreneurship scale sub-dimensions did not differentiate on the basis of whether or not they took entrepreneurship courses.

Keywords: Entrepreneurship, Creativity, Entrepreneurial Performance.

Giriş

Richard Cantillon' dan günümüze gelene kadar girişimcilik kavramı ile ilgili birçok tanımlamaya rastlamak mümkün olmakla birlikte, modern girişimci düşünce ile birlikte anılan kişi, Joseph Schumpeter' dir. Cantillon, girişimciyi serbest çalışan bir kişi olarak tanımlayarak, serbest mesleğe belirsizliğin eşlik ettiğini ve girişimcilerin faaliyetlerini pazar talepleriyle orantılı hale getirmeleri gerektiğini dile getirmektedir. Fransız filozof, makalesinde girişimcilerin, ucuz satın alma ve daha yüksek bir fiyata satış yapma fırsatları yaratabilen talep ve arz arasındaki belirli pazar uyumlarından haberdar olan kişiler olduğunu ve aynı zamanda girişimcilerin bu tür arbitraj durumlarından yararlanarak rekabet piyasasına denge getireceğini ifade etmektedir. Cantillon, "An Essay on the Nature of Commerce" adlı çalışmasında, mal ve ürünlerin dolaşımı ve değişimi ile üretimlerinin yanı sıra Avrupa'da girişimci tarafından ve risk altında gerçekleştirilmekte olduğunu ifade ederek, ilk kez girişimcilik teorisini tanıtmakta, girişimcileri kaynakların ana direktörleri olarak ifade etmektedir. Meslekleri, özellikle rekabet ve değişen zevklerden gelen belirsizlik nedeniyle risklerle gelmektedir. Sonuç olarak, gelirleri çok büyük olabilir, fakat aynı zamanda iflas ihtimali ile de karşı karşıyadırlar. Mülk sahibi arsadan ve kapitalistten daha büyük bir gelir (kira) elde etmekten bağımsızdır veya büyük para sahibi de çıkarlarından bağımsız olarak yaşayabilir. Diğer herkes sonuçta mülk sahiplerinin geçim kaynakları harcamalarına bağlıdır (Cantillon, 1730).

Girişimcilik, sadece bir spekülasyon eylemi olarak gösterilemez, çünkü Cantillon girişimcileri trendleri ve piyasadaki uyumsuzlukları anlamaya çalışan insanlar olarak tanımlar, böylece girişimciler, kâr elde etmek için (riskli) kararlar alabilirler. Cantillon'un on sekizinci yüzyılın başlarında, girişimcilikle yakından ilişkili olan belirsizliğin farkına varan kişi olarak literatüre geçmesini sağlayan, girişimci tanımlamasıdır. (Hébert, 1985).

Bazı yazarlar, Cantillon'un girişimcinin sosyo-ekonomik etkileşimdeki rolünü tasvir etmesinin altını çizdiğini vurgulamaktadır. Başta Joseph Schumpeter (1934) olmak üzere, Knight, daha sonra, İsrail Kirzner (1973), Cantillon'un girişimcilik fenomenine yaklaşımını araştırmış ve 18. yüzyılda "girişimcinin" orijinal tanımının üç farklı sonucuna ve her birinin benzersiz katkılarına neden olmuştur. Cantillon'un girişimci rolünü algılamasıyla inkâr edilemez bir şekilde bağlantılı olan Schumpeter, Knight ve Kirzner, aslen 18. yüzyıl Fransız filozofu tarafından ifade edilen girişimcilik fenomeni ile ilgili çok farklı yaklaşımlar geliştirmişlerdir (Hébert ve Link, 1989).

Knight (1921), Cantillon'un makalesinde tasvir edilen "girişimci" den uzaklaşan bir tanımlama yapmamıştır. Knight, risk kavramını belirsizlikten açıkça ayırmaktadır, çünkü sonuçların belirsiz olduğu durumlarda riskin var olduğunu, ancak bazı olasılıklarla tahmin edilebileceğini vurgulamaktadır. Sonuçların olasılığı tahmin edilemediğinde belirsizliğin ortaya çıkabileceğini savunmaktadır. Bu nedenle, Frank Knight için gelecek sadece bilinmediğinde değil, aynı zamanda sınıflandırılmayan örneklerle ve var olmayan sonuçların dağılımıyla da bilinmeyen bir gerçek belirsizlik oluşturabilmektedir. Knight, Cantillon'un girişimcinin dinamik piyasa ekonomisindeki rolüyle ilgili fikirlerini araştırmıştır. Buradaki, bir girişimcinin başarısı konusundaki belirsizlik, çalışan olmak ve serbest meslek sahibi olmak konusundaki kararın temel özelliğidir (Parker, 1996).

1810' lu yıllarda birçok yönetici yeteneğin, başarılı bir girişimci olmak zorunda olduğunu ve birçok engel ve belirsizliğin girişimciliğe eşlik ettiği görüşünü savunan Jean Baptiste Say dikkatleri üzerine çekmektedir. Alfred Marshall, girişimcilik yeteneklerinin, yönetici olma yeteneklerinin tamamlayıcısı olduğunu 1890' lı yıllarda dile getirmiştir. Girişimciliğin birincil yaratıcı sosyo-ekonomik faktör olduğunu, özünde üretici faktörlerin yeni bileşenlerinin bulunması gerektiğini yirminci yüzyılın başlarında dile getiren, yaratıcılık ve Ekonomik Gelişme Teorisi adlı kitabıyla (1934), Schumpeter, gelişimin dinamik bir süreç olduğunu belirtmektedir. Yazara göre bu durum, ekonomik statükonun rahatsız edilmesini içermektedir ve bu sabit durumu rahatsız etme sorumluluğunun da girişimcide olduğunu dile getirmektedir (Reisman, 2004).

Yeni ürün ve yeni hizmetler yaratma ve piyasaya sunma, bir kişinin belirlediği bir soruna veya ihtiyaca karşı verilen en geçerli cevaptır. Yaratıcılık ve yenilikçilik, bu süreçte oldukça önemlidir (Pretorius, Millard ve Kruger, 2005). Sorunların yaratıcı bir şekilde çözülmesi, ilgi alanlarının nasıl, kim tarafından şekillendirileceği ve bunun gelecekteki ürün ve hizmetleri yaratma fırsatlarını nasıl etkilediğini bilmek ve değerlendirmek, girişimcilik alanında önemli bir husus olarak görülmektedir (Shane ve Venkataraman, 2000). Bu bağlamda, Leibold, Voelpel ve Tekie (2004), yaratıcılığın, bilginin ve yeni fikirlerin daha rekabetçi iş modelleri oluşturmaya yardımcı olduğunu savunan yazarlardır.

Yaratıcılık, yeni ve faydalı fikirlerin ya da ürünlerin ortaya çıkarılmasıdır. Evrensel bir tanıma sahip olmamakla birlikte yaratıcılık, düşüncenin hayal gücünü ve özgünlüğünü göstermek olarak ifade edilebilmektedir. Young (1985), yaratıcılığı tanımlarken, insanın mantıksal tarafının sezgisel tarafı ile bütünleşmesini içeren potansiyelin gerçekleştirilmesi ifadesini kullanmıştır. Ford ve Harris (1992), bir dereceye kadar var olan değiştirilebilir ve kasıtlı bir süreç olduğunu dile getirmektedir. Hunter ve diğ. (2007), yaratıcılığı, bireyle durum arasında, uygun bir ortam ya da iklim tarafından kolaylaştırılan bir birleşmeden ortaya çıkan durum olarak görmektedir (Fillis, Rentschler, 2010). Yeni fikirlerin ortaya çıkmasında, uygulanabilecek ve sonuç odaklı çözümler sunmada yaratıcılık, önemli bir rol oynamaktadır.

Literatüre göre, üniversite öğrencilerini konu edinen birçok araştırmada girişimcilik, farklı açılardan ele alınarak incelenmiştir. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine yönelik yapılan araştırmalardan bazıları şunlardır: İşcan ve Kaygın (2011); Bilge ve Bal (2012); Kılıç vd., (2012); Türkmen ve İşbilir (2015); Sarıtaş ve Duran (2017) yaptıkları çalışmalarda, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini cinsiyet ve eğitim seviyesi ile aylık gelir gibi demografik özellikler açısından incelemişlerdir. Bozkurt (2006) ile Yüksel vd., (2015) üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Balaban ve Özdemir (2008), Uluyol (2013) ve Çiçek (2016) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörleri ve bu eğilimler ile girişimcilik eğitimi/dersi arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik araştırma yapmışlardır. Çarıkçı ve Koyuncu (2010) ile Alparşlan ve Özmen (2017) öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde kültürel bağlamın etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Bu çalışma ile üniversite eğitimlerine devam eden öğrencilerin yaratıcılık yeteneklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi saptanarak, girişimcilik eğitimi ile girişimci olma isteği arasındaki ilişki, girişimcilik dersi alıp almama bazında değerlendirilmektedir.

Kuramsal Çerçeve

Yaratıcılık

Girişimcilerin, zamanın gereklerine göre hızla değişen ve gelişen teknoloji ile ivme kazanan iletişim dünyasına hızla adapte olmak; karar alma ve karar verme de ortaya çıkabilecek belirsizlikle baş edebilmek için yaratıcılık ile girişimciliğin birlikteliğini uzun süre devam ettirecek çalışmaları gerçekleştirme yolunda çaba sarf etmeleri gerekmektedir. Yaratıcı girişimcilik kavramının sıkça kullanılmaya başlandığı iş dünyasında, yaratıcılığın aranan bir yetkinlik olması ve bu yetkinliğe geleceğin girişimcilerinin sahip olmasının arzulanması üniversiteleri girişimcilik konusunda eğitim vermeye yöneltmiş ve çoğu programlarda ders olarak müfredata eklenmiştir.

Yaratıcılık kavramı sadece sosyal bilimlerde değil psikoloji, sosyal psikoloji gibi farklı disiplinlerde de dikkat çeken bir kavramdır. Literatürde, yaratıcılığı farklı yönlerden ele alan tanımlamalara sıkça rastlanır. Alınan bilginin, yeni bir şekilde ya da yeni bir düşünceye dönüşene kadar yeniden tasarlanma süreci (Bentley, 1999); bilinci yoğunlaşan bireyin kendini tanımaya başlaması (May, 2010); ihtiyaçları gidermek, sorunlara çözüm bulmak için yeni fikirler üretme ve bu fikirleri hayata geçirme süreci (Luecke (2011); bilimden sanata, eğitimden iş alanına ve günlük yaşama kadar insan faaliyetlerinin herhangi bir alanında orijinal, daha önceden var olmayan fikirlerin ortaya çıkarılmasıdır (Amabile, 1997).

Bazı yazarlar yaratıcılığı tanımlamaktan ziyade yaratıcılık konusunda yaptıkları açıklamalarıyla literatürde yerlerini almışlardır. Bu yazarlardan biri olan Young (1985), yaratıcılığı özel olarak tanımlamamış ancak aşağıdaki açıklamayı yapmıştır: *Yaratıcılık kendimizi yerine getirdiğimiz tutumlardır. Yaratıcılık, potansiyelimizin gerçekleştirilmesidir... Mantıksal tarafımızın bizim ile bütünleşmesidir. Yaratıcılık kendiliğinden olmaktan öte bir şeydir; Bazı çözümlere yaklaştığı için farklı düşünceler var: Sadece olasılıklar üretmiyor, aynı zamanda aralarından birini seçiyor. Sadece tuhaf olma ifade edebilecek özgünlükten daha fazlası ... Yaratıcılık, geçmişte süreklilik ifadesinin yanı sıra bir ilerleme ve değişimdir (Young, 1985, s. 78).*

Renzulli, yetenekli ve yaratıcılık tanımına duyulan ihtiyacı, çeşitli yeteneklerin kişinin başarısına katkıda bulunduğu fikrine dayanarak dile getirdi ve 1986'da kültürel olarak çeşitli öğrenciler için kullanımı uygun görünen "üstün yetenekli" ve "yaratıcılık" tanımını önerdi. Torrance (1984), yaratıcılığa verilen kültürel değer ile çocukların yaratıcı performansı arasında da anlamlı bir ilişki buldu. Yazarların yaratıcılıkla ilgili önerdikleri tanım; Yaratıcılık, bir başkası için var olan değiştirilebilir, kasıtlı bir süreçtir. Tanımlanabilir bir işlemle yol alır ve yaratılan ürün benzersizliği ve faydası ile doğrulanır. Buradan hareketle, yaratıcılığın değiştirilebileceği, öğrenilebileceği ve yaratıcı insanların benzersiz ve faydalı ürünler yapabildiği konusunda da hemfikirlerdir (Ford ve Harris, 1992, s.187).

Yaratıcılığın iki ana tanımının var olduğunu ileri süren yazarlar da mevcuttur. İlk olarak, yaratıcılık yeni ve faydalı fikirlerin veya çözümlerin üretimi olarak tanımlanmaktadır (Amabile, 1983a, b; Sternberg, 1988; Gaspersz, 2005; Burselon ve Selker, 2002; Woodman ve diğerleri, 1993; Amabile ve diğerleri, 1996). İkincisi, insanların yeni ve yararlı fikirler düşünmelerini sağlayan zihinsel süreç olarak tanımlanmaktadır (Gaspersz, 2005; Mayer, 1999). İlk tanım hem fikir üretme hem de problem çözüme sürecine ve gerçek fikir veya soruna atıfta bulunur (Amabile, 1983a, b; Sternberg, 1988). İkincisi ise öncelikle zihinsel süreç odaklanmaktadır. Amabile'ye (1983a) göre bu zihinsel süreç beş aşamadan oluşur: problem veya görev sunumu, hazırlık, cevap oluşturma, cevap doğrulama ve sonuç (Klijn, M., Tomic, W. (2010). Yaratma eylemi zaman içinde belirli bir noktada gerçekleşmez, fakat büyük ölçüde değişkenlik gösteren genişletilmiş bir süreç olarak kendini gösterir. Yaratıcılığı yedi aşamalı bir süreç olarak tanımlayan kişi Wallas' tır (1926). Wallas' a göre yaratıcılık sürecinin aşamaları şunlardır;

a. Karşılaşma, bir problemi ya da ele alınması gereken sıra dışı bir şeyi tanımlama aşaması

b. Hazırlık, bilgi toplama ve sorunu araştırma

c. Konsantrasyon, bir çocuk sorunu çözmek için çaba gösterir,

d. Kuluçka, bu aşamada, bir çocuk bir çözümün akla geleceğini umarak kendisini fiziksel olarak durumdan çıkarabilir.

e. Mumlanma, bir sonraki aşama, fikir veya çözüme belirginleşir, bu aşama, özel bir şey keşfettiğimizde hissettiğimiz ve sık sık ifade ettiğimiz Eureka'ya benzer.

f. Doğrulama, bu aşamada bir çocuk, çözümün uygun olduğunu kanıtlamaya çalışır.

g. Son aşama olan ikna, bir çocuk başkasını veya fikrinin sorunu çözdüğü konusunda başka birini ikna etmeye çalıştığı zaman ortaya çıkar.

1982 yılında Motamedi tarafından bir başka yaratıcılık süreci ortaya koyuldu. Motamedi' nin ortaya koyduğu yaratıcılık süreci de Wallas'ın yaratıcılık süreci ile birçok yönden benzeşmekteydi; Çerçeveleme, araştırma, keşfetme, vahiy, doğrulama, çerçeveye oturtma, fark. Wallas'ın süreç modelinden yola çıkarak sorunu tanımladıktan sonra eğitimciler ve psikologlar, sorunu çözüme aşamasına geçtiler. Gay (1978), Torrance (1984) ve Rensulli (1973) bu konuda emek sarf eden yazarlar oldular. Torrance (1981), eğitimcilerin, özellikle ilk yıllarda yaratıcılığa katkıda bulunmaları gerektiğini ileri sürdü (Ford ve Harris, 1992, s.195).

Yaratıcılıkla ilgili literatür incelendiğinde, çalışmaların genel olarak, estetik duyarlılık, sezgi, belirsizliği hoş görme gibi kişisel özellikler kümesinden oluşan incelemeler olduğu görülebilir. Birtakım kişisel özelliklerin yaratıcı başarı ile ilişkili olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Her ne kadar yapılan çalışmalarda kişisel özelliklerin aranmasına rağmen yaratıcı performans dayanağını, yıllarca süren yaratıcılık araştırmalarından almaktadır. Giderek araştırmaların yönünün, bireylerin yaratıcı performansları üzerinde yoğunlaşmaya başladığı söylenebilir (Amabile, 1979, 1982; Amabile, Goldfarb ve Brackfield, 1990; Amabile, & Gyskiewicz, 1989; Amabile, Hennessey, & Grossman, 1986; Carson & Carson, 1993; Koestner, Ryan, Bernieri ve Holt, 1984). Bu araştırmaların birçoğu davranış laboratuvarlarında yapılmış ve içsel motivasyon çerçevesinde yaratıcılık performansını incelemeye yöneliktir. Araştırma sonucunda bir bireyin bir görevi yerine getirmesinin, kendi yaratıcı motivasyonunu etkilediği ve bunun da yaratıcı başarıyı etkilediği sonucuna varılmıştır (Amabile, 1988).

Bireylerin, yüksek düzeyde içsel motivasyon yaşadıklarında yani, bir iş etkinliği konusunda heyecanlandıklarında ve etkinlik uğruna kendileriyle uğraşmakla ilgilendikleri zaman, en yaratıcı oldukları zamandır. Bu şartlar altında, bireyler gereksiz endişelerden arındırılmışlardır Risk almaları, yeni bilişsel yolları keşfetmeleri muhtemeldir. Üstlendikleri görevin iç dünyasına odaklanmış olmaları ve bir fikir ya da bir sorun üzerinde daha uzun süre çalışmak istemeleri olasıdır. Bu tarz çalışmayı ve kalıcılığı teşvik eden durumlar, yaratıcı performans olasılığını arttırmaktadır (Amabile ve ark. 1990). Yaratıcı performans, iki koşulu yerine getiren ürünler, fikirler ya da prosedürler olarak tanımlanabilir;

- Yeni ya da orijinaler ve
- Bir kuruluş için potansiyel olarak alakalı ya da faydalılar.

Ayrıca, mevcut malzemelerin önemli bir rekombinasyonunu veya tamamen yeni malzemelerin kullanılmasını içeriyorsa, bir ürün, fikir veya prosedürü yeni olarak değerlendirmek doğru bir davranış olarak kabul edilebilir. Başka bir deyişle, yaratıcı performans, bireysel düzeyde üretilen ürünler, fikirler ve benzerlerini ifade ederken, yenilikçilik, bu ürünlerin organizasyon düzeyinde başarılı bir şekilde uygulanmasını ifade eder (Oldham ve Cummings, 1996). Yaratıcılık özellikle girişimcilere atfedilen bir nitelik olmakla beraber birçok insan içinde kullanılan bir kavramdır (Morris ve Kuratko, 2002). Yaratıcı insanların kişilik özellikleri diğer insanlara göre farklı özellikler taşırlar. Yaratıcı insanların yeni fikirler üretme yetenekleri daha büyüktür (Cervone ve Pervin, 2008).

King ve Anderson (2002), yaratıcı kişiliğin belirsizlik, özgünlük, ortalamanın üstünde zekâ ve başarı için kararlılık toleransı ile ilişkili olduğunu öne sürmektedir. Feist (1998, s. 299), yaptığı çalışmada yaratıcı insanların, daha özerk, içe dönük, yeni deneyimlere açık, kendine güvenen, kendi kendini kabul eden, güdülenen, hırslı, baskın kişiler olduklarını belirtmektedir. Başkalarından farklı düşünme, genellikle yaratıcılıkla ilişkilidir. Bunun nedeni, yaratıcılığın yeni fikirlerin üretilmesini sağlaması ve radikal problem çözmeyi teşvik etmesidir (Im, Montoya ve Workman, Jr., 2013). Bazı kişilik özelliklerinin, yaratıcı düşünme tarzıyla ilişkili olduğu yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen bir bulgudur (Kelly, 2006). Dışa dönüklük ve deneyime açık olma özelliği, yaratıcılıkla pozitif bir şekilde ilişkilidir. Ancak, farklı sonuçlar bunu doğrulayamaz. Sonuçların bu çeşitliliği bağlamın boyutlarına, örneklem seçimine ve diğer ilgili faktörlere bağlanabilir. Prabhu, Sutton ve Sauser (2008) tarafından açıklandığı gibi, yaratıcı bir kişilik zaman içinde, bir profesyonel alandan diğerine değişebilir.

Teknolojinin sürekli değişimi gerektiren hızı ve küreselleşme özellikle iş dünyasında, kuruluşların uzun süre varlığını koruyabilmek, teknolojinin getirdiği yenilikleri fırsata dönüştürebilmek, küreselleşme ile beraber uluslararası pazarlarda yer edinmek ve yerini daha da sağlamlaştırmak adına, diğerlerinden bir adım da olsa öne çıkabilmek için yaratıcı fikirlerin ön planda olduğu, yenilikçi, esnek çalışma koşullarına sahip iş ortamlarının yaratıldığı, motivasyonu artırıcı girişimcilik uygulamaları geliştirmeleri ve yeni fikirler ile yeni ürünlerin ortaya çıkarılabilmesi noktasında yaratıcılığın öne çıkması gereği bir zorunluluk olarak kabul edilmektedir.

Girişimcilik

Girişimcilik üzerine yapılan birçok araştırma göz önüne alındığında girişimciliğin, çoğunlukla işletme okullarının yönetim odağı ile ilişkili olduğunu, farklı disiplinlerden etkilenen bağımsız bir akademik araştırma dalı olarak ortaya çıktığını kanıtlamaktadır. Cantillon, “An Essay on the Nature of Commerce” adlı çalışmasında, mal ve ürünlerin dolaşımı ve değişimi ile üretimlerinin yanı sıra Avrupa’da girişimciler tarafından ve risk altında gerçekleştirilmekte olduğunu ifade ederek, ilk kez girişimcilik teorisini tanıtmakta, girişimcileri kaynakların ana direktörleri olarak ifade etmektedir. Meslekleri, özellikle rekabet ve değişen zevklerden gelen belirsizlik nedeniyle risklerle gelmektedir. Sonuç olarak, gelirleri çok büyük olabilir, fakat aynı zamanda iflas ihtimali ile de karşı karşıyadırlar. Mülk sahibi arsadan ve kapitalistten daha büyük bir gelir (kira) elde etmekten bağımsızdır veya büyük para sahibi de çıkarlarından bağımsız olarak yaşayabilir. Diğer herkes sonuçta mülk sahiplerinin geçim kaynakları harcamalarına bağlıdır. Buradan hareketle girişimci, sermaye sahibinden ayrı olarak risk üstlenen kişidir (Cantillon, 1730).

Hébert ve Link (1989, s. 47), girişimciyi, malların, kaynakların veya kurumların yerini, şeklini ve kullanımını etkileyen, yargılayıcı kararlar alan, sorumluluk üstlenmede uzmanlaşmış bir kişi olarak tanımlamıştır. Casson ve diğ. (2006) ayrıca, bir olayla ilgili farklı yerlerde, farklı algılara sahip, farklı insanlarla, bilgi kaynaklarının yerleştirildiğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, yargılayıcı kararlar girişimcinin kimliği tarafından şekillenmektedir. Girişimcilik teriminin teorik ve ampirik dayanaklarının ya kısıtlı ya da çok belirsiz olduğu ve insanların girişimcilik terimini kullanma biçimindeki karışıklık konusunda şikayetçi oldukları yönünde bir görüş hakimdir (Ahmad ve Seymour, 2008). Aynı şekilde, Shane ve Venkataraman (2000: 217) eleştirel bir biçimde “girişimciliğin, bir araştırma yerinin tutulduğu geniş bir etiket haline geldiğini” gözlemlerken, Davidsson (2003, s. 2) görür bir “kafa karışıklığı, kimlik krizi belirtileri” ya da hayal kırıklığı olduğunu kabul ediyor.

Girişimciliğin fırsat arayan özelliğine paralel olarak Şahlman’ın ve arkadaşlarının (1997, s.7) yazmış olduğu kitapta bulmak mümkündür. Girişimciliğe yönelik yönetim yaklaşımları bu kitapta, “hali hazırda kontrol edilen kaynaklara bakılmaksızın fırsatın peşinde koşmak” olarak tanımlanmaktadır. Farklı bir açıdan girişimcilik, yeni kurulan ya da var olan bir organizasyon içerisinde, yaratıcılık ve yenilik yapma yoluyla değer yaratmak için bir fırsatın ortaya çıkarılması ve geliştirilmesi, kaynakların veya girişimcinin konumunu dikkate almadan bu fırsattan yararlanma süreci olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik burada hem bireysel hem de örgütsel seviyede ele alınmaktadır (Churchill, 1992).

Venkataraman (1997, s. 120), bilimsel bir alan olarak girişimciliği, gelecekte mal ve hizmetlerin nasıl, ne şekilde ve hangi sonuçlarla keşfedildiğini, yaratıldığını ve sömürüldüğünü ortaya koymayı amaçlayan bir kavram olarak tanımlamaktadır. Robbins (1935) ekonominin popüler tanımı, uç ve kıt kaynaklar arasındaki ilişkinin bilimi olarak tanımlamakta, Shane ve Eckhardt (2003, s. 165) ise girişimcilik fırsatlarını yeni malların, hizmetlerin, hammaddelerin olduğu durumlar olarak, tanımlamaktadır. Bird ise girişimcilik kavramını, bir bireyin veya küçük bir grubun bir organizasyon aracılığıyla değer yaratma, karlı bir işi başlatma ya da büyütme, yeni bir mal ya da hizmet sunma ve katma değer yaratma süreçleri olarak ifade etmektedir (Bird, 1989). Girişimcilik tanımları ile ilgili olarak yapılan çok sayıda araştırmaya rastlamak mümkündür. Yapılan araştırmalarda özellikle akademisyenler tarafından, üzerinde görüş birliği sağlanan konu; girişimcilerin sahip olduğu davranış biçimleri ile ilgilidir. Üzerinde görüş birliğine varılan davranışlar arasında;

- İnisiyatif alma,
- Kaynakları ve koşulları kullanılabilir değerlere dönüştüren sosyal ve ekonomik alanlarda düzenleme yapma,
- Risk ve başarısızlığı kabul etme davranışları yer almaktadır (Hisrich, Peters, 2002).

Başarılı bir girişimci olmakla girişimcinin kişilik özellikleri arasında yakın bir ilişkinin varlığı da günümüzde kabul edilen bir gerçektir. Girişimci, geniş bir anlayış ve algılama yeteneğini birleştirerek güce dönüştüren ve bu güçle bir fayda yaratan kişi olarak tanımlanabilmektedir. Sahip olunan bazı zihinsel yetenekler, eğitim yoluyla ya da başka şekillerde elde edilemeyecek yeteneklerdir. Kendine güven, başarma isteği, başarısızlığa rağmen vazgeçmemek, iş kurmaya istekli olmak, risk üstlenmek, yaratıcılık, fırsatları görerek değişimin gerekliliğini kabullenmek, insanları çalışmak için ikna edebilmek, hoşgörülü olmak gibi özellikler parayla elde edilemeyecek özelliklerdir (Lambing ve Charles, 2000). Buradan hareketle, başarılı girişimcilerin sahip oldukları kişisel özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

- Yaratıcı düşünme yeteneği,
- Yüksek düzeyde çalışma isteği,
- Kararlık, cesaret ve tutku,
- Başkalarıyla üst düzeyde ilişki kurabilme becerisi,
- Kendini her şekilde ifade edebilme becerisi,
- Yaptığı işi sevmesi ve iş motivasyonu,
- Hayal kurma gücü,
- Ekip ve takım çalışmasına yatkınlık,
- Kişisel vizyon ve misyona sahip olma,
- Değişime açık ve istekli olma,
- Esnek davranabilme yeteneği,

- Samimi, güvenilir, sempatik ve esprili olma,
- İnsanları ikna edebilme kabiliyetine sahip olma,
- Yönetim becerisi ve liderlik yeteneğine sahip olma,
- İş bitirme azmi,
- İleri görüşlülük ve fırsatları değerlendirme alışkanlığı (Hisrich and Peters, 1998).

Başarılı girişimcilerin sahip oldukları özelliklerden hareketle çalışmanın birinci hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir.

Hipotez 1: Yaratıcılık, girişimci olma isteğini olumlu etkiler.

Hisrich ve Peters tarafından belirlenen girişimci kişilik özellikleri ışığında, yapılan diğer araştırmalar da göz önüne alınarak bu çalışmada girişimciliğin boyutları, özgüven, fırsatları değerlendirme, risk alma, kontrol odaklılık, kararlılık, yenilikçilik, başarıma isteği olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bu kısmında, girişimcilik boyutları adı altında bu boyutlar ele alınmaktadır.

Girişimcilik Boyutları

Özgüven (Kendine güven): Özgüven ya da başka bir ifadeyle kendine güven, psikolojik bir özellik olarak girişimcilik boyutlarından birini oluşturmaktadır. Genel olarak girişimci, risk alarak kendi işini kurabilen ve kurduğu işini devam ettirebilen kişi olarak ifade edilmektedir. Kendine güven (özgüven), başarılı bir girişimci olmanın en önemli koşullarından biridir. Girişimci sahip olduğu bu özelliğini, ilgi ve uzmanlıkla birlikte arttırabilmektedir. Kurdukları organizasyonların faaliyetlerini başarılı bir şekilde devam ettirebilmelerinde, girişimcilerin kendilerine olan güvenleri önemli rol oynamaktadır. İşyerinde bir şeyleri zamanında yapmak, önemli bilgileri hızlı bir şekilde işletmeye uyarlayabilmek, işlerin planlandığı şekilde aksamadan gerçekleştirilmesini sağlamak noktasında en önemli özellik özgüven yani kendine güvendir (Napier vd., 2006: 38).

Kontrol Odaklılık: Kendine güven, spesifik görevlerin başarıyla üstesinden gelmek olarak ifade edilirken, kontrol odağı, faaliyetlerin sonuçları üzerinde birinin gücünün diğerlerinden daha fazla olmasını ifade etmektedir (Pihie, 2009: 338). Kontrol odağı teorisi ilk olarak Rotter (1954) tarafından ileri sürülmüştür. Rotter kontrol odağı teorisini, içsel ve dışsal kontrol olarak incelemiştir. Teori, içsel kontrol odağına sahip olan kişilerin yetenekleriyle, becerileriyle ve uğraşlarıyla olayların sonuçlarını etkileyebileceklerini ileri sürerken, dışsal kontrol odağına sahip olan kişilerin ise olayların sonuçlarını kendilerinin değil, şans ve talih gibi dışsal olayların belirleyebileceğini ileri sürmektedir. Girişimcilik faaliyetlerinde içsel kontrol odağının etkili olduğu yönünde yazında, çok sayıda çalışmaya rastlanmaktadır (Kaufmann vd., 1995: 43).

Fırsatları Değerlendirme: Küresel rekabet koşullarında firmaların hayatta kalmaları ve yüksek başarı sağlamaları için yeni fırsatları belirleme ve kovalama, önemli bir araç olarak kabul edilmektedir. Yeni fırsatları belirleme ve kovalama, gelişen pazarlara katılmada öncü olma, firma seviyesindeki girişimcilik faaliyetleriyle daha çok ilişkilidir. Girişimciliğin bir diğer boyutunu ortaya koyan bu durum, genel olarak proaktiflik kavramıyla da ifade edilebilmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 146).

Risk Alma: Girişimci için risk, zorunlu koşuldur. Riski avantaja dönüştürmek ve bundan fayda sağlamak, girişimci için gerekli ön koşuldur. Diğer insanlara nazaran girişimciler, daha çok risk alma eğilimine yatkındırlar (Macko ve Tyszka, 2009: 470).

Yenilikçilik: Girişimciliğin temelini oluşturan bir kavramdır. Herhangi bir fikir ya da düşünceyi, mal ve hizmet üretimine dönüştürmek olarak tanımlanmaktadır (McDaniel, 2002: 7). Girişimciyi yenilikçi bir kişi olarak tanımlayan kişi, Schumpeter (1934)' dir. Girişimciler yeni bir ürün, yeni bir organizasyon yapısı, yeni ürün süreçleri ve yeni bir işletme yapısı ile işe koyulmaktadır (Sundbo, 1998: 22).

Kararlılık: Gerçek bir girişimci için motivasyon kaynağı, başarıdır. Kararlılık, başarıya ulaşmak için duyulan güçlü bir arzudur. Yaşanan zor durumlardan ve zamanlardan sonra yeniden, kendine gelme ve toparlanma kabiliyeti olarak da açıklanabilmektedir.

Başarma İsteği: Başarı ihtiyacı teorisi, McClelland tarafından 1961 yılında ileri sürülen bir teoridir. Teoriye göre başarı ihtiyacı, girişimcilik davranışlarını etkileyen önemli bir faktördür. McClelland' a göre başarıma ihtiyacı, girişimciliğe çeşitli yönlerden katkılar sağlamaktadır. Hisrich ve Peters' e göre başarıma ihtiyacı, insanları girişimciliğe yöneltmekte, kontrollü riskleri üstlenmeye yöneltmekte, problem çözüme becerisini geliştirmekte ve hedeflerin belirlenmesine katkıda bulunmaktadır (Hisrich ve Peters, 1998: 70).

Girişimciliği çekici kılan birçok faktör bulunmakla birlikte, girişimciliği engelleyen faktörlerin sayısının da azımsanmayacak kadar çok olduğu ifade edilmektedir. Girişimciliğe engel olan bu faktörler; kuruluş sermayesini temin etmede karşılaşılan zorluklar, kuruluş sermayesi maliyetinin yüksek olması, iş çevresinin barındırdığı riskler, yasal kısıtlamalar, girişimcilik eğitiminin verilmemesi, girişimci imajının tam ve doğru olarak algılanamaması, insan kaynakları alanında karşılaşılan sorunlar ve sınırlamalar ile kişisel özellikler olarak sıralanabilmektedir (Wickham, 2006: 103). Girişimcilik boyutlarının arttırılması ya da azaltılması, yapılan araştırmaların incelenerek göz önüne alınmaları sonucunda araştırmayı yapan kişinin incelemek istediği

konu ile birlikte farklılık gösterebilmektedir. Yazında bu çalışmada yer almayan farklı boyutlara rastlamak olasıdır. Örneğin, Proaktiflik boyutu bunlardan biridir.

Amabile' ye göre proaktivite, belirlenmiş iş yollarını kırarak gerçekleştirme ile ilgilidir. Yaratıcılık, çevreye karşı algısal bir tepki içermektedir, kurumun değişen çevresel koşulların bir sonucu olarak gelişen fırsatlardan yararlanmasına izin verir. Firmaların, küreselleşmenin getirdiği rekabet ortamında hayatta kalmaları ve üstün başarı sağlamaları için önemli bir araç olarak görülmektedir. Yeni fırsatları belirleme ve bunların peşinden gitme ile gelişen pazarlara katılma bakımından öncü olma, firma seviyesindeki girişimcilik faaliyetleriyle çok yakından ilişkilidir. Bu şekilde girişimciliğin farklı bir yönünü ortaya koyan bu durum proaktiflik kavramıyla ifade edilmektedir (Amabile, 1988).

Kaynakların öncülüğünde yapılan açıklamalara bağlı olarak yaratıcılık yeteneği ve girişimciliğin boyutları arasındaki ilişki yönünden aşağıdaki hipotezler varsayılabilir;

Hipotez 2a: Yaratıcılık ile girişimciliğin özgüven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2b: Yaratıcılık ile girişimciliğin fırsatları değerlendirme boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2c: Yaratıcılık ile girişimciliğin risk alma boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2d: Yaratıcılık ile girişimciliğin kontrol odaklılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2e: Yaratıcılık ile girişimciliğin kararlılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2f: Yaratıcılık ile girişimciliğin yenilikçilik boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2g: Yaratıcılık ile girişimciliğin başarıma isteği boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Girişimcilik Niyeti (Girişimci Olma İsteği)

Girişimcilik niyeti, bir kişinin dikkatini girişim yaratma amacını yerine getirmeye odaklayan bilinçli bir zihin durumunu ifade eder (Bird, 1988). Niyetler, girişimciliğin bir göstergesi olarak ele alınmaktadır. Araştırmacılar genellikle girişimci niyetlerini üç temel faktöre göre izlerler. İlk olarak, niyetler, bir kişinin davranışa karşı tutumu tarafından harekete geçirilir. Bu durum, algılanan sonuçların ağırlıklı toplamı ve içsel ödülleri de dahil olmak üzere davranışın farklı sonuçlarının olasılığı olarak görülmektedir. İkinci faktör algılanan sosyal normlardır. Bu da aile, arkadaşlar, meslektaşlar ve müşteriler gibi ilgili grupların inançlarının girişimcinin niyetlerini etkileyeceği anlamına gelir. Son olarak, bir kişinin öz yeterliliğinin niyetleri etkileyeceğidir. Girişimcilik davranışını özyeterliliğin önemli ölçüde etkilediği bulunmuştur ve bu nedenle bazı eylemlerin algılanan fizibilitesinin artırılması girişimcilik niyetlerinin artırılması için oldukça önemlidir (Krueger ve ark. 2000).

İlk araştırmalar daha çok yeni bir işe başlama kararını etkileyen faktörler üzerine, özellikle de kişilik özelliklerine yoğunlaşmıştır (Low ve MacMillan, 1988). Ancak, girişimcilik yazınında, girişimciyi analiz eden eksiksiz bir kişilik özellikleri seti tanımlanamamıştır (Shaver, 1995). Girişimcilik niyetlerinin klavuzu olarak, girişimciliğe yönelik tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranış kontrolü belirlenmiştir (Krueger ve ark. 2000). Bu alandaki, çalışmalar bilginin etkisini vurgulayan çalışmalardır. İnsanların değerlendirme yapmak için kullandığı yapılar, girişimcilik niyeti üzerine yapılan fırsat değerlendirmesi ve girişim oluşturma tarzını içeren hususlardan oluşmaktadır (Mitchell vd, 2002, s. 97). Bu noktada girişimci, yeni bir ürün, yeni bir ürün veya hizmet, yeni bir pazar, yeni bir üretim veya hammadde ya da mevcut teknolojileri organize etmenin yeni bir yolunu yaratma fırsatını yakalayan ve keşfeden bir bireydir. (Baron ve Ward, 2004, s 554).

Girişimcilik Eğitimi

Girişimci kişilik özelliklerinin ortaya çıkarılmasında önemli bir etkiye sahip olan girişimcilik eğitiminin, sahip olunan kişilik özelliklerinin artırılmasında da güçlü bir etkiye sahip olduğu yapılan araştırmalar neticesinde ulaşılan sonuçlardandır. Girişimcilik eğitimi ile potansiyel birer girişimci olan üniversite öğrencilerine, girişimcilik bilincinin ve becerilerinin girişimcilik eğitimi ile kazandırılması amaçlanmaktadır.

Solomon ve Fernald (1991)' in ABD de yapmış oldukları araştırma sonucunda, üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimlerinin arttığını ortaya çıkarmışlardır (Solomon ve Fernald, 1991). Son yıllarda sadece ABD' de değil ülkemizde dahil olmak üzere tüm dünyada girişimcilik eğitimi büyük önem kazanmıştır. Dugassa (2012) girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci olma yolunda motivasyonunu arttırdığını belirtmektedir. Aynı çalışmada girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğitimi

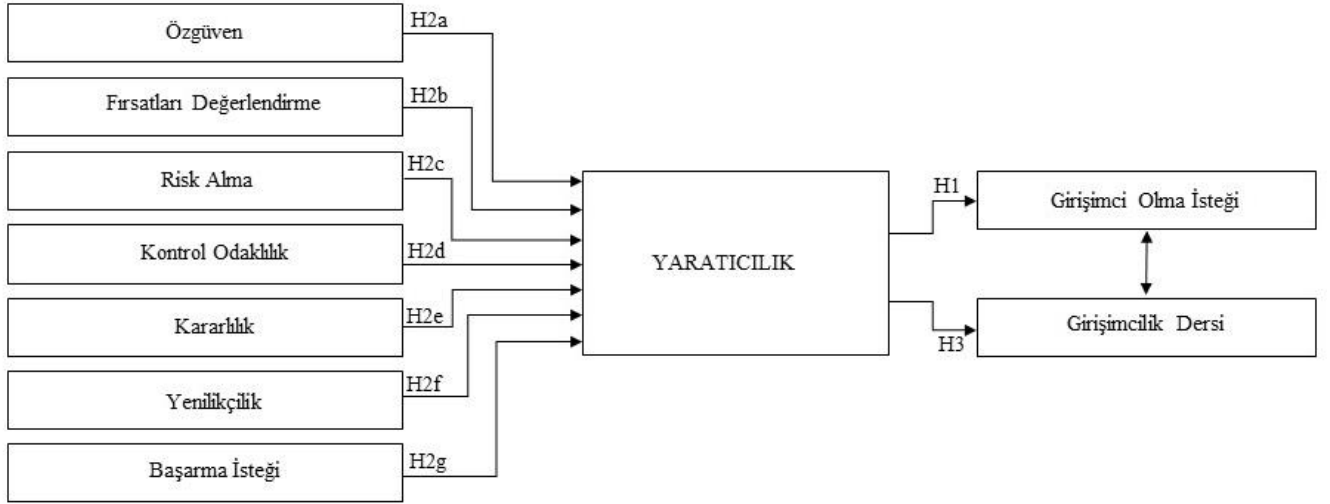
almayan öğrencilere göre daha fazla girişimci olma niyetine sahip olduklarını belirtmektedir. Uygulanan girişimcilik eğitimi yoluyla girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak gören öğrencilere yönelik çevresindeki yakın kişilerin tutumları da örneğin, yakın arkadaş ve ailenin tutumu gibi olumlu yönde değiştiği görülmüştür (Dugassa, 2012). Girişimcilik programlarının çoğunda en önemli pedagojik araç, öğrencilerin bir iş planı yazmayı öğrenmelerini sağlamaktır (Hills, 1988; Johannisson ve diğerleri, 1998). Gelecekteki girişimcilik programlarının, yaşanan hızlı değişimlerin bir sonucu olarak ana bileşenleri olabilecek diğer faaliyetlere odaklanmak için iş planlamasına odaklanmanın ötesine geçilmesi gerekmektedir.

Türkiye’ de üniversitelerde girişimcilik derslerinin verilmesine son dönemlerde başlanmıştır. Yüksek Öğrenim Kurumu’ na sunulan yüksek lisans ve doktora tezleri arasında girişimcilik konulu çalışmalar giderek artmaktadır. Ayrıca, girişimcilik, araştırma merkezlerinin konusu da olmaya başlamıştır. Bu doğrultuda Anadolu Üniversitesi’ nde 2002 yılında “Girişimcilik Eğitim ve Araştırma Merkezi” kurulmuştur. Üniversiteler dışında kurulmuş olan vakıfların başarılı çalışmaları neticesinde de girişimcilik eğitimi verilebilmektedir. **TEGEV** (Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı) ve Genç Başarı Eğitim Vakfı bu vakıflardan sadece iki tanesidir. Bu sivil toplum girişimlerinin katkısı ile eğitimde önemli değişiklikler yapılagelmektedir.

Ülkemizde girişimcilik eğitimiyle ilgili olarak faaliyet gösteren diğer bir kuruluş, 1998 yılında KOSGEB tarafından kurulmuş olan Girişimcilik Enstitüsü’ dür. Enstitü direkt olarak girişimcilere, iş planı yazılması konusunda eğitimler vermektedir. 1980’ ler den sonra yaşanan ekonomik gelişmeler serbest piyasa ekonomisine geçilmesiyle sonuçlanmış, bu doğrultuda devletin ekonomi içindeki rolü azalmış, özel sektörün ağırlığı artmıştır. Küçük ve orta boyutlu işletmeler, giderek daha fazla önem kazanmış ve birtakım teşviklerle güçlendirilmeye çalışılmıştır (Bayraktar, 2008). Çalışmanın son hipotezi girişimcilik eğitimi ile girişimci olma isteği (girişimcilik niyeti) arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi bakımından aşağıdaki şekilde varsayılabilir;

Hipotez 3: Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimci olma istekleri daha yüksektir.

Yaratıcılık performansının girişimci olma isteği üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılması amaçlanan bu çalışmada hipotezler çerçevesinde geliştirilen araştırma modeli ve hipotezler Şekil 1’ de yer almaktadır.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Yöntem

Araştırmaya katılan katılımcılar, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, elde edilen veriler ve verilerin analizi bu araştırmanın yöntem kısmını oluşturmaktadır. Araştırmada Mersin Üniversitesinde eğitim gören toplam 300, ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerinden yüz yüze anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin girişimci olma yolundaki istekleri girişimcilik boyutları ile yaratıcılık ilişkisinden yola çıkılarak incelenmekte, girişimcilik isteği girişimcilik dersi alıp almama bazında değerlendirilmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin 151’ i erkek, 149’ u kadındır.

Örnekleme

Araştırmanın örneklemini Mersin Üniversitesi’ n de eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklemin %50,3’ ü erkek, % 49,7’ si kadındır. Katılımcıların % 4,7’ sinin medeni durumu evli olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %63,7’ si 21 – 26 yaş

aralığında yer alırken, % 1,7' si ise 39 ve üzeri yaştaki öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrenim durumlarının yüzde dağılımları, ön lisans öğrencisi %49,7, lisans öğrencisi % 39,3, yüksek lisans öğrencisi % 5,0, doktora öğrencisi % 6,0 olarak gerçekleşmiştir. Öğrencilerin %68,3 'ü girişimcilik dersi almamış, % 31,7' si ise girişimcilik dersi almıştır.

Ölçekler

Araştırma için hazırlanan anket, öğrencilere elden dağıtılmıştır. Yüz yüze elden dağıtıldıktan sonra öğrenciler tarafından doldurulan 300 adet anket SPSS 16.00 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Anketin birinci bölümünde, Zhou ve George (2001)'nden uyarlanan üç maddelik yaratıcılık ile ilgili ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde, Yılmaz ve Sünbül (2009), tarafından geliştirilen **Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği** kullanılmıştır. Ölçek, 36 maddeden oluşan Likert tipi bir forma sahiptir. Cümleler, "Çok sık" (5)'den "Hiçbir zaman" (1)'e uzanan 5'li aralıklı ölçek formunda düzenlenmiştir. Ölçekte, demografik sorular ile öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Üçüncü bölüm, öğrencilerin girişimcilik dersi alıp almadığını belirlemeye yönelik hazırlanan ifadelerden oluşmaktadır. Anketin dördüncü ve son bölümünde ise üniversite öğrencilerine yönelik kişisel bilgiler yer almaktadır.

Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından hazırlanan 36 maddelik Girişimci Olma İsteği Ölçeğinin iç tutarlılıkları yazarlar tarafından her madde için ayrı ayrı belirlenmiştir. Girişimcilik yedi boyut altında incelenmiştir. Bu boyutlar, özgüven, fırsatları değerlendirme, risk alma, kontrol odaklılık, kararlılık, yenilikçilik, başarıma isteği boyutlarıdır. Faktör analizinde kullanılan girişimci olma isteği ölçeğinin boyutlarını oluşturan yedi faktör, daha önceden yapılmış olan çalışmalar değerlendirilerek oluşturulmuştur (Tiftik ve Zincirkıran, 2014). Çalışmada, öğrencilerin girişimcilik eğilim düzeylerinin değerlendirilmesi için Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından hazırlanan kriterler dikkate alınmıştır. Girişimcilik eğilim düzeylerinin puanlanabilmesi için hazırlanan tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre;

Tablo 1: Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Puanlanması

PUANLAR	GİRİŞİMCİ OLMA İSTEĞİ DÜZEYİ
36-64	Çok düşük girişimcilik
65-92	Düşük girişimcilik
93-123	Orta düzeyde girişimcilik
124-151	Yüksek girişimcilik
152-180	Çok yüksek girişimcilik

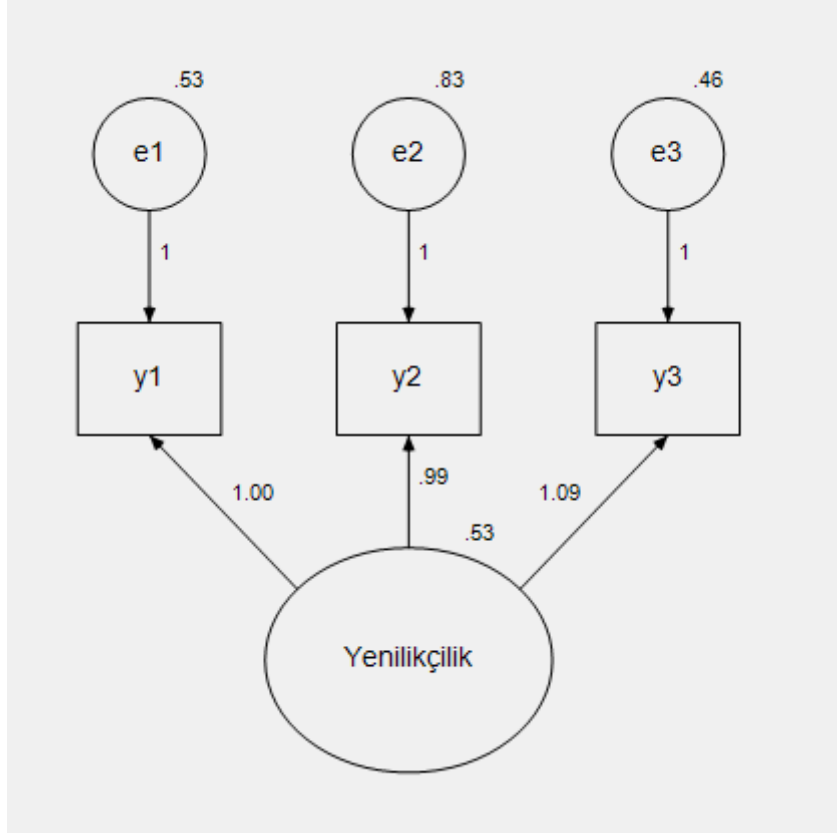
Puanlar belirlenirken, ankette yer alan tüm sorulara tek bir seçeneğin işaretlenmiş olması varsayımından hareketle hesaplamalar yapılmıştır. Ankette, 5. Çok sık seçeneğinin işaretlenmesi halinde en yüksek puan $5 \times 36 = 180$; tüm sorulara 1. Hiçbir zaman seçeneğinin işaretlenmesi halinde $1 \times 36 = 36$ puan verilerek, 36 ile 180 arasında bölümlendirme yapılarak puan aralıkları belirlenmiştir (Uluyol, 2013).

Verilerin Analizi

Verilerin güvenilirliği (Cronbach Alpha) test edilmiştir. Değişkenleri daha sağlıklı ve doğru biçimde belirlemek ve kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini sınamak amacıyla, verilere doğrulayıcı faktör analizi (Confirmatory Factor Analysis) uygulanmıştır. Ölçeğimiz, tek boyutlu, 5' li Likert türü bir ölçektir. Ölçeğimizin güvenilirliği, 0.735 olarak bulunmuş olup güvenilirdir. Araştırmanın hipotezleri, Korelasyon ve bağımsız örnekler için t testi ve varyans analizlerinden yararlanılarak test edilmiştir.

Yaratıcılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

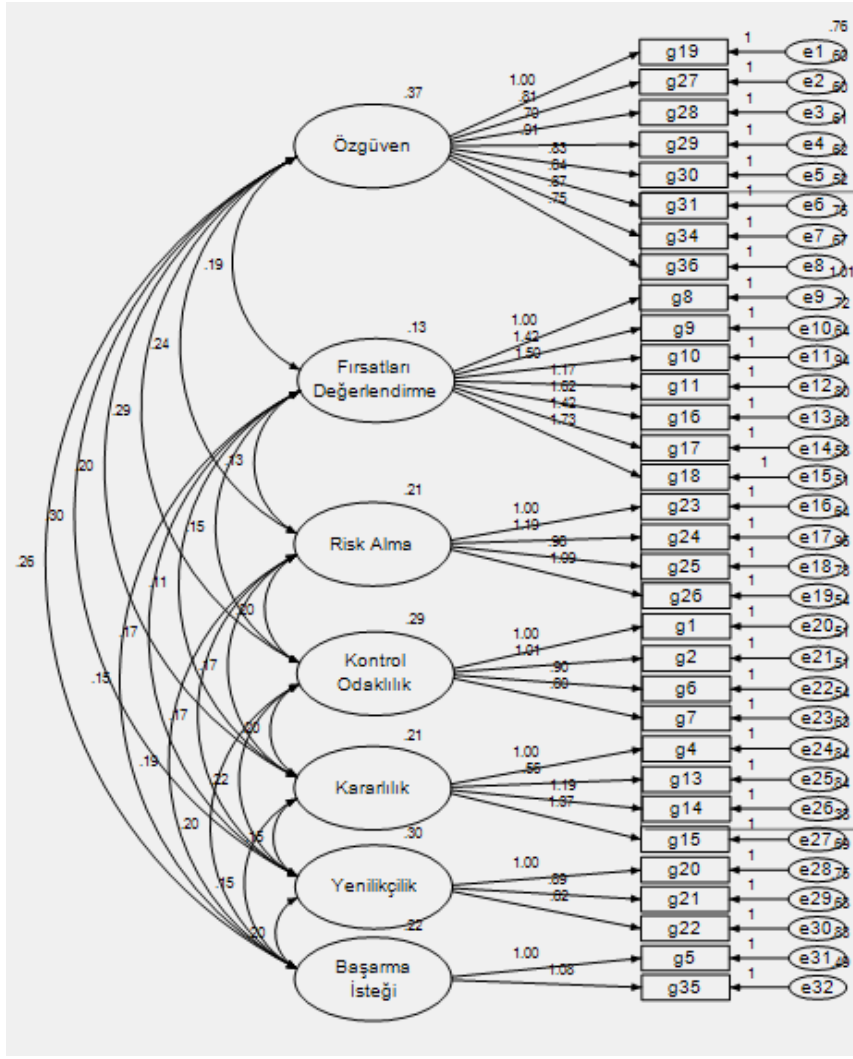
Yaratıcılık ölçeği 3 ifadeden oluşmaktadır, dolayısıyla alt boyutlar yer almamaktadır. Ölçeğin geçerliliğine ilişkin parametrelere bakıldığında $C_{min}/df=10.766$, $GFI=.956$, $AGFI=.869$, $CFI=.900$, $NFI=.891$, $TLI=.850$, $RMSEA=.181$.



$\chi^2=21.532$, $p\text{-value}=.000$, $C_{min}/df=10.766$, $GFI=.956$, $AGFI=.869$, $CFI=.900$, $NFI=.891$, $TLI=.850$, $RMSEA=.181$.

Girişimcilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yaratıcılık ölçeğinde yer alan 32 madde, özgüven, fırsatları değerlendirme, risk alma, kontrol odaklılık, kararlılık, yenilikçilik ve başarıma isteği olmak üzere 7 alt boyut ile açıklanmıştır. Analiz sonuçlarına bakıldığında tüm ifadeler için istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.001$) olduğu görülmektedir. Ölçeğin geçerliliğine ilişkin parametrelere bakıldığında $C_{min}/df=2.127$, $GFI=.70$, $AGFI=.80$, $CFI=.79$, $NFI=.70$, $TLI=.77$, $RMSEA=.061$ olduğu görülmektedir.



Chi-square=942.272, p-value=.000, Cmin/df=2.127, GFI=.70 AGFI=.80, CFI=.79, NFI=.70, TLI=.77, RMSEA=.061

Ölçekler için Güvenirlik Analizi

Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini tespit edildikten sonra, güvenilirliğinin tespiti amacıyla SPSS programında tüm boyut ve alt boyutlar bazında güvenilirlik analizi uygulanıp detaylı sonuçlar bu bölümde yer almaktadır. Yaratıcılık ölçeği 3 ifadeden oluştuğu için alt boyut tanımlaması olmadan ölçek maddelerin iç tutarlılık anlamındaki güvenilirlik katsayısı incelenmiştir. Tabloya göre, ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.735'tir. Buna göre 3 ifadeden oluşan yaratıcılık ölçeğinin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 2. Yaratıcılık Ölçeği Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Madde Numaraları	Madde Sayısı	Güvenirlik Katsayısı
Yaratıcılık Tüm Ölçek		3	0.735

Girişimcilik ölçeği güvenilirlik analizi sonuçları tablo 3'te yer almaktadır. Faktörlere düşen maddeler göz önüne alınarak faktör tanımlamaları yapılmış ve bu faktörlere düşen maddelerin iç tutarlılık anlamındaki güvenilirlik katsayısı incelenmiştir.

Tablo 3. Girişimcilik Ölçeği Faktör Maddelerinin Güvenirlik Katsayıları

Faktörler	Madde Numaraları	Madde Sayısı	Güvenirlik Katsayısı
Faktör 1 – Özgüven	19, 27, 28, 29, 30, 31, 34, 36	8	0.763
Faktör 2 - Fırsatları Değerlendirme	8, 9, 10, 11, 16, 17, 18	7	0.702
Faktör 3 - Risk Alma	23, 24, 25, 26	4	0.592
Faktör 4 - Kontrol Odaklılık	1, 2, 6, 7	4	0.649
Faktör 5 – Kararlılık	4, 13, 14, 15	4	0.534
Faktör 6 – Yenilikçilik	20, 21, 22	3	0.504
Faktör 7 - Başarma İsteği	5, 35	2	0.419
Girişimcilik Tüm Ölçek		32	0.903

Ölçekteki tüm alt boyutların ve genel ölçeğin güvenirliği istenilen şekildedir. Genel olarak ölçekteki tüm maddelerin güvenirlik katsayısına bakıldığında 0.903 ile çok yüksek olduğu, yani tüm ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırma Bulguları

Betimleyici İstatistikler

Tablo 4. Demografik Bilgiler

Özellikler	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Erkek	151	50,3
Kadın	149	49,7
Toplam	300	100,0

Medeni Durum		
Bekar	286	95,3
Evli	14	4,7
Toplam	300	100,0
Yaş		
0-20 yaş	78	26,0
21-26 yaş	191	63,7
27-32 yaş	16	5,3
33-38 yaş	10	3,3
39 ve üzeri	5	1,7
Toplam	300	100,0
Öğrenim Durumu		
Ön lisans öğrencisi	149	49,7
Lisans öğrencisi	118	39,3
Yüksek lisans öğrencisi	15	5,0
Doktora öğrencisi	18	6,0
Toplam	300	100,0
Girişimcilik Dersi		
Almış	95	31,7
Almamış	205	68,3
Toplam	300	100,0
Girişimcilik Dersi Puanı		
0-50 puan	1	,3
51-60 puan	4	1,3
61-80 puan	29	9,7
81-90 puan	39	13,0

91-100 puan	22	7,3
Toplam	95	31,7
Missing System	205	68,3
Toplam	300	100,0

Frekans analizi sonuçlarına göre ankete katılan öğrencilerin %50,3 'ü erkek, %49,7' si kadındır. Öğrencilerin %4,7 'sinin medeni durumu evli olarak belirlenmiştir. Yaş aralığına baktığımızda, öğrencilerin %63,7 'sinin 21 – 26 yaş aralığında yer aldığı görülmektedir. % 1,7' si 39 ve üzeri yaştaki öğrencileri kapsamaktadır. Öğrenim durumları göz önüne alındığında yüzde dağılımı; ön lisans öğrencisi %49,7, lisans öğrencisi %39,3, yüksek lisans öğrencisi % 5,0 ve doktora öğrencisi %6,0 olarak gerçekleşmiştir. Üniversitede Girişimcilik dersi alan öğrencilerin ve aldıkları puanların dağılımları ise şu şekildedir; Öğrencilerin %68,3 'ü girişimcilik dersi almamış, öğrencilerin %31,7' si ise girişimcilik dersi almıştır.

Yaratıcılık ile Girişimcilik Ölçekleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Çalışmanın araştırma modelinde kurgulanan, yaratıcılık ile girişimcilik boyutları arasındaki hipotezler korelasyon analizi yardımıyla incelenmiştir. Yaratıcılık ile girişimcilik ve girişimcilik alt boyutları arasındaki korelasyon analizine ilişkin sonuçlar, Tablo 5' te yer almaktadır. Buna göre iki ölçek arasında pozitif ve orta derecede bir ilişki vardır. Tabloya göre, girişimcilik ve yaratıcılık ölçeğinden oluşturulan ortalama puanlar arasında pozitif yönlü orta derecede ($r=0.372$) anlamlı bir ilişki vardır. Bir başka deyişle, yaratıcılık ölçeğine ilişkin puanlar arttığında girişimcilik artmakta, aynı şekilde yaratıcılık azaldığında girişimcilik de azalmaktadır. Buradan hareketle, “**H1: Yaratıcılık girişimci olma isteğini olumlu yönde etkiler**” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 5. Yaratıcılık Ölçeği ile Girişimcilik Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

	Yaratıcılık Ölçeği		
	r	Sig.	n
Girişimcilik Ölçeği	,372	0.000 *	300
Faktör1 Özgüven	,317	0.000 *	300
Faktör2 Fırsatları değerlendirme	,301	0.000 *	300
Faktör3 Risk Alma	,278	0.000 *	300
Faktör4 Kontrol odaklılık	,327	0.000 *	300
Faktör5 Kararlılık	,201	0.000 *	300
Faktör6 Yenilikçilik	,191	0.001 *	300

Faktör7 Başarma isteği	,349	0.000 *	300
------------------------	------	---------	-----

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

Benzer şekilde girişimcilik alt boyutları ile yaratıcılık arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında, tüm ilişkilerin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Sonuç olarak yaratıcılık ile girişimciliğin tüm alt boyutları arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler vardır. İlişkilerin gücü orta ve zayıf seviyede görülmektedir. En güçlü ilişkinin olduğu alt boyutlar sırasıyla, başarıma isteği ($r=0.349$), kontrol odaklılık ($r=0.327$) ve özgüven ($r=0.317$) olarak belirlenmiştir.

Buna göre çalışma hipotezlerinden “**H2g: Yaratıcılık ile girişimciliğin başarıma isteği boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2d: Yaratıcılık ile girişimciliğin kontrol odaklılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2a: Yaratıcılık ile girişimciliğin özgüven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**” hipotezleri desteklenmiştir. Çalışmada en zayıf ilişki, yaratıcılık ile girişimciliğin alt boyutlarından yenilikçilik ($r=0.191$) boyutu olarak belirlenmiştir. Zayıf ilişkiden orta seviyede ilişkiye doğru yaratıcılık ve girişimcilik boyutları arasındaki ilişki düzeyi sırasıyla, kararlılık ($r=0.201$), risk alma ($r=0.278$) ve fırsatları değerlendirme ($r=0.301$) boyutları olarak belirlenmiştir. Buradan hareketle çalışma hipotezlerinden “**H2b: Yaratıcılık ile girişimciliğin fırsatları değerlendirme boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2c: Yaratıcılık ile girişimciliğin risk alma boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2e: Yaratıcılık ile girişimciliğin kararlılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**” ve “**H2f: Yaratıcılık ile girişimciliğin yenilikçilik boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**” hipotezleri desteklenmiştir.

Bağımsız Örnekler İçin T Testi

Belirlenen demografik değişkenler bazında öğrencilerin, yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları bazında farklılıklar, bağımsız örnekler için t testi yardımıyla incelenmiştir.

Girişimcilik Dersi Bazında Farklılıkların İncelenmesi

Çalışmamızda belirlenen 3. Hipoteze göre yaratıcılık, girişimcilik ölçekleri ve girişimcilik alt boyut parametreleri girişimcilik dersi alıp almama değişkeni bazında ortalamalar arasında farklılık olup olmadıkları incelenmiştir.

Tablo 6. Girişimcilik Dersi Durumu Bazında Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Farklılıklarının İncelenmesi

	Girişimcilik Dersi	n	Ortalama	Standart Sapma	t	P
Yenilikçilik	Almamış	205	3.70	0.78	1.987	.048*
	Almış	95	3.48	1.04		
Girişimcilik	Almamış	205	3.80	0.50	.329	.742
	Almış	95	3.78	0.44		
Faktör 1 Özgüven	Almamış	205	3.90	0.60	.775	.439

	Almış	95	3.85	0.55		
Faktör 2 Fırsatları değerlendirme	Almamış	205	3.74	0.62	.052	.958
	Almış	95	3.74	0.57		
Faktör 3 Risk Alma	Almamış	205	3.64	0.69	-.459	.647
	Almış	95	3.68	0.58		
Faktör 4 Kontrol odaklılık	Almamış	205	3.95	0.62	1.293	.197
	Almış	95	3.85	0.61		
Faktör 5 Kararlılık	Almamış	205	3.82	0.61	-.038	.969
	Almış	95	3.82	0.63		
Faktör 6 Yenilikçilik	Almamış	205	3.64	0.70	-.813	.417
	Almış	95	3.71	0.66		
Faktör 7 Başarma isteği	Almamış	205	3.83	0.77	.674	.501
	Almış	95	3.77	0.72		

Bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına bakıldığında, girişimcilik dersi almış ve almamış öğrenci gruplarının sadece yenilikçilik bazında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ayrıştığı görülmektedir. Buna göre girişimcilik dersi almamış kişilerin yenilikçilik ölçek puanları 3.70 ile girişimcilik dersi almış kişilerden daha yüksektir ve bu farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Öte yandan girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları, girişimcilik dersi alıp almama durumu bazında ayrılmamaktadır. Girişimcilik ölçeği ve alt boyutlar için sig. değerleri 0.05'ten büyük olduğu için "**H₃: Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimci olma eğilimleri daha yüksektir**" hipotezi kabul edilerek gruplarına göre ortalamalar açısından ayrılmamaktadır sonucu elde edilmektedir.

Cinsiyet Bazında Farklılıkların İncelenmesi

Yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyut parametrelerinin cinsiyet değişkeni bazında ortalamalar arasında farklılık olup olmadıkları bağımsız örnekler için t testi yardımıyla incelenmiştir.

Tablo 7. Cinsiyet Değişkeni Bazında Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Farklılıklarının İncelenmesi

	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	t	P
Yenilikçilik	Erkek	151	3.72	0.88	1.879	.061
	Kadın	149	3.53	0.87		
Girişimcilik	Erkek	151	3.85	0.50	1.915	.057
	Kadın	149	3.74	0.46		
Faktör1 Özgüven	Erkek	151	3.93	0.59	1.259	.209
	Kadın	149	3.84	0.57		
Faktör2 Fırsatları değerlendirme	Erkek	151	3.77	0.62	.826	.410
	Kadın	149	3.71	0.59		
Faktör3 Risk Alma	Erkek	151	3.76	0.65	2.992	.003*
	Kadın	149	3.54	0.64		
Faktör4 Kontrol odaklılık	Erkek	151	3.96	0.62	1.142	.254
	Kadın	149	3.88	0.60		
Faktör5 Kararlılık	Erkek	151	3.85	0.61	.828	.408
	Kadın	149	3.79	0.63		
Faktör6 Yenilikçilik	Erkek	151	3.73	0.68	1.705	.089
	Kadın	149	3.59	0.69		

Faktör7 Başarma isteği	Erkek	151	3.92	0.77	2.536	.012*
	Kadın	149	3.70	0.73		

Bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına bakıldığında, girişimcilik alt boyutlarından risk alma ($t=2.992$, sig. <0.05) ve başarıma isteği ($t=2.536$, sig. <0.05) puanları cinsiyet bazında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ayrıştığı görülmektedir. Buna göre her iki boyu için de kadınların ortalama puanları daha düşüktür, bir başka deyişle kadınların risk alma ve başarıma isteği seviyelerinin erkeklere göre daha düşük olduğu ve bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Öte yandan yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve alt boyutlardan özgüven, fırsatları değerlendirme, kontrol odaklılık, kararlılık ve yenilikçilik parametre ortalamaları, sig. değerleri 0.05'ten büyüktür ve gruplarına göre ortalamalar açısından ayrışmamaktadır sonucuna ulaşılmaktadır.

Öğrenim Durumu Bazında Farklılıkların İncelenmesi

Yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyut parametrelerinin öğrenim durumu değişkeni bazında ortalamalar arasında farklılık olup olmadıkları tek yönlü varyans analizi yardımıyla incelenmiştir. Gruplar arası farklılıkların incelendiği istatistiksel testlerde, anlamlılıklar çift yönlü 0,05 düzeyinde denetlenmiş; p değeri 0,05'ten küçük olan sonuçlarda gruplar arasında farklılıklar "anlamlı" olarak kabul edilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve ölçek alt boyutlarının her birinin aritmetik ortalamaları farklı öğrenim grupları bazında farklılık gösterip göstermediğine ilişkin uygulanan varyans analizi testi sonuçları Tablo 8' de yer almaktadır.

Tablo 8. Öğrenim Durumu Değişkeni Bazında Farklılıkların İncelenmesi

	Grup	n	Ort.	St. Sapma	F	p	Fark
Yenilikçilik	Ön Lisans	149	3.67	0.82	.607	.545	-
	Lisans	118	3.56	0.94			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.70	0.88			
Girişimcilik	Ön Lisans	149	3.83	0.46	5.570	.004*	2-3
	Lisans	118	3.70	0.50			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.98	0.42			
Faktör1 Özgüven	Ön Lisans	149	3.91	0.58	4.180	.016*	2-3
	Lisans	118	3.79	0.61			
	Yüksek Lisans Doktora	33	4.11	0.42			

Faktör2 Fırsatları değerlendirme	Ön Lisans	149	3.78	0.55	4.692	.010*	2-3
	Lisans	118	3.63	0.65			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.97	0.60			
Faktör3 Risk Alma	Ön Lisans	149	3.71	0.67	2.505	.083	-
	Lisans	118	3.55	0.61			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.77	0.68			
Faktör4 Kontrol odaklılık	Ön Lisans	149	4.02	0.55	9.921	.000*	1-2 2-3
	Lisans	118	3.74	0.67			
	Yüksek Lisans Doktora	33	4.14	0.51			
Faktör5 Kararlılık	Ön Lisans	149	3.87	0.58	2.504	.083	-
	Lisans	118	3.73	0.68			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.95	0.54			
Faktör6 Yenilikçilik	Ön Lisans	149	3.64	0.72	1.367	.257	-
	Lisans	118	3.64	0.69			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.85	0.56			
Faktör7 Başarma isteği	Ön Lisans	149	3.81	0.77	.223	.800	-
	Lisans	118	3.80	0.76			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.89	0.66			

Tabloya göre, girişimcilik ölçeği genel puanı ve girişimcilik ölçeği alt boyutlarından Özgüven, fırsatları değerlendirme ve kontrol odaklılık için sig. değerleri 0.05'ten küçük olduğu için farklı eğitim durumları gruplarına göre ortalamalar açısından farklılık olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Girişimcilik ölçeğine bakıldığında, Lisans ve Yüksek Lisans öğrencileri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre Yüksek Lisans / Doktora öğreniminde olan öğrencilerin girişimcilik puanları (3.70), öğrenimi Lisans (3.98) olan öğrencilere göre daha yüksektir.

Özgüven ve fırsatları değerlendirme alt boyutları için de sonuçlar benzer şekilde olup, öğrenim durumu Yüksek Lisans / Doktora olan grubun ortalaması, öğrenim durumu Lisans olan gruba göre daha yüksektir ve bu farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Kontrol odaklılık alt boyutunda ise, Ön Lisans ve Lisans ile Lisans ve Yüksek Lisans / Doktora grupları arasındaki farklılıklar anlamlıdır. Buna göre kontrol odaklılık parametre ortalaması en yüksek grup 4.14 ortalama ile Yüksek Lisans / Doktora iken, en düşük ortalama 3.74 ile Lisans öğrenim durumuna sahip öğrencilerdir.

Tartışma ve Sonuç

Küreselleşme ve teknolojiye yaşanan hızlı ve sürekli değişim, iş dünyasında var olan kuruluşların uzun süre yaşamlarını sürdürebilmeleri ve varlıklarını koruyabilmeleri için yaratıcı fikirlerin dikkate alındığı, yeniliklere açık, esnek çalışma koşullarının uygulandığı iş ortamlarını ve yeni fikirlerle ortaya çıkarılmış yeni ürünlerin varlığını gerektirmektedir. Bu noktada yaratıcılığın önemi artmaktadır.

Bu çalışmada yaratıcılığın girişimci olma isteği üzerindeki etkileri, eğitimlerine devam eden üniversite öğrencileri üzerinden incelenmiş, girişimcilik eğitimi ile girişimci olma isteği arasındaki ilişki, girişimcilik dersi alan öğrencilerle dersi almayan öğrenciler arasındaki fark olarak, grup ortalamaları bazında ele alınarak değerlendirilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, yaratıcılık ve girişimcilik ölçeğinden oluşturulan ortalama puanlar arasında pozitif yönlü orta derecede ($r = 0.372$) anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yaratıcılık ölçeğine ilişkin puanlar arttığında girişimciliğin arttığı, benzer şekilde yaratıcılık azaldığında ise girişimciliğin de azaldığı ifade edilebilir. Yaratıcılık, yeni fikirlerin üretilmesini kolaylaştırabilmektedir. Aynı şekilde girişimcilik alt boyutları ile yaratıcılık arasındaki analiz sonuçlarına baktığımızda, tüm ilişkilerin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. İlişkilerin gücünün de orta ve zayıf seviyede olduğu söylenebilir. En güçlü ilişkinin olduğu alt boyutlar sırasıyla, başarıma isteği ($r=0.349$), kontrol odaklılık ($r=0.327$) ve özgüven ($r=0.317$) olarak belirlenmiştir.

Araştırmada yer alan demografik değişkenler bazında üniversite öğrencilerinin yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları bazında farklılıklar için uygulanan bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına göre, girişimcilik dersi almış ve almamış öğrenci gruplarının sadece yenilikçilik bazında istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde ayrıştığı görülmektedir. Diğer taraftan, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları, girişimcilik dersi alıp almama durumu bazında ayrılmamaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve ölçek alt boyutlarının her birinin, öğrenim durumu değişkeni bazında ortalamalar arasında fark olup olmadığı tek yönlü varyans analizi yardımıyla incelenmiştir. İnceleme sonucunda, farklı eğitim durumlarının gruplarına göre ortalamalar açısından farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yazında, girişimcilik ve yaratıcılık arasındaki ilişkinin önemine değinilen birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Özellikle, 1992 yılında yaptığı çalışmada Churchill'in girişimcilik tanımı ilişkinin önemini özetler niteliktedir. Churchill'e göre girişimcilik, bir organizasyonda yaratıcılık ve yenilik yaparak değer yaratmak için fırsat yaratılması ve geliştirilmesi ve bu fırsattan faydalanma sürecidir (Churchill, 1992). Bu tanım, yaratıcılık performansı ve girişimcilik arasındaki ilişkinin önemli bir göstergesi olarak görülebilir.

Araştırmanın uygulamaya yönelik katkısı, yaratıcılık yeteneğinin girişimci olma isteğini olumlu yönde etkilediği sonucundan hareketle, üniversitelerde eğitim gören gençlerin yetenekleri doğrultusunda çalışma hayatına yönlendirilmeleri, başarılı girişimciler olabilmeleri için yaratıcılık yeteneklerinin farkında olmalarının sağlanması açısından üniversitelerde verilen girişimcilik eğitiminin önemine bir kez daha dikkat çekilmektedir. Araştırmada sadece bir üniversiteden örneklem alınması, bu çalışmanın sınırlılıklarından biridir. Gelecek çalışmalar için Mersin İl bazında yer alan tüm üniversitelerden örneklem alınabilir. Devlet üniversitesi ve özel üniversiteler bazında da araştırma genişletilebilir. Girişimci olmaya istekli olan üniversite öğrencilerinin ekonomik durumları, devletin girişimci olacıklara sağladığı avantajlar ve dezavantajlar, ülkedeki işsizlik oranları ve istihdam olanakları gibi farklı yönlerden üniversite öğrencilerinin iş dünyasına yönelik eğilimleri araştırılabilir.

Etik Beyanı

Çalışma için Toros Üniversitesi'nden 15.10.2021 tarihinde *Üniversite Öğrencilerinin İş Hayatına İlişkin Eğilimleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* konulu araştırma için Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan Etik Kurul Onayı alınmıştır.

Kaynakça

- Ahmad, N., Hoffmann, A.N. (2008). "A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship, OECD Statistics Working Papers", 2008/02, Paris: OECD.
- Alparlan, A. M., ve Özmen, M. (2017). Kişisel değerlerin girişimcilik eğilimine etkisi: Demografik özelliklerin rolü. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 6(2). 957-976.
- Amabile, T. (1988). "A model of creativity and innovation in organisations", In *Research in Organisational Behaviour*, Staw, B. M. and Cummings, L. L. (Eds.), Greenwich, CT: JAI Press, pp. 123-167
- Amabile, T.M. (1997). "Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do", *California Management Review*, 40(1), 39-58.
- Amabile, T.M. (1998). "How to kill creativity", *Harvard Business Review*, September-October, 77-87.
- Amabile, T.M., Conti, R. Coon, H. Lazenby, J. ve Herron, M. (1996). "Assessing the work environment for creativity", *Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- Balaban, Ö., ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 78 – 107.
- Bilge, H., ve Bal, V. (2012). Girişimcilik eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 131-148.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi, <https://www.researchgate.net/publication/322959595>.
- Baron, R. A., and Ward, T. B. (2004). 'Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: potential contributions from the field of cognitive science', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 28, pp 553-575.
- Bayraktar, S. (2008). "Girişimcilik", Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, EIS526 –H13-1.
- Bentley, T. (1999). "Takımınızın yeteneklerini geliştirmede yaratıcılık", (Çev: O. Yıldırım), İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bird, B. (1988). 'Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention', *Academy of Management Review*, Vol 13, pp 442-453.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial Behavior*, Scott, Foresman and Company, Glenview, Illinois.
- Cantillon, R. (1730). "An Essay on the Nature of Commerce", A New English Translation, Translated by Chantal Saucier , Edited by Mark Thornton, Table of Contents Introduction by Chantal Saucier and Mark Thornton.
- Casson, M., Yeung, B., Basu, A., Wadeson, W. (2006). "The Oxford Handbook of Entrepreneurship", Oxford, Oxford University Press.
- Cervone, D., Pervin, L. A. (2008). "Personality: Theory and research"(10th ed.).Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, Inc.
- Churchill, N.C. (1992). *Research Issues in Entrepreneurship*, In Sexton, D.L.; Kasarda, J.D., eds., *The State of The Art of Entrepreneurship*, PWS-KENT, Boston, MA, s.586.
- Çarıkcı, İ., ve Koyuncu, O. (2010). Bireyci-toplumcu kültür ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3), 1- 18.
- Çiçek, B. (2016). Girişimcilik dersinin öğrencilerin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Muş Alparlan Üniversitesi İİBF'de bir araştırma. In *International Conference on Quality in Higher Education* (ss. 365-368).
- Davidsson, P. (2003). "The Domain of Entrepreneurship Research: Some Suggestions", in: Katz, J. and Shepherd, S., (eds.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol.6. Amsterdam, Elsevier, 315- 372.
- Dugassa, Tessema Gerba. (2012). "Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia", *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 3 Issue: 2, pp.258-277.
- Feist, G. J. (1998). "A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity", *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), 290-309.
- Fillis, I., Rentschler, R. (2010). "The Role of Creativity in Entrepreneurship", *Journal of Enterprising Culture* Vol. 18, No. 1, p.49-81.
- Ford, D.Y., Harris, J.J. (1992). "The Elusive Definition of Creativity", *Journal of Creative Behavior*, Volume 26 , Number 3 ,p. 187,195).
- Hébert, R.F., Link, A.N. (1989). "In search of the meaning of entrepreneurship", *Small Bus. Econ.* 1, 39-49.
- Hébert, Robert F. (1985). "Was Richard Cantillon an Austrian economist?", *J. Libertarian Stud.* VII (No. 2).
- Hirsch, R. D. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, Fifth Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York, s.10.
- Hills, G.E. (1988). "Variations in university entrepreneurship education: an empirical study of an evolving field", *Journal of Business Venturing*, Vol. 3 No. 3, pp. 109-22.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. (1998). "Entrepreneurship", New York: Irwin Mc Graw Hill.
- Im, S., Montoya, M. M., Workmen, Jr. J. P. (2013). "Antecedents and consequences of creativity in product innovation teams", *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 170-185.
- İşcan, Ö. F., ve Kaygın, E. (2011). Potansiyel girişimciler olarak üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 275-286.
- Johannisson, B., Landström, H., Rosenberg, J. (1998). "University training for entrepreneurship – an action frame of reference", *European Journal of Engineering Education*, Vol. 23 No. 4, pp. 477-96.
- Kaufmann, J. Patrick, Welsh, H.B Dianne, Bushmarin, Nicholas. (1995). "Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (1), (1995), p. 43-56.
- Kelly, K. E. (2006). "Relationship between the five-factor model of personality and the scale of creative attributes and behavior: A validation study", *Individual Differences Research*, 4(5), 299-305.

- Kılıç, R., Keklik, B., ve Çalış, N. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(2), 423-435.
- King, N., & Anderson, N. (2002). "Managing innovation and change: A guide for organizations", London: Thompson.
- Klijn, M., Tomic, W. (2010). "A review of creativity within organizations from a psychological perspective", Journal of Management Development Vol. 29 No. 4, 2010 pp. 322-343.
- Krueger, N. F. Jr, Reilly, M. D., and Carsrud, A. L. (2000). 'Competing models of entrepreneurial intention', Journal of Business Venturing, Vol 15, pp 411-432.
- Lambing, Peggy ve Charles R. (2000). "Entrepreneurship", Second Edition, New York: Prentice Hall
- Low, M. B., and MacMillan, I. C. (1988). 'Entrepreneurship: past research and future challenges', Journal of Management, Vol 14, pp 139-161.
- Luecke, R. (2011). "İş dünyasında yenilik ve yaratıcılık, (Çev: T. Parlak), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınlar.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of Management Review, 21 (1): 135-172.
- Macko, A., Tyszka, Tadeusz. (2000). "Entrepreneurship and Risk Taking," Applied Psychology, 58 (3), (2000), p. 469-487.
- Macko, A., Tyszka, Tadeusz. (2000). "Entrepreneurship and Risk Taking," Applied Psychology, 58 (3), (2000), p. 469-487.
- May, R. (2010). "Yaratma cesareti", İstanbul: Metis Yayıncılık.
- McDaniel, A. Bruce, "Entrepreneurship and Innovation: An Economic Approach", M. E. Sharpe, USA, 2002.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E., A., and Smith, J. B. (2002). 'Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research', Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 27, pp 93-104.
- Morris, M., Kuratko, D. (2002)."Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations", Fort Worth, Texas: Hartcourt College Publishers.
- Napier, H. Albert, Rivers, N. Ollie ve Wagner, W. Stuart. (2006). "Creating a Winning E-Business", Cengage Learning, USA, 2006.
- Oldham, G.R., Cummings, A. (1996). "Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work", Academy of Management Journal, 1996. Vol. 39. No. 3. 607-634.
- Parker, S.C. (1996). "A time series model of self-employment under uncertainty", Economica 63, 459-475.
- Pihie, Lope, Akmaliah, Zaidatol. (2009). "Entrepreneurship as a Career Choice: An Analysis of Entrepreneurial Self-Efficacy and Intention of University Students," European Journal of Social Sciences, 9 (2), (2009), p. 338-349.
- Prabhu, V., Sutton, C., Sauser, W. (2008)." Creativity and certain personality traits: Understanding the mediating role effect of intrinsic motivation", Creativity Research Journal, 20(1), 53-66.
- Reisman, D. (2004). "Schumpeter's Market: Enterprise and Evolution", Edward Elgar, Cheltenham. DA Reisman - 2004 - books.google.com.
- Sarıtaş, A., ve Duran, G. (2017). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin tespitine ilişkin bir araştırma. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 5(1). 147-165.
- Shane, S., E.J. (2003). The Individual-Opportunity Nexus, in Acs, Zoltan J and David B Audretsch (eds), Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction. Boston (Mass): Kluwer: 161-194.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000)."The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", Academy of Management Review 25: 217-226.
- Shaver, K. G. (1995). 'The entrepreneurial personality myth', B&E Review, April-June, pp 20-23.
- Solomon, G. T., and Fernald, L. W. Jr. (1991). 'Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States', Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 15, pp 25-39.
- Sundbo, Jon, (1998)." The Theory of Innovation: Entrepreneurs, Technology and Strategy", Edward Elgar Publishing, UK, 1998.
- Tiftik, H., Zincirkıran, M. (2014). "A Survey of Entrepreneurial Tendencies Candidate Young Entrepreneurs: Foundation University Sample", Journal of Management Research, Cilt:6, Sayı:2, s. 186-187.
- Türkmen, M., ve İşbilir, U. (2015). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin sosyo-demografik özellikler açısından incelenmesi. CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 9(2), 18-28.
- Uluyol, O. (2013)." Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği", Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 6, Sayı 15, s. 358
- Venkataraman, S. (1997). The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research, in Katz, Jerome A (ed.), Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth. Volume 3, Greenwich, Connecticut: JAI Press: 119-138.
- Wickham, A. Philip. (2006). "Strategic Entrepreneurship", Financial Times Prentice Hall, UK, 2006.
- Yılmaz, E., Sünbül, A. M. (2009). "Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, s.196-203.
- Young, J. G. (1985). "What Is Creativity?", The Journal of Crutlve BehaVİOR, Volume 19 Number 2, p. 77-78.
- Yüksel, H., Cevher, E. ve Yüksel, M. (2015). Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma. Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(1), 143-156.
- Zhou, J., George, J. M. (2001). "When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice", Academy of Management Journal, 44, 4, ABI/INFORM Global, s. 682

Türkiye’de Fen Okuryazarlığı Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Doküman Analizi*

Document Analysis of Graduate Theses in the Field of Science Literacy in Turkey

Hacı Ahmet ALAGÖZ**, Mustafa YAZICI***

* “Alagöz, H. A., (2021). Türkiye’de Fen Okuryazarlığı Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Doküman Analizi. Yüksek Lisans Tezi. Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.” tezinden türetilmiştir.

** Öğretmen, Kahramanmaraş Dulkadiroğlu Borsa İstanbul Doğukent Ortaokulu, alagoz46@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2457-2121

*** Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, yazici@ksu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1071-0316

Öz

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de fen okuryazarlığına yönelik yapılan lisansüstü tezleri yayımlandıkları diller, üniversiteler, danışman ünvanı, düzeyleri, yayımlandıkları yıllar, amaçları, yöntem ve desenleri, veri toplama araçları, katılımcıları, sonuçları ve önerileri açısından incelemektir. Araştırma doküman analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında Türkiye’de 2002 – 2020 yılları arasında fen okuryazarlığı alanında YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanına kayıtlı erişim izni 87 lisansüstü tez çalışması incelenmiştir. Erişim izni olmayan 2 lisansüstü tez araştırmaya dahil edilmemiştir. İncelediğimiz tezlerden elde edilen bulgulara göre; çalışmaların genellikle nicel yöntemler ve ilişkisel tarama deseniyle yapıldığı ve katılımcıların lise öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir. Ayrıca Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin ölçme araçlarına göre incelenmesi sonucunda araştırmalarda çoğunlukla PISA’da kullanılan ölçeklerin kullanıldığı görülmektedir. Yine elde edilen bulgulardan okul türü, çevre bilinci, branş, öğretim yöntemi, baba eğitim düzeyi, evdeki olanaklar, aile sosyoekonomik düzeyi, sınıf seviyesi, bilgisayar kullanma, akademik başarı, yaş ve fen öz yeterliği değişkenlerinin fen okuryazarlık seviyelerini etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmanın sonunda bu alanda çalışma yapacak araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Fen Okuryazarlığı, Doküman Analizi, Betimsel Analiz.

Abstract

The aim of this study is to examine the postgraduate theses on science literacy in Turkey in terms of the languages in which they were published, universities, advisor title, levels, years of publication, aims, methods and patterns, data collection tools, participants, results and recommendations. The research was carried out by document analysis method. Within the scope of the study, 87 graduate thesis studies with registered access permission in the field of science literacy in Turkey between 2002 and 2020 were examined in the database of YÖK National Thesis Center. 2 postgraduate theses without access permission were not included in the research. According to the findings obtained from the theses we examined; It is seen that the studies are generally carried out with quantitative methods and relational screening design and the participants are high school students. In addition, as a result of the examination of the graduate theses in the field of science literacy according to the measurement tools, it is seen that the scales used in PISA are mostly used in the researches. Again from the findings, it was determined that the variables of school type, environmental awareness, branch, teaching method, father's education level, facilities at home, family socioeconomic level, class level, computer use, academic achievement, age and science self-efficacy affect science literacy levels. At the end of the study, suggestions were made to researchers who will work in this field.

Keywords: The Font Revolution, : Science Literacy, Document Analysis, Descriptive Analysis.

Giriş

Hurd tarafından 1958 yılında fen bilimlerinin anlaşılması ve kullanılabilir olması fen okuryazarlık kavramıyla açıklanmaya çalışılmıştır (DeBoer, 1991; Bybee, 1997; Kurnaz, 2019; Turan Bektaş, 2020). Ülkeler 1960’lardan sonra eğitim sistemlerini yenileme çalışmalarını artırarak askeri ve ekonomik alanda rekabet etmeye başlamışlardır (Turgut, 2007; Halimoğlu, 2019). Bilim ve teknolojinin sosyal hayat gereksinimlerini karşılaması gerektiği yaklaşımının ön plana çıkmasıyla 1970’lerde fen okuryazarlığında fen, teknoloji ve toplum ilişkisinin önemi artmıştır (NSTA, 1971). Fen okuryazarlığını tanımlamaya yönelik çalışmalar 1970’li yılların sonlarına doğru yapılmaya başlanmış, fakat ortak bir tanımın ortaya çıkmaması sonucu fen okuryazarlığı önemini kaybetmiştir (Çal, 2015). Ancak Uzak Doğu ülkelerinin kendi aralarında ekonomik iş birliğine gitmesi sonucu 1980’lerden sonra fen okuryazarlığı değeri tekrar artmıştır (Çal, 2015). Ulusal Fen Eğitimi Standartlarına göre 1990’lardan sonra fen okuryazarı bireyler yetiştirilmeye başlanmıştır. Toplumun fen okuryazarlığına yönelik çalışmalara ise 1990’ların sonlarında başlanmıştır (Göktepe, 2019).

Avrupa bağlamında, geleneksel esas olarak tümdengelimli öğretim stillerini daha çekici ve bilişsel olarak aktive edici öğrenme biçimlerine dönüştüren okullarda yenilenmiş bir pedagojiye ihtiyaç vardır.

Bireylerin duyuşsal ve bilişsel süreçlerde aktif olabilmesi için pedagoji yenilenmelidir (Kızılaslan ve ark., 2012). Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından 1997 yılından itibaren fen okuryazarlığı bağlamında öğretmen programları yenilenmiş ve mevcut fen bilgisi öğretmenleri hizmet içi eğitime alınmıştır (YÖK, 1997; Bacanak ve Gökdere, 2009; Özbay, 2011). Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı (PISA) kapsamında 2000 yılından itibaren öğrencilerin fen okuryazarlık seviyelerinin ölçülmeye başlanması ve YÖK tarafından fen okuryazarlığına yönelik program geliştirme çalışmaları ülkemizde fen okuryazarlığı alanında çalışmaların başlamasını ve artarak devam etmesini sağlamıştır (MEB, 2019; Yılmaz ve ark., 2020).

Ülkemizde fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tez çalışmaları incelendiğinde daha çok mevcut fen okuryazarlık seviyelerinin ve fen okuryazarlığına etki eden değişkenlerin belirlenmesine yönelik çalışmalar (Duruk, 2012; Atak, 2019; Halimoğlu, 2019; Karasu, 2019; Gökdemir, 2020; Orhan, 2020; Yaman, 2020; Yılmaz, 2020) yapıldığı tespit edilmiştir. Ancak mevcut çalışmaların bütüncül bakış açısıyla analiz edildiği çalışmalara rastlanmamıştır. Bu araştırmanın mevcut çalışmaların bütüncül bakış açısıyla incelenmesine olanak sağlaması, fen okuryazarlığı alanında çalışmalar yapacak araştırmacılara yol göstermesi beklenmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin analizi yapılmıştır. Bu kapsamda aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır.

Türkiye’de fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin;

1. Yayınlandıkları dillere, üniversitelere ve danışman akademik unvanlarına göre dağılımları nasıldır?
2. Düzeylerine ve yayınlandıkları yıllara göre dağılımları nasıldır?
3. Amaçlarına göre dağılımları nasıldır?
4. Yöntemlerine ve desenlerine göre dağılımları nasıldır?
5. Kullanılan veri toplama araçlarına göre dağılımları nasıldır?
6. Katılımcılarına göre dağılımı nasıldır?
7. Ulaşılan sonuçlarına göre fen okuryazarlığını etkileyen değişkenlerin etki düzeyleri nedir?
8. Önerilerine göre dağılımları nasıldır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi yöntemiyle araştırma konusu olan lisansüstü tezler sistematik bir şekilde gözden geçirilerek incelenmesi, yorumlanmasıyla ampirik bilgi geliştirilmeye ve anlayış oluşturulmaya çalışılmıştır (Corbin ve Strauss, 2008; Bowen, 2009).

Araştırmada fen okuryazarlığı alanında yurt içinde yapılmış ve YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanına kayıtlı erişim izni 87 lisansüstü tez çalışması incelenmiştir. Erişim izni olmayan 2 lisansüstü tez araştırmaya dahil edilmemiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada Dinçer’in (2014) makale ve tezlerin incelenmesinde kullanılması için belirttiği kriterler (çalışmanın; adı, yayınlanma yılı, yöntem, çalışma grubu, örneklem büyüklüğü, temalar, bağımlı/bağımsız değişkenler ve bulgular) araştırmanın amacına uygun olarak revize edilerek tez inceleme formu hazırlanmıştır. Tez inceleme formunda kriterler belirlenirken araştırma alt problemlerine göre belirlenen temaları içermesine dikkat edilmiştir. Tez İnceleme Formunda bulunan verilerden elde edilen kodlara göre analiz tabloları hazırlanmıştır. Analiz tablolarında bulunan veriler ile özetlerde bulunan veriler ve orijinal metinler iki defa karşılaştırılarak tutarlılıklarına dikkat edilmiş, veri toplama araçlarının güvenilirliği artırılmaya çalışılmıştır. Tez inceleme formunda belirlenen kriterler, istatistik tablolarında bulunan temalar ve kodlar bu alanda uzman iki öğretim üyesinin katkılarıyla değerlendirilmiş ve geçerliği sağlanmaya çalışılmıştır.

Veri Analizi

Araştırma konusu lisansüstü tezlerden elde edilen verilerin incelenmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz verilerin anlamlandırılarak dışa aktarıldığı bir yöntemdir (Merriam, 2009). Betimsel analiz yönteminde, araştırmanın amacına uygun temalar belirlenir. Temalar doğrultusunda doküman analizi yöntemiyle daha önceden belirlenen bir çerçeveye

bağlı olarak elde edilen veriler çözümlenir. Veri kaybı ve yanlış veri düzenlemenin betimsel analizi zorlaştırmaması için öncesinde kavramsal çerçeve belirlenmelidir. Elde edilen veriler belirlenen kriterlere göre analiz edilir, yorumlanır ve okuyucuya ulaştırılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

İnceleme konusu olan lisansüstü tezler Tez İnceleme Formunda belirlenen kriterlere (araştırmanın adı, yazarı, yayınlandığı üniversite, düzeyi, danışman düzeyi, yılı, amacı, yöntemi, veri analiz yöntemi, sonuçları ve önerileri) göre özetlenmiştir. Tez inceleme formunda belirlenen kriterlerde yer alan veriler kodlara çevrilerek analiz tablolarında belirlenen temalar içine kaydedilmiştir. Temaların ve kodların aralındaki tutarlılık kontrol edilmiştir. Belirlenen kodların frekans ve yüzdeleri hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar benzer çalışmaların sonuçlarıyla karşılaştırılmış, yorumlanmış ve okuyuculara aktarılmıştır.

Bulgular

1. Alt Problem: Lisansüstü tezlerin yayımlandıkları dillere, üniversitelere ve danışman düzeylerine göre dağılımları nasıldır?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin yayımlandıkları dillere göre dağılımları Tablo 1’de verilmiştir

Tablo 1. Lisansüstü Tezlerin Yayınlandıkları Dillere Göre Dağılım Tablosu

Yayın Dili	f	%
Türkçe	80	91,95
İngilizce	7	8,05
Toplam	87	100,00

Tablo 1’de lisansüstü tezlerin yayımlandıkları dillere göre dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Tablo 1’den fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin çoğunlukla Türkçe dilinde yayımlandığı görülmektedir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin yayımlandıkları üniversitelere göre dağılımları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Lisansüstü Tezlerin Yayınlandıkları Üniversitelere Göre Dağılım Tablosu

Üniversite Adı	f	%
Marmara Üniversitesi	9	10,34
Gazi Üniversitesi	8	9,20
Orta Doğu Teknik Üniversitesi	7	8,05
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	6	6,90
Akdeniz Üniversitesi	5	5,75
Ankara Üniversitesi	5	5,75
Hacettepe Üniversitesi	4	4,60
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	3	3,45
Erzincan Üniversitesi	2	2,30
Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi	2	2,30
Fırat Üniversitesi	2	2,30
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	2	2,30
Necmettin Erbakan Üniversitesi	2	2,30
Pamukkale Üniversitesi	2	2,30
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	2	2,30
Diğer	26	29,89
Toplam	87	100,00

Tablo 2’de lisansüstü tezlerin yayımlandıkları üniversitelere göre dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Tablo 2’den lisansüstü tezlerin en fazla %10,34’ünün Marmara Üniversitesi’nde, %9,20’sinin Gazi Üniversitesi’nde, %8,05’inin Orta Doğu Teknik Üniversitesinde yapıldığı anlaşılmaktadır.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin danışman düzeylerine göre dağılımları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Lisansüstü Tezlerin Danışman Akademik Unvanlarına Göre Dağılım Tablosu

Danışman Düzeyi	f	%
Doçent Doktor	33	37,93
Profesör Doktor	30	34,48

Doktor Öğretim Üyesi	18	20,69
Doktor	6	6,90
Toplam	87	100,00

Tablo 3’te lisansüstü tezlerin danışman düzeylerine göre dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerin en fazla %37,93’ünün doçent doktor, %34,48’inin profesör doktor tarafından yapıldığı görülmektedir.

2. Alt Problem: Lisansüstü tezlerin ve düzeylerinin yayınlandıkları yıllara göre dağılımları nasıldır?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin ve düzeylerinin yayınlandıkları yıllara göre dağılımları Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Lisansüstü Tezlerin ve Düzeylerinin Yayın Yıllarına Göre Dağılım Tablosu

Araştırma Yılı	f	%	Araştırma Düzeyi			
			Yüksek Lisans		Doktora	
			f	%	f	%
2002	1	1,15	1	1,15	0	0,00
2003	0	0,00	0	0,00	0	0,00
2004	1	1,15	1	1,15	0	0,00
2005	3	3,45	2	2,30	1	1,15
2006	0	0,00	0	0,00	0	0,00
2007	0	0,00	0	0,00	0	0,00
2008	6	6,90	4	4,60	2	2,30
2009	2	2,30	2	2,30	0	0,00
2010	4	4,60	3	3,45	1	1,15
2011	4	4,60	4	4,60	0	0,00
2012	7	8,05	5	5,75	2	2,30
2013	7	8,05	6	6,90	1	1,15
2014	2	2,30	1	1,15	1	1,15
2015	6	6,90	6	6,90	0	0,00
2016	4	4,60	3	3,45	1	1,15
2017	4	4,60	3	3,45	1	1,15
2018	8	9,20	7	8,05	1	1,15
2019	22	25,29	20	22,99	2	2,30
2020	6	6,90	4	4,60	2	2,30
Toplam	87	100,00	72	82,76	15	17,24

Tablo 4’te lisansüstü tezlerin ve düzeylerinin yayınlandıkları yıllara göre dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler verilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerin %82,76’sının yüksek lisans ve %17,24’ünün doktora düzeyinde yayınlandığı tespit edilmiştir. Lisansüstü tezlerin %25,29’unun 2019, %9,20’sinin 2018, %8,05’inin 2013 ve %8,05’inin 2012 yıllarında yayınlandığı görülmektedir. Lisansüstü tezlerin %22,99’unun 2019, %9,20’sinin 2018, %6,90’nın 2015 ve %6,90’nın 2013 yılında yüksek lisans düzeyinde yayınlandığı ayrıca %2,30’unun 2020, 2019, 2012 ve 2018 yıllarında yayınlandığı tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin çoğunlukla yüksek lisans düzeyinde yapıldığı görülmektedir. Ayrıca lisansüstü tezlerin yıllara göre artan ve azalan değişimler gösterdiği, genel olarak değerlendirildiğinde artış gösterdiği tespit edilmiştir. Lisansüstü tezlerin düzeylerinin yıllara göre dağılımı incelendiğinde yüksek lisans düzeyinde yapılan çalışmaların yıllara göre artma ve azalma gösterse de genel duruma bakıldığında artma gösterdiği, doktora düzeyinde yapılan çalışmaların ise yıllara göre çok fazla değişkenlik göstermediği görülmektedir.

3. Alt Problem: Lisansüstü tezlerin amaçlarına göre dağılımı nasıldır?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin amaçlarına göre dağılımları Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. Lisansüstü Tezlerin Amaçlarına Göre Dağılımı

Amaçlar	f	%
PISA Verilerine Göre Türkiye’de Fen Okuryazarlıkla İlgili Faktörlerin İncelenmesi	16	18,39
Öğretmen Adaylarının Fen okuryazarlık Durumlarına Göre Fen Okuryazarlıkla İlgili Faktörlerin İncelenmesi	16	18,39
Öğrencilerin Fen okuryazarlık Durumlarına Göre Fen Okuryazarlıkla İlgili Faktörlerin İncelenmesi	15	17,24
Öğretim Yaklaşım/Yöntem/Tekniğinin Fen Okuryazarlık Durumlarına Göre Değerlendirilmesi	11	12,64
Öğretim Programının Fen Okuryazarlık Durumuna Göre Değerlendirilmesi	6	6,90
Öğretmenlerin Fen okuryazarlık Durumlarına Göre Fen Okuryazarlıkla İlgili Faktörlerin İncelenmesi	5	5,75
Fen Okuryazarlığı ile İlgili Ölçek Geliştirilmesi	4	4,60
PISA Verilerine Göre Ülkelerin Karşılaştırılarak Fen Okuryazarlıkla İlgili Faktörlerin İncelenmesi	3	3,45
PISA Verilerinin Değişen Madde Fonksiyonu Açısından İncelemesi	3	3,45
Fen Bilimleri Bir Ders Konusunun Fen Okuryazarlık Durumuna Göre Değerlendirilmesi	2	2,30
Bir Dersin Fen Okuryazarlık Durumuna Göre Değerlendirilmesi	2	2,30
Diğer	4	4,60
Toplam	87	100,00

Tablo 5’te lisansüstü tezlerin amaçlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerin %18,39’unun “PISA verilerine göre Türkiye’de fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi”, %18,39’unun “Öğretmen adaylarının fen okuryazarlık durumlarına göre fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi”, %17,24’ünün “Öğrencilerin fen okuryazarlık durumlarına göre fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi”, %12,64’ünün “Öğretim yaklaşım/yöntem/tekniklerinin fen okuryazarlık durumlarına göre değerlendirilmesi” amaçlarıyla gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin çoğunlukla PISA verilerine göre Türkiye’de fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi ve öğretmen adaylarının ve öğrencilerin fen okuryazarlık durumlarına göre fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirildiği görülmektedir.

4. Alt Problem: Lisansüstü tezlerin yöntemlerine ve desenlerine göre dağılımları nasıldır?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin yöntemlerine göre dağılımları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Lisansüstü Tezlerin Yöntemlerine Göre Dağılımı

Araştırma Yöntemleri	f	%
Nicel	65	74,71
Karma	16	18,39
Nitel	6	6,90
Toplam	87	100,00

Tablo 6’da lisansüstü tezlerin yöntemlerine göre dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerin %74,71’inin nicel, %18,39’unun karma ve %6,90’ının nitel yöntemler kullanılarak gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin çoğunlukla nicel yöntemler kullanılarak gerçekleştirildiği görülmektedir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin desenlerine göre dağılımları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Lisansüstü Tezlerin Desenlerine Göre Dağılımı

Araştırma Deseni	f	%
İlişkisel Tarama	38	43,68
Tarama Modeli	22	25,29
Yarı Deneysel Desen	9	10,34
Deneysel Desen	5	5,75
Doküman Analizi	5	5,75
Betimsel Araştırma	4	4,60
Eylem araştırması	2	2,30

Karma	2	2,30
Toplam	87	100,00

Tablo 7’de lisansüstü tezlerin desenlerine göre dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerin %43,68’i ilişkisel tarama, %25,29’u tarama ve %10,34’ünün yarı deneysel desen kullanılarak gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin çoğunlukla ilişkisel tarama ve tarama desenleri kullanılarak gerçekleştirildikleri görülmektedir.

5. Alt Problem: Lisansüstü tezlerin kullanılan veri toplama araçlarının dağılımları nasıldır?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde kullanılan veri toplama araçlarının dağılımları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Lisansüstü Tezlerin Veri Toplama Araçlarına Göre Dağılımı

Veri Toplama Araçları	f	%
PISA’da Kullanılan Ölçekler	96	36,36
Bilim Okuryazarlık Testi	47	17,80
Duyuşsal Ölçekler	16	6,06
Tutum Ölçekleri	15	5,68
Bilim Okuryazarlık Alt Boyutları Testleri	14	5,30
Başarı Testleri	12	4,55
Kişisel Bilgiler Anketleri	12	4,55
Mülakatlar	9	3,41
Yetenek Testleri	8	3,03
Görüş Formları	8	3,03
Beceri Ölçekleri	6	2,27
Kavram Testleri	4	1,52
Günlükler	3	1,14
Diğer	14	5,30
Toplam	264	100,00

Tablo 8’de lisansüstü tezlerde kullanılan veri toplama araçlarının dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerde kullanılan veri toplama araçlarının %36,36’sının PISA’da kullanılan ölçekler, %17,80’inin bilim okuryazarlık testi, %6,06’sının duyuşsal ölçekler, %5,68’inin tutum ölçekleri olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde çoğunlukla PISA’da kullanılan ölçeklerin kullanıldığı görülmektedir.

6. Alt Problem: Lisansüstü tezlerde katılımcıların dağılımı nasıldır?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde katılımcıların dağılımları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Lisansüstü Tezlerde Katılımcıların Dağılımları

Katılımcılar	f	%
Lise Öğrencileri	179279	84,83
Ortaokul Öğrencileri	23369	11,06
Lisans Öğrencileri	5093	2,41
Öğretmenler	1594	0,75
İlkokul Öğrencileri	759	0,36
Öğrenci Velileri	597	0,28
18 Yaş Üstü Vatandaşlar	597	0,28
Akademisyenler	61	0,03

Toplam**211349****100,00**

Tablo 9’da lisansüstü tezlerde katılımcıların dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerde katılımcıların %84,83’ü lise öğrencileri, %11,06’sı ortaokul öğrencileri ve %2,41’i lisans öğrencileri olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde katılımcıların çoğunlukla lise öğrencilerinin olduğu görülmektedir.

7. Alt Problem: Lisansüstü tezlerde ulaşılan sonuçlara göre fen okuryazarlığını etkileyen değişkenlerin etki düzeyleri nedir?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde ulaşılan sonuçlara göre fen okuryazarlığını etkileyen değişkenlerin etki düzeyleri dağılımları Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Lisansüstü Tezlerde Fen Okuryazarlığına Etkisi Ölçülen Değişkenlerin Dağılımı

Bağımsız Değişken	f	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Yok
Cinsiyet	42	22	20
Anne Eğitim Düzeyi	25	11	14
Baba Eğitim Düzeyi	25	17	8
Bilimsel Yayın Takip Etme	13	5	8
Evdeki Olanaklar	12	11	1
Aile Sosyoekonomik Düzeyi	11	8	3
Sınıf Seviyesi	9	6	3
İnternet Kullanma	8	4	4
Bilgisayar Kullanma	7	5	2
Akademik Başarı	7	5	2
Okul Türü	6	6	0
Anne Mesleği	5	3	2
Baba Mesleği	5	2	3
Yaş	5	4	1
Çevre Bilinci	4	4	0
Branş Farkı	4	4	0
Sosyobilimsel Konulara Dayalı Argümantasyon Yöntemi	4	4	0
Fen Öz Yeterliği	4	3	1
Yapılandırmacı Öğretim Tasarımı	3	3	0
Bilgi Teknolojileri Kullanma Konusunda Kendine Duyulan Güven	3	3	0
Aile Kültürel Zenginliği	3	2	1
Diğer Değişkenler	156	111	34
Toplam	405	243	128

Tablo 10’da lisansüstü tezlerde ulaşılan sonuçlara göre fen okuryazarlığını etkileyen değişkenlerin ölçüm sayısı(f) ve etki düzeyleri analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerde fen okuryazarlığına etkisi bakımından etkisi ölçülen bağımsız değişkenler aşağıda açıklanmıştır.

Fen okuryazarlık seviyelerinde;

- Cinsiyet değişkenine göre 42 çalışmanın 20’sinde anlamlı farklılık olmadığı, 20 çalışmada bayanlar lehine, iki çalışmada ise erkekler lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- Anne eğitim düzeyine göre 25 çalışmanın 14’ünde anlamlı farklılık olmadığı ve 11 çalışmada ise anne eğitim düzeyi yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.
- Baba eğitim düzeyine göre 25 çalışmanın 11’inde baba eğitim düzeyi yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve 14 çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Bilimsel yayın takip etme durumuna göre 13 çalışmanın sekizine göre anlamlı farklılık olmadığı ve beş çalışmada ise bilimsel yayın takip edenler lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

- Evdeki olanaklara (Bilgisayarı olma, kendi odası olma, çalışma masası olma, evdeki kitap sayısı vb.) göre 25 çalışmanın 17’sinde evdeki olanakları yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve 8 çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.
- Aile sosyoekonomik düzeyine göre 11 çalışmanın 8’inde aile ekonomik düzeyi yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve 3 çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Sınıf seviyesine göre dokuz çalışmanın altısında sınıf seviyesi yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve üç çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- İnternet kullanma durumuna göre sekiz çalışmanın altısında internet kullananlar lehine farklılık olduğu ve çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.
- Bilgisayar kullanma durumuna göre yedi çalışmanın beşinde bilgisayar kullananlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve iki çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Akademik başarı durumuna göre yedi çalışmanın beşinde akademik başarısı yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve iki çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.
- Okul türüne göre (fen liseleri, Anadolu liseleri, meslek liseleri, özel okullar vb.) altı çalışmanın tamamında fen liseleri ve özel okullar lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- Bilimsel dergi okuma durumuna göre beş çalışmanın üçünde bilimsel dergi okuyanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve iki çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Anne mesleğine göre beş çalışmanın üçünde anne meslek statüsü yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve iki çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Baba mesleğine göre beş çalışmanın ikisinde baba meslek statüsü yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve üç çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Yaşa göre beş çalışmanın dördünde yaşı büyük olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve bir çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Çevre bilincine göre ölçüldüğü dört çalışmanın tamamında çevre bilinci yüksek olanlar lehine fen okuryazarlık seviyelerinde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- Branş farkına göre (Sosyal bilgiler öğretmenliği, sınıf öğretmenliği ve fen bilgisi öğretmenliği) çalışmanın tamamında branşı fen bilgisi öğretmenliği olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- Sosyobilimsel konulara dayalı argümantasyon yöntemiyle öğrenim görenler lehine dört çalışmanın tamamında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- Fen öz yeterliği seviyesine göre dört çalışmanın üçünde fen öz yeterliği yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve bir çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Yapılandırmacı öğretim tasarımıyla öğrenim görenler lehine üç çalışmanın tamamında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- Bilgi teknolojileri kullanma konusunda kendine duyulan güvenin ölçüldüğü üç çalışmanın tamamında güveni yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- Aile kültürel zenginliğine (ailenin dünya klasiklerine, şiir kitaplarına, sanat eserlerine sahip olması) göre üç çalışmanın ikisinde aile kültürel zenginliği yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu ve sekiz çalışmada ise anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Yapılan analiz sonucunda okul türlerinden fen lisesi ve özel okullarda öğrenim görenler, çevre bilinci yüksek olanlar, branşı fen bilgisi öğretmenliği olanlar, sosyobilimsel konulara dayalı argümantasyon yöntemiyle öğrenim görenler, yapılandırmacı öğretim tasarımıyla öğrenim görenler ve bilgi teknolojileri kullanma konusunda kendine yüksek güven duyanlar lehine fen okuryazarlık seviyelerinin ölçüldüğü çalışmalarda anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmaların çoğunluğunda baba eğitim düzeyi yüksek olanlar, evdeki olanakları yüksek olanlar, aile sosyoekonomik düzeyi yüksek olanlar, sınıf seviyesi yüksek olanlar, bilgisayar kullananlar, akademik başarısı yüksek olanlar, yaşı büyük olanlar ve fen öz yeterliği yüksek olanlar lehine fen okuryazarlık seviyelerinin anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Lisansüstü tez çalışmalarında cinsiyet, anne eğitim durumu, bilimsel yayın takip etme, internet kullanma, bilimsel dergi okuma, anne mesleği ve baba mesleğine göre fen okuryazarlık seviyelerinin farklılık gösterdiği ve göstermediği çalışma sayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Araştırmalarda 134 değişkenin fen okuryazarlığına etkisinin ölçüldüğü tespit edilmiş ancak frekansları düşük olduğu için 113 değişkene araştırmada yer verilmemiştir.

8. Alt Problem: Lisansüstü tezlerde yapılan önerilerin dağılımları nasıldır?

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde araştırmacıların önerilerine ait dağılımları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Lisansüstü Tezlerde Araştırmacılara Ait Önerilerin Dağılımları

Araştırmaların Önerileri	f	%
Mevcut çalışmayla ilgili kapsam genişletilerek çalışmalar artırılmalı	61	18,60
Araştırmanın evren-örnekleme ve süresi genişletilmeli	49	14,94
Araştırma sonuçları öğretim sürecine yansıtılmalı	45	13,72

Öğretmenlerin kendini geliştirmesi sağlanmalı	24	7,32
Okul dışı kültürel araçlar, etkinlikler ve projeler geliştirilmeli	20	6,10
Öğretmen yetiştirme programları geliştirilmeli	20	6,10
MEB tarafından yeni müfredat, dersler, ders kitabı geliştirme çalışmaları yapılmalı	18	5,49
Velilerin kendini geliştirmesi sağlanmalı	14	4,27
Öğretimde yeni yaklaşımlar ve etkili metotlar geliştirilmeli	12	3,66
Okuldaki olanaklar iyileştirilmeli	12	3,66
Yeni veri toplama araçları geliştirilmeli	12	3,66
Sosyoekonomik dezavantajlar telafi edilmeli	11	3,35
Öğretmen ve öğrencilerin fen okuryazarlığı seviyeleri tespit ve takip edilmeli	4	1,22
Araştırma sonuçlarının nedenlerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılmalı	6	1,83
Ölçme araçları geliştirilmeli	4	1,22
Öğrenci motivasyonunu artırıcı çalışmalar yapılmalı	3	0,91
Dezavantajlı gruplara yönelik önleyici çalışmalar yapılmalı	3	0,91
Akademik çalışmalardan uygulayıcıların faydalanması için MEB ve YÖK iş birliği kurulmalı	2	0,61
Öğretmen, öğrenci ve velinin koordinasyonu sağlanmalı	2	0,61
Çocukların bilgisayar kullanım amacına dikkat edilmeli	2	0,61
Araştırma sonuçlarına göre politikalar geliştirilmeli	1	0,30
Okul öncesi eğitim teşvik edilmeli	1	0,30
Fen okuryazarlığını kazanmada öğrencilerin yaşadığı sorunların saptanacağı araştırmalar yapılmalı	1	0,30
KPSS’de fen okuryazarlığı seviyesi ölçülmeli	1	0,30
Toplam	328	100,00

Tablo 10’da lisansüstü tezlerde araştırmacıların buldukları önerilerin dağılımlarına ait frekans ve yüzdeler analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesi sonucu lisansüstü tezlerde araştırmacılar %18,60 “*Mevcut çalışmayla ilgili kapsam genişletilerek çalışmalar artırılmalı*”, %14,94 “*Araştırmanın evren-örnekleme ve süresi genişletilmeli*”, %13,72 “*Araştırma sonuçları öğretim sürecine yansıtılmalı*” ve %7,32 “*Öğretmenlerin kendini geliştirmesi sağlanmalı*” önerilerinde buldukları görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde araştırmacıların çoğunlukla “*Mevcut çalışmayla ilgili kapsam genişletilerek çalışmalar artırılmalı*”, “*Araştırmanın evren-örnekleme ve süresi genişletilmeli*” ve “*Araştırma sonuçları öğretim sürecine yansıtılmalı*” önerilerinde buldukları görülmektedir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin çoğunlukla Türkçe hazırlandığı tespit edilmiştir. Taşkın’ın (2021) araştırmasında benzer sonuca ulaştığı görülmüştür. Araştırma dilinin Türkçe olması anadilin Türkçe olması sebebiyle beklenen bir durumdur.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin yayınlandıkları üniversiteler incelendiğinde en fazla Marmara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi bünyesinde yapıldıkları görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde Oğuz Haçat ve Demir (2019) tarafından yapılan çalışmada benzer sonuçlarla karşılaşılmış, eğitim alanında okuryazarlık üzerine lisansüstü tezlerin en fazla Gazi Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nde yapıldığı belirtilmiştir. Oğuz Haçat ve Demir’e göre (2018) köklü üniversitelerde imkanların fazla olması ve kuruluş yıllarının daha önce olması daha fazla lisansüstü tez yayınlanmasını açıklayabilir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezler danışman düzeylerine göre incelendiğinde genellikle doçent doktor ve profesör doktorların danışmanlığında hazırlandıkları tespit edilmiştir. Bu durum Polat (2013), Köseoğlu ve Eroğlu Doğan (2020) tarafından yapılan çalışmada da belirtilmiştir. Bu durum üniversitelerde danışmanlık yapan eğitimci düzeylerinin dağılımı ile ilgili olabilir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin yayınlandıkları yıllara göre incelenmesi sonucunda lisans üstü tezlerin yıllara göre artış gösterdikleri, bu artışın yüksek lisans düzeyinde yapılan tezlerden kaynaklandığı, doktora düzeyinde yapılan tezlerde ise yıllara göre belirgin değişim olmadığı görülmektedir. Mallı (2019), Oğuz Haçat ve Demir (2019) tarafından yapılan çalışmalarda da elde edilen sonuçlar paralellik göstermektedir. Çürt’e (2020) göre yüksek lisans programına kayıtlı öğrencilerin doktora programına kayıtlı öğrencilerden daha fazla olması yüksek lisans seviyesinde yapılan çalışmaların daha fazla olmasını

açıklayabilir. Fen okuryazarlığının öneminin sürekli artması fen okuryazarlığı hakkında yapılan çalışmalarında yıllara göre artmasını açıklayabilir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin amaçlarına göre incelenmesi sonucunda; lisansüstü tezlerin çoğunlukla PISA verilerine göre Türkiye’de fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi ve öğretmen adaylarının ve öğrencilerin fen okuryazarlık durumlarına göre fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Çalışmada eğitim alanında okuryazarlık üzerine lisansüstü tezlerin konuları arasında “PISA verilerine göre Türkiye’de fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi ve öğretmen adaylarının ve öğrencilerin fen okuryazarlık durumlarına göre fen okuryazarlıkla ilgili faktörlerin incelenmesi” konularının olduğu belirtilmiştir. PISA uygulamalarından verilerin elde edilmesinin kolay olması bu sonucu açıklayabilir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin araştırma yöntemlerine göre incelenmesi sonucunda araştırmalarda çoğunlukla nicel yöntemler kullanılarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelediğinde benzer sonuçlarla karşılaşmıştır. Köseoğlu ve Eroğlu Doğan (2020) tarafından fen bilgisi öğretmenliği bilim dalında yapılan lisansüstü tezlerde nicel yöntemlerin daha fazla kullanıldığı bildirilmiştir. Mallı (2019) tarafından fen eğitimi alanında argümantasyona dayalı öğretim yöntemlerine yönelik yapılan lisansüstü tez çalışmalarının genellikle nicel yöntemlerle gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin araştırma desenlerine göre incelenmesi sonucunda araştırmaların çoğunlukla ilişkisel tarama ve tarama desenleri kullanılarak gerçekleştirildikleri tespit edilmiştir. Köseoğlu ve Eroğlu Doğan (2020) tarafından yapılan çalışmada benzer sonuçlarla karşılaşmıştır. Verilerin genellikle PISA uygulamalarından alınması nicel yöntemlerin, ilişkisel tarama deseni ve tarama deseninin daha fazla tercih edilmesine sebep olmuş olabilir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin ölçme araçlarına göre incelenmesi sonucunda araştırmalarda çoğunlukla PISA’da kullanılan ölçeklerin kullanıldığı görülmektedir. Verilerin PISA uygulamalarından elde edilmiş olması PISA’da kullanılan ölçeklerin daha fazla kullanıldığı sonucunu desteklemektedir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerin katılımcılarına göre incelenmesi sonucunda araştırmalarda katılımcıların çoğunlukla lise öğrencilerinin olduğu görülmektedir. Fırat (2019) matematik okuryazarlığıyla ilgili yapılan lisansüstü tezlerde PISA uygulamalarına katılan lise öğrencilerinin en fazla katılımcı grubu olduğunu belirtmiştir. Fırat’ın (2019) çalışması fen okuryazarlığıyla ilgili olmasa da matematik okuryazarlığı alanında yapılan çalışmaların analizinde benzer sonuçlar çıkması bizim araştırmamız açısından önemli olduğu düşünülebilir. Matematik okuryazarlığı ve fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde daha çok PISA uygulamasına ait verilerin kullanılması katılımcı gruplarının da benzer olduğunu düşündürmektedir. Fen okuryazarlığı alanında yapılan çalışmalarda katılımcıların daha çok lise öğrencilerinin olması PISA uygulamalarından elde edilen verilerin daha çok kullanılması ile açıklanabilir.

Fen okuryazarlık seviyesine cinsiyetin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda cinsiyetin etkisinin olduğunu / olmadığını (Duruk, 2012; Tunç Şahin ve Say, 2012; Woods-McConney ve ark., 2014; Tekin ve ark., 2016; Balbağ ve Balbağ, 2017; Yenice ve ark., 2017) gösteren bulgu sayılarının birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca fen okuryazarlık seviyesinde cinsiyetin etkisinin olduğunu gösteren çalışmaların çoğunluğunda kızların fen okuryazarlık seviyelerinin daha yüksek olduğu görülmektedir (Özdemir, 2010; Erdaş Kartal ve ark., 2016; Can ve Çelik, 2019; Mukti ve ark. 2019; Salcı ve Aydın, 2021). Erkeklerin fen okuryazarlık seviyelerinin daha yüksek olduğunu gösteren çok az çalışmaya (Laugksch ve Spargo, 1999; Bacanak, 2002) rastlanmıştır. Farklı sonuçların görüldüğü çalışmalarda sosyoekonomik düzey, yaş, eğitim kademeleri ve mesleki branşların farklı olması nedeniyle bu sonucun ortaya çıkmasında cinsiyet dışında başka değişkenlerinde etkili olabileceği düşünülmektedir.

Fen okuryazarlık seviyesine anne eğitim düzeyinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda anne eğitim seviyesi yüksek olan öğrencilerin fen okuryazarlık seviyelerinin yüksek olduğunu gösteren çalışmalar (Woessmann, 2004; Süren, 2008; Şahin ve ark., 2010; Keskin ve ark., 2016; Erdaş Kartal ve ark., 2016; Salcı ve Aydın, 2021) ile anne eğitim seviyelerinin fen okuryazarlık seviyesini etkilemediğini gösteren çalışmaların (Ulutaş, 2009; Yakar, 2010; Aslanyavrusu, 2013; Selim, 2013; Çal, 2015; Yolagiden, 2017; Arduç, 2018; Deniz, 2019; Karasu, 2019; Kurnaz, 2019) birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir.

Fen okuryazarlık seviyesine baba eğitim düzeyinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda baba eğitim düzeyi yüksek olan öğrencilerin fen okuryazarlık seviyelerinin yüksek olduğunu gösteren çalışmaların, (Woessmann, 2004; Şahin ve ark., 2010; Selim, 2013; Keskin ve ark., 2016; Erdaş Kartal ve ark., 2016; Arduç, 2018; Karasu, 2019; Salcı ve Aydın, 2021) baba eğitim düzeyinin fen okuryazarlık seviyesinin etkilemediğini gösteren çalışmalardan (Süren, 2008; Ulutaş, 2009; Yakar, 2010; Aslanyavrusu, 2013; Çal, 2015; Yolagiden, 2017; Deniz, 2019; Kurnaz, 2019) daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Anne ve babanın eğitim düzeylerinin fen okuryazarlık seviyelerini etkilemesinde anne ve baba ile geçirilen kaliteli zaman ve çocukların anne ve babalarını taklit etmelerinin etkili olduğu düşünülmektedir (Harlan ve Rivkin, 2000; Aktamış ve ark., 2008). Kurnaz (2019) eğitim düzeyleri yüksek olan ebeveynlerin çocuklarına rehberlik etmede daha başarılı olduğunu belirtmiştir. Karasu (2019) ebeveynlerin fen okuryazarlık seviyelerine etkisinin farklı olmasında bölge farklılıklarının etkili olduğunu belirtmiştir. Ayrıca kız ve erkek çocukların farklı ebeveynleri taklit ettikleri düşünülürse, anne ve babanın eğitim seviyelerinin fen okuryazarlık seviyesine etkisinin ölçülmesinde çocukların cinsiyetlerinin de dikkate alınması gerektiği düşünülebilir.

Fen okuryazarlık seviyesine evdeki olanakların (Bilgisayarı olma, kendi odası olma, çalışma masası olma, evdeki kitap sayısı vb.) etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda evdeki olanakları yüksek olan öğrencilerin fen okuryazarlık seviyelerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir (Erbaş, 2005; Chiu, 2007; Özer, 2009; Boztunç, 2010; Güçlüer, 2012; Karabay, 2012; Aslanyavrusu, 2013; Karabay, 2013; Çeçen, 2015; Kartal ve ark., 2016; Ötken, 2019; Zeybekoğlu, 2019). Karasu’ya (2019) göre evdeki olanaklar öğrenme ortamını zenginleştirerek öğrenme kalitesini artırabilir.

Fen okuryazarlık seviyesine aile sosyoekonomik düzeyinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda aile sosyoekonomik düzeyi yüksek olan öğrencilerin fen okuryazarlık seviyelerinin daha yüksek olduğunu gösteren çalışmaların (Fuchs ve WöBmann, 2006; Geske ve ark., 2006; Çalışkan, 2008; Keskin, 2008; Özbay, 2011; Tezgören, 2015; Arduç, 2018), aile sosyoekonomik düzeyinin fen okuryazarlığını etkilemediğini gösteren çalışmalardan daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Ulutaş, 2009). Keskin (2008) öğrenme kalitesini artıran öğrenme ortamı zenginliğinin sosyoekonomik düzeye bağlı olduğunu belirtmiştir.

Fen okuryazarlık seviyesine bilimsel yayın takip etmenin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda bilimsel yayın takip etmenin öğrencilerin fen okuryazarlık seviyelerini etkilemediğini gösteren çalışmaların (Aslanyavrusu, 2013; Selim, 2013; Çal, 2015; Tezgören, 2015; Yolagiden, 2017; Göktepe, 2019; Kurnaz, 2019; Yağan, 2019) bilimsel yayın takip eden öğrencilerin fen okuryazarlığının daha yüksek olduğunu gösteren çalışmalardan (Işık Terzi, 2008; Keskin, 2008; Süren, 2008; Yakar, 2010; Turan Bektaş, 2020) daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Özbay’a (2011) göre bilimsel yayın takip etme durumunun takip edilen bilimsel yayın türü ve yayından faydalanma durumuyla birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Bütün bilimsel yayınlar aynı nitelikte olmayabilir. Bilimsel yayın takip eden öğrenciler yayınlardan aynı ölçüde faydalanmayabilirler.

Fen okuryazarlık seviyesine sınıf seviyesinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda üst sınıflarda okuyan öğrencilerin fen okuryazarlığının daha yüksek olduğunu gösteren çalışmaların (Soysal, 2011; Duruk, 2012; Yolagiden, 2017; Turgut, 2018; Atak, 2019; Halimoğlu, 2019) sınıf seviyesinin fen okuryazarlığını etkilemediğini gösteren çalışmalardan (Uludüz, 2017; Deniz, 2019; Gökdemir, 2020) daha fazla olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde farklı eğitim kademelerinde (İlkokul, ortaokul, lise ve üniversite) farklı sonuçların ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Fen okuryazarlık seviyesine internet kullanmanın etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda internet kullanmanın fen okuryazarlığını artırdığını (Erbaş, 2005; Yakar, 2010; Çal, 2015; Çeçen, 2015) ve etkilemediğini (Süren, 2008; Aslanyavrusu, 2013; Kesik, 2016; Göktepe, 2019) gösteren çalışmaların sayıları birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir. Göktepe’ye (2019) göre internet kullanmanın yanı sıra internet kullanma amacı da fen okuryazarlığı üzerinde etkilidir. Sonuçlardaki farklılığın nedeni internet kullanma amaçlarının farklı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Fen okuryazarlık seviyesine bilgisayar kullanmanın etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda çoğunlukla bilgisayar kullananların fen okuryazarlıklarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Keskin, 2008; Yakar, 2010; Çal, 2015; Çeçen, 2015; Ötken, 2019). Bilgisayar kullanan öğrencilerin bilgiye erişimde daha avantajlı olması fen okuryazarlıklarını olumlu etkileyebilir.

Fen okuryazarlık seviyesine akademik başarısının etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda akademik başarı yüksek olan öğrencilerin fen okuryazarlık seviyelerinin yüksek olduğunu gösteren çalışmaların (Keskin, 2008; Tekin, 2013; Uludüz, 2017; Öz, 2018; Uluğ, 2019), akademik başarının fen okuryazarlığını etkilemediğini gösteren çalışmalardan daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Bacanak, 2002; Aslanyavrusu, 2013). Keskin’e (2008) göre akademik başarıyı yükseltmeye yönelik çalışmalar fen okuryazarlığını artırması beklenmektedir.

Fen okuryazarlık seviyesine okul türlerinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda fen liseleri ve özel okullarda öğrenim gören öğrencilerin fen okuryazarlıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Çalışkan, 2008; Çelebi, 2010; Özbay, 2011; Tezgören, 2015; Öz, 2018; Atak, 2019). Atak’a (2019) göre fen liseleri ve özel okullarda öğretim olanaklarının zenginliği fen okuryazarlığını artırmaktadır.

Fen okuryazarlık seviyesine anne mesleğinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda anne mesleğinin fen okuryazarlığı etkilediğini (Çalışkan, 2008; Özbay, 2011; Çeçen, 2015) ve etkilemediğini (Yakar, 2010; Yolagiden, 2017) gösteren çalışmaların sayıları birbirine yakındır. Fen okuryazarlık seviyesine baba mesleğinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda baba mesleğinin fen okuryazarlığı etkilediğini (Çalışkan, 2008; Çeçen, 2015) ve etkilemediğini (Yakar, 2010; Özbay, 2011; Yolagiden, 2017) gösteren çalışmaların sayıları birbirine yakındır. Yakar’a (2010) göre ebeveynlerin mesleklerinin fen okuryazarlığı seviyelerine etkisinde başka değişkenler de göz önünde bulundurulmalıdır.

Fen okuryazarlık seviyesine yaşın etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda çoğunlukla yaş büyük olanların fen okuryazarlıkları yüksek bulunmuştur (Işık Tezi, 2008; Turgut, 2018; Atak, 2019). Yaşı küçük olan öğrencilerin fen okuryazarlıklarının yüksek olduğunu gösteren çalışmalarda (Turan Bektaş, 2020) kuşak farkı oluşacak yaş farklarının olduğu görülmektedir.

Fen okuryazarlık seviyesine çevre bilincinin etkisinin ölçüldüğü araştırmalarda çevre bilinci yüksek olan öğrencilerin fen okuryazarlıkları yüksek bulunmuştur (Erbaş, 2005; Çelebi, 2010; Demirci, 2018; Öztürk, 2018; Zeybekoğlu, 2019). Bunun nedeni olarak fen okuryazarlığı yüksek öğrencilerin doğaya bilgilerinin fazla olması sonucu çevreye duyarlılığın arttığı düşünülmektedir.

Fen okuryazarlığı alanında yapılan lisansüstü tezlerde araştırmacıların önerileri incelendiğinde çoğunlukla “*Mevcut çalışmayla ilgili kapsam genişletilerek çalışmalar artırılmalı*”, “*Araştırmanın evren-örnekleme ve süresi genişletilmeli*” ve “*Araştırma sonuçları öğretim sürecine yansıtılmalı*” önerilerinde buldukları tespit edilmiştir. Araştırmacıların çalışmalardan elde ettikleri sonuçlardan faydalanılmasını ve benzer çalışmaların kapsamlarının genişletilerek yapılmasını önermeleri beklenen bir durumdur.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre araştırmacılara yönelik aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur.

- Fen okuryazarlık seviyelerinin artırılması amacıyla çalışmalar yapılabilir.
- Farklı örneklem gruplarıyla çalışmalar yapılabilir.
- Farklı ölçme araçları geliştirilebilir ve uygulanabilir.
- Doktora seviyesinde çalışmalar artırılabilir.

Kaynaklar

- Aktamış, A., Ünal, A., Ergin, P., (2008). Öğrencilerin fene yönelik tutumlarına ailelerinin etkisi. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 14(14): 39-48.
- Arduç, M.A., (2018). Ortaokul 8.Sınıf Öğrencilerinin Bilimsel Okuryazarlık Düzeylerinin ve Fen Öğrenme Yaklaşımlarının Fen Bilimleri Dersindeki Başarılarına Etkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Kahramanmaraş.
- Aslanyavrusu, Y., (2013). Ortaöğretim 9. sınıf öğrencilerinin bilimsel okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Atak, A.A., (2019). Ortaokul öğrencilerinin bilimsel okuryazarlıkları ile bazı bireysel farklılıklar arasındaki ilişkinin incelenmesi: Harran Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara
- Bacanak, A., (2002). Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları ile fen-teknoloji-toplum dersinin uygulanışını değerlendirmeye yönelik bir çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Trabzon.
- Bacanak, A., Gökdere, M., (2009). Investigating level of the scientific literacy of primary school teacher candidates. Asia-Pacific Forum on Science Learning and Teaching, 10: 1-7.
- Balbağ, M.Z., Balbağ, N.L., (2017). Öğretmen adaylarının fen ve teknoloji okuryazarlığına ilişkin özyeterlik algıları ile bilgi okuryazarlıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. [https://www.researchgate.net/publication/313692608_Ogretmen_](https://www.researchgate.net/publication/313692608_Ogretmen_adaylarının_fen_ve_teknoloji_okuryazarligina_iliskin_ozyeterlik_algilari_ile_bilgi_okuryazarliklari_arasinda_ki_iliskinin_incelenmesi)
[adaylarının_fen_ve_teknoloji_okuryazarligina_iliskin_ozyeterlik_algilari_ile_bilgi_okuryazarliklari_arasinda](https://www.researchgate.net/publication/313692608_Ogretmen_)
[ki_iliskinin_incelenmesi](https://www.researchgate.net/publication/313692608_Ogretmen_) (İnternet Erişimi: 30.05.2021)
- Bowen, G.A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. Qualitative research journal, 9(2): 27-40.
- Boztunç, N., (2010). 2003 ve 2006 yıllarında uluslararası öğrenci değerlendirme programına (PISA) katılan Türk öğrencilerin matematik ve fen başarılarının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi. Ankara.
- Bybee, R.W. (1997). Achieving scientific literacy: From purposes to practises. Portsmouth, NH: Heinemann.
- Can, Ş., Çelik, C., (2019). Fen bilgisi öğretmen adaylarının Türkiye istatistiki bölge birimlerine göre evrensel fen okuryazarlık düzeyi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 49: 112-133.
- Chiu, M.M., (2007). Families, economies, cultures, and science achievement in 41 countries: country-school and student-level analyses. Journal of Family Psychology, 21 (3): 510-519.
- Corbin, J., Strauss, A. (2008). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. Thousand Oaks: Sage.
- Çal, M. (2015). Ortaöğretim dokuzuncu sınıf öğrencilerinin yetenek düzeyleri ile bilimsel okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Osman Paşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Tokat.
- Çalışkan, M., (2008). PISA’da (2006) Okul ve öğrenci ile ilgili faktörlerin bilimsel okuryazarlık becerisi üzerindeki etkisi. Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Çeçen, Y., (2015). Sosyokültürel ve sosyoekonomik değişkenlerin PISA fen okuryazarlığını yordama gücünün yıllara göre incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Çelebi, (2010). PISA 2006 Uluslararası öğrenci değerlendirme programında öğrencilerin bilimsel okuryazarlık becerileri üzerine insan ve fiziksel kaynakların etkisinin kültürlerarası bir karşılaştırması. Doktora Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ankara
- Çürt, M., (2020). 2000-2020 yılları arası Dünya’nın hareketleri ve sonuçları ile ilgili yapılmış çalışmaların betimsel analizi. Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Samsun.
- DeBoer, G.E., (1991). A History of Ideas in science education. New York: Teachers College Press.
- Demirci, S., (2018). A Closer Look to Turkish Students' Scientific Literacy: What Do PISA 2015 Results Tell Us? Master's Thesis. The Graduate School of Social Sciences of Middle East Technical University. Ankara
- Deniz, S., (2019). Öğretmen adaylarının çevre etigi farkındalığı ile fen ve teknoloji okuryazarlığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Siirt Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Siirt
- Diñer, S. (2014). Eğitim bilimlerinde uygulamalı meta-analiz. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Duruk, Ü., (2012). İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin fen ve teknoloji okuryazarlığı seviyesinin belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Kocaeli.
- Erbaş, K.C., (2005). Factors affecting scientific literacy of students in Turkey in programme for international student assessment (PISA). Master Thesis. The Graduate School Of Natural and Applied Sciences of Middle East Technical University. Ankara.
- Erdaş Kartal, E., Doğan, N., Yıldırım, (2016). Türkiye’nin PISA’daki fen başarısıyla ilişkili faktörlerin incelenmesi. Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi (EFMED), 11(1): 320-339.
- Fırat, İ., (2019). Türkiye’de matematik okuryazarlık ile ilgili 2020 yılına kadar yapılan çalışmaların doküman analizi yöntemiyle incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Amasya Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü. Amasya
- Fuchs, T., WöBmann, L., (2006). What accounts for international differences in student performance? A re-examination using PISA data. Empirical Economics: 210-240.
- Geske, A., Grinfelds, A., Dedze, I., Zhang, Y., (2006). Family background, school quality and rural-urban disparities in student learning achievement in Latvia. Prospects: 419-431.

- Gökdemir, H., (2020). Fen bilimleri öğretmen adaylarının PISA fen okuryazarlığı yeterliklerinin araştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara
- Göktepe, D., (2019). Fen bilimleri dersi öğretmenlerinin bilimsel okuryazarlık beceri düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından değerlendirilmesi: Sakarya ili örneği. Yüksek Lisans Tezi. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Bolu.
- Güçlüer, E., (2012). Fen ve teknoloji dersinde “vücudumuzda sistemler” ünitesinde fen okuryazarlığını geliştirici etkinliklerin kullanılmasının başarıya, tutuma ve bilimsel süreç becerilerine etkisi. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- Halimoğlu, G., (2019). Ortaokul öğrencilerinin fen bilimlerine karşı merak, motivasyon ve fen okuryazarlık düzeylerine etki eden faktörlerin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. İstanbul
- Işık Terzi, C., (2008). İlköğretim 1. kademede fen ve teknoloji dersini yürüten sınıf öğretmenleri ile 2. kademede fen ve teknoloji dersini yürüten fen bilgisi (fen ve teknoloji) öğretmenlerinin fen okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi ve sonuçların karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Muğla
- Harlan, J.D., Rivkin, M.S., (2000). Science experiences for the early childhood years: An integrated approach. USA: Prentice-Hall, Inc.
- Karabay, E., (2012). Yıllara göre PISA fen okuryazarlığını sosyo-kültürel değişkenlerin yordayıcı güçlerinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi. Ankara
- Karabay, E., (2013). Aile ve okul özelliklerinin PISA okuma becerileri, matematik ve fen okuryazarlığını yordama gücünün yıllara göre incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara
- Karasu, U., (2019). Fen okuryazarlığını etkileyen bazı sosyal değişkenlerin PISA verilerine göre incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Kesik, C., (2016). İlkokul üçüncü sınıf öğrencilerinin fen okuryazarlığını belirlemeye yönelik envanter geliştirme ve uygulama (Şanlıurfa ili örneği). Yüksek Lisans Tezi. Niğde Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Niğde
- Keskin, H., (2008). İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin fen ve teknoloji dersine ilişkin bilimsel okuryazarlık seviyeleri. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Eskişehir.
- Keskin, H., Tezel, Ö., Acat, B., (2016). Ortaokul öğrencilerinin fen ve teknoloji dersine ilişkin bilimsel okuryazarlık seviyeleri. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 47: 1-18.
- Kızılaslan, A., Sözbilir, M., & Yaşar, M. D. (2012). Inquiry based teaching in Turkey A content analysis of research reports. *International Journal Of Environmental Science Education*, 7(4), 599–617.
- Köseoğlu, S., Eroğlu Doğan, E., (2020). Türkiye’de 2010-2017 yılları arasında fen bilgisi öğretmenliği bilim dalında yapılmış olan lisansüstü tezlerin analizi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 19(75): 1122-1147.
- Kurnaz, Ş. (2019). Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlığı ve alan bilgisi yeterliliklerinin karşılaştırılması: SDÜ-MAKÜ örneği. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Isparta.
- Laugksch, R.C., Spargo, P.E., (1999). Scientific Literacy of Selected South African Matriculants Entering Tertiary Education: A Baseline Survey. *South African journal of science*, 95: 427-432.
- Mallı, S., (2019). Türkiye’de fen eğitiminde argümantasyon alanında son on yılda yapılan akademik yayınların betimsel analiz yöntemiyle incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İzmir
- Merriam, S.B., (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey Bass. San Francisco: 195-237.
- Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), (2019). PISA 2018 Türkiye ön raporu: 80 http://www.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2019_12/03105347_PISA_2018_Turkiye_On_Raporu.pdf (Erişim Tarihi: 09.10.2020)
- Mukti, W. R., Yuliskurniawati, I. D., Noviyanti, N. I., Mahanal, S., Zubaidah, S., (2019). A survey of high school students’ scientific literacy skills in different gender. *Journal of Physics: Conference Series*, 1241(1): 12-43.
- National Science Teachers Association (NSTA), (1971). NSTA Position Statement on School Science Education for 1970’s. *The Science Teacher*, 38: 46–51.
- Oğuz Hacet, S., Demir, F.B., (2019), Eğitim alanında okuryazarlık üzerine yapılan lisansüstü tezlerin analizi. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(2): 116-145.
- Orhan, B., (2020). Öğrenci ve okul özellikleri, öğretme ve öğrenme süreci ile ilgili değişkenler ve bilişsel olmayan öğrenme çıktılarının PISA 2015 – uluslararası öğrenci değerlendirme programı fen okuryazarlığı üzerindeki etkilerinin incelenmesi. Doktora Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ankara
- Ötken, Ş., (2019). PISA uygulamalarında okuma-matematik-fen okuryazarlığı puanlarındaki değişimin çok değişkenli-çok düzeyli model ile incelenmesi. Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Öz, Y.Ö., (2018). Sosyoekonomik açıdan dezavantajlı yüksek başarılı öğrencilerin fen okuryazarlığını etkileyen faktörlerin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Burdur.
- Özbay, H.E., (2011). Ortaöğretim öğrencilerinin bilimsel okuryazarlık seviyeleri ile evrimi anlamaları arasındaki ilişki (Malatya ili örneği). Yüksek Lisans Tezi. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Malatya.
- Özdemir, O., (2010). Fen ve teknoloji öğretmen adaylarının fen okuryazarlığının durumu. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*. 7(3): 42-56.
- Özer, Y., (2009). 2006 Uluslararası öğrenci değerlendirme programına (PISA) göre Türkiye'deki öğrencilerin koku ve matematik okuryazarlığı başarısını etkileyen faktörler. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi. Ankara.

- Öztürk, Ö., (2018). Farklı sosyoekonomik düzeylerden öğrencilerin bilimsel okuryazarlıklarının çevresel farkındalık ve çevresel optimizm ile nasıl öngörülebileceğini analiz etmek için PISA 2015 verilerinin kullanılması. Yüksek Lisans Tezi. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Müfredat ve Eğitim Programı. Ankara
- Polat, M., (2013). Fen bilimleri eğitimi alanında tamamlanmış yüksek lisans tezleri üzerine bir araştırma: Celal Bayar Üniversitesi örneği, *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi* 35: 46-58.
- Salcı, E., Aydın, A. (2021). Ortaokul öğrencilerinin evrensel fen okuryazarlık düzeyleri. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10): 202-219. DOI: 10.21733/ibad.879341
- Selim, G., (2013). Bilimsel dergilerin 7. sınıf öğrencilerinin bilimsel okuryazarlığına ve fen ve teknoloji dersine yönelik tutumlarına etkisinin araştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Soysal, M., (2011). Öğrencilerin fen ve teknoloji dersindeki başarıları ile fen okuryazarlığı düzeylerinin karşılaştırılması ve öğretmenlerin fen okuryazarlığı ile ilgili görüşlerinin incelenmesine yönelik bir çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adana.
- Süren, T., (2008). İlköğretim birinci kademe öğrencilerinde bilimsel okuryazarlık düzeyi. Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Afyon.
- Şahin, R., Sanalan, V.A., Bektaş, Ö., Kaygısız, Y., (2010). Ebeveynlerin fen okuryazarlık düzeylerinin ilköğretim 7. sınıf öğrencilerinin fen ve teknoloji dersi başarılarına etkisi. *EÜFBED-Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(1): 125-143.1
- Taşkın, T. (2021). Bilimin doğası konulu makalelerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 1-20. <https://dx.doi.org/10.17240/aibuefd.2021.21.60703-794024>
- Tekin, N., (2013). Fen bilgisi öğretmen adaylarının bilimsel okuryazarlıkları ve eleştirel düşünme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Konya
- Tekin, N., Aslan, O., Yağız, D., (2016). Fen bilimleri öğretmen adaylarının bilimsel okuryazarlık düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimlerinin incelenmesi. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 5(1): 23-50.
- Tezgören, I., (2015). Sekizinci sınıf öğrencilerinin bilimsel okuryazarlık düzeyleri ile problem çözme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Eskişehir.
- Tunç Şahin, C., Say, Ö., (2012). İlköğretim öğrencilerinin bilimsel okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(11): 223-240.
- Turan Bektaş, B., (2020). Toplumsal fen okuryazarlığını belirlemeye yönelik ölçek geliştirme çalışması: delphi tekniği uygulaması. Doktora Tezi. Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Trabzon: 11.
- Turgut, D., (2018). Öğretmen adaylarının biyoetik değerleri, bilimsel okuryazarlık ve empati beceri düzeylerinin sınıflar bazında incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Denizli.
- Turgut, H., (2007). Herkes için bilimsel okuryazarlık. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 40(2): 233-256.
- Uludüz, Ş.M., (2017). Sınıf öğretmeni adaylarının fen okuryazarlık düzeyleri ile fen öğretimi öz yeterlik inançlarının karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Giresun.
- Uluğ, S., (2019). PISA 2015 Türkiye uygulamasında bazı öğrenci değişkenlerinin fen okuryazarlığı ve okuma becerileri başarısına etkisinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Antalya.
- Ulutaş, Ö., (2009). Hizmet öncesi temel bilim öğretmenlerinin bilimsel okuryazarlık düzeyleri ve bilime karşı tutumlarının araştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Woessmann, L., (2004). How equal are educational opportunities? Family background and student achievement in Europe and USA. CESifo Working Paper: 1162.
- Woods-McConney, A., Oliver, M. C., McConney, A., Schibeci, R., Maor, D., (2014) Science engagement and literacy: A retrospective analysis for students in Canada and Australia. *International Journal of Science Education*, 36(10): 1588-1608.
- Yakar, A., (2010). Türkiye’nin bazı üniversitelerinin eğitim fakültelerinde öğrenim görmekte olan fen bilgisi (fen ve teknoloji) öğretmenliği 4. sınıf öğrencilerinin fen okuryazarlık düzeylerinin istatistiksel olarak karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Muğla.
- Yaman, C., (2020). Fen bilgisi öğretmen adaylarının bilişim teknolojileri ve iletişim becerileri ile fen ve teknoloji okuryazarlığına yönelik öz yeterlik algıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Aydın.
- Yenice, N., Hiğde, E., Özden, B., (2017). Ortaokul öğrencilerinin üstbiliş farkındalıklarının ve bilimin doğasına yönelik görüşlerinin cinsiyet ve akademik başarılarına göre incelenmesi, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36(2): 1-18.
- Yıldırım, A., Şimşek, H., (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayınları. Ankara.
- Yılmaz, A., Fer, S., Kelecioğlu, H., Doğan, N., Yazıcı, N., Özyalçın Oskay, Ö., Yetkin Özdemir, İ.E., Batı, K., (2020). PISA ve Türkiye (2000-2018). Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi: 79-86. <http://www.egitim.hacettepe.edu.tr/belge/pisaveturkiye.pdf> (Erişim tarihi: 08.03.2021)
- Yılmaz, F., (2020). PISA 2015 Türkiye verilerine göre fen okuryazarlığı alanında uç değerde yüksek başarı gösteren öğrencilerin özelliklerinin incelenmesi. Yüksek lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Antalya.
- Yolagiden, C., (2017). Öğretmen adaylarının fen öğrenme becerisi, fen okuryazarlığı ve sosyobilimsel konulara yönelik tutumları arasındaki ilişkinin araştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Kahramanmaraş.
- Yükseköğretim Kurulu (YÖK), (1997). İlköğretim fen öğretimi milli eğitimi geliştirme projesi hizmet öncesi öğretmen eğitimi. YÖK-Dünya Bankası. Ankara.

Zeybekoğlu, Ő., (2019). PISA 2015 Türkiye örneklemini fen okuryazarlığını açıklayan değişkenlerin chaid analizi ile incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Antalya.

Tarihi Coğrafya Açısından XVI. Yüzyıl'da Konya Şehri ve Şehrsel Fonksiyonları* Konya City and Its Urban Functions in the 16th Century in Terms of Historical Geography

Bayram TUNCER**, Leyla ŞAFAK***

* Bu çalışma, Leyla ŞAFAK tarafından 2019 yılında azılmış olan ve Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih A.B.D. Yeni Çağ Tarihi Bilim Dalı'nda yürütülmüş olan "2 numaralı Konya Şer'ie Sicili (978-989 / 1570-1582) Değerlendirme ve Transkripsiyon" başlıklı yüksek lisans tezinden faydalanılarak üretilmiştir.

** Dr., İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, btuncer0606@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3825-3735

*** Yüksek Lisans Mezunu, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Yeni Çağ Tarihi, leyla.safak@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-6087-6707

Öz

Coğrafi mekân üzerinde kurulan şehir, mevcut fonksiyonlarıyla tarihsel süreç içerisinde bir anlam ve önem kazanır. Bulunduğu tarihsel dönemin şehir üzerine yaptığı yansımaların analiz edilerek yorumlanması büyük önem arz etmektedir. Şehrin bulunduğu döneme ait özelliklerinin analiz edilmesi ve şehrsel fonksiyonlarının zaman-mekân bağlamında değerlendirilmesi tarihi coğrafyanın inceleme alanına girmektedir. Bu çalışmanın amacı; XVI. yüzyıl Konya örneğinde Konya'nın şehrsel görünümü ve şehrsel fonksiyonlarının tarihi coğrafya açısından değerlendirilmesidir. Çalışma konusunun dayandığı temel kaynak Hicri 978-989 / 1570-1582 yıllarına ait 2 numaralı Konya Şer'ie Sicili'dir. Şer'ie Sicili dışında Konya şehrinin XVI. yüzyıl için tarihi coğrafya konuları üzerine geniş bir literatür çalışması yapılarak, Konya şehrinin içinde yer aldığı monografik çalışmaların derlenmesi ve değerlendirilmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tarihi Coğrafya, Şehir, Konya, Şehrsel Fonksiyonlar.

Abstract

The city, which was established on a geographical space, gains a meaning and importance in the historical process with its existing functions. It is of great importance to analyze and interpret the reflections of the historical period on the city. Analyzing the current characteristics of the city and evaluating its urban functions in the context of time and space fall within the scope of historical geography. The aim of this study; Evaluation of Konya's urban appearance and urban functions in terms of historical geography in the 16th century Konya sample. The main source on which the subject of the study is based is the Konya Sharia Registry No. 2 belonging to the Hijri 978-989 / 1570-1582 years. Apart from the Şer'ie Registry, an extensive literature study on the historical geography issues of the city of Konya for the 16th century has been made, and the compilation and evaluation of monographic studies in which the city of Konya is included

Key Words: Historical Geography, Urban, Konya, Urban Functions.

Giriş

Şehir kavramını dar kapsamda değil, mekâna ve zamana bağlı olarak geniş kapsamla ele almak gerekir. Farklı şehir tanımlarının yapılmasında şehrin birçok bilim dalının inceleme alanına girmesinden kaynaklanmaktadır. Bu bilim dalları konuya farklı açılardan yaklaşarak farklı tanımlar ortaya koymaktadır. Tarihçiler şehrin tanımı çeşitli türde kriterlere göre yapmıştır; Sanayi ve ticari faaliyetlerin yoğunluk kazandığı idari, siyasi, dini ve askeri işlerin görüldüğü ve tüm bu işler için gerekli olan altyapı hizmetlerinin sunulduğu ve halkın bu sisteme göre teşkilatlandığı yerleşim birimlerine şehir denir. Tanımdan anlaşıldığı üzere şehirler gerek iktisadi gerekse idari fonksiyonların ön plana çıktığı yerleşim alanları olarak değerlendirilmektedir. Coğrafyacıların ise konuya bakış açısı tarihçilere göre oldukça farklıdır. Coğrafyacılar şehri bir bütün halinde ele alarak incelemektedir. Ayrıca coğrafyacılar şehri, insan yapımı yaşama alanları olarak algılamakta ve değerlendirmektedirler. Gerçek şehir, boyut ve yönetim ölçütüne göre tanımlanamaz. Şehir tanımının esasını form ve fonksiyon oluşturmaktadır. Şehir, kırsallığın karşılığı olup sınırları belli bir alanda birbiriyle yakından ilişkili faaliyetlerin (sanayi, ticaret, eğitim, kültür, idari gibi.) bir araya toplandığı yerleşmelerdir (Yediyıldız, 1994; Bayartan, 2005; Tolun-Denker, 1976; Dickinson, 1964; Aliağaoğlu ve Uğur, 2010).

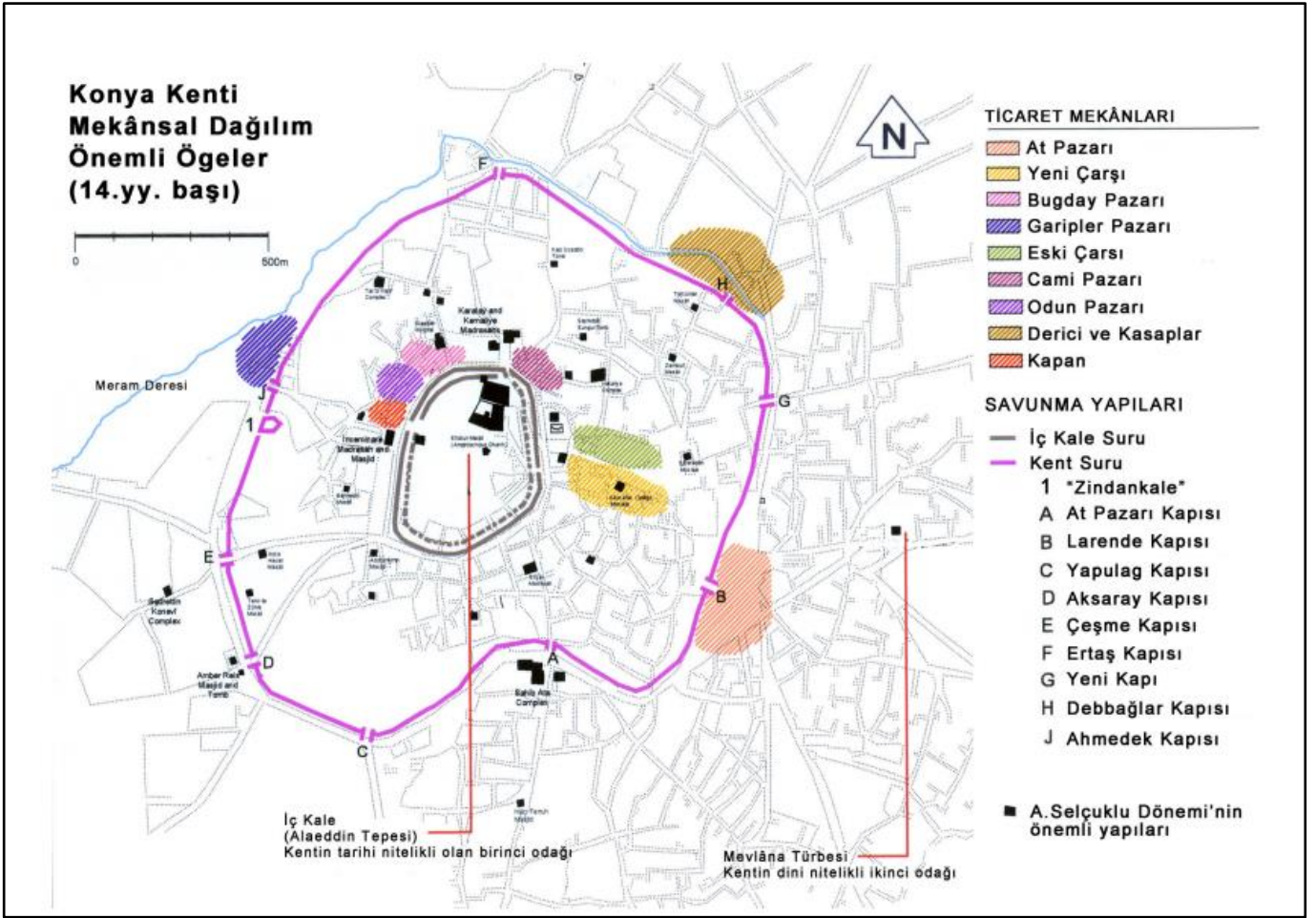
Tarihi coğrafya açısından da şehir konusu büyük önem arz etmektedir. Şehir, insanoğlunun tarihi süreç boyunca coğrafi mekânlar üzerinde inşa etmiş olduğu beşerî tesislerin kümelenmesi şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere tarihi coğrafya çalışmaları açısından şehir, mevcut fonksiyonlarıyla önemli bir yere sahiptir. Bulunduğu tarihsel dönemin şehir üzerine yansımalarının analiz edilmesi ve yorumlanması büyük önem arz eder. Şehrin bulunduğu döneme ait mevcut özelliklerinin zaman-mekân bağlamında değerlendirilmesi tarihi coğrafyanın inceleme alanına girmektedir. Tarihsel süreç içerisinde şehrsel yerleşmeler fiziki ve beşerî özellikleri açısından farklı görünümlere sahip olmuştur. Bu farklılık şehrsel yerleşmelerin bağlı olduğu medeniyete göre şekillenmesinden kaynaklıdır. Roma şehirleri veya Türk-İslam şehirleri incelendiğinde bu yerleşimlerin bağlı bulunduğu medeniyetlerin özelliklerini yansıttığı görülür (Bayartan, 2005; Yıldırım ve Gül, 2020).

Şehrsel yerleşmelerin bulunduğu dönemin kendine has özelliklerini yansıtması açısından Osmanlı şehirlerinin ayrı bir yeri ve önemi bulunmaktadır. Osmanlı medeniyetine damgasını vuran meydanları, çarşıları, camileri, mahalleleri, kaleleri, ticarethaneleri ve yollarıyla Osmanlı şehirleri başlı başına bir senteze sahiptir. Osmanlı şehirlerinin özelliklerini yansıtması ve asıl şehir karakterini Osmanlı hakimiyetine girdikten sonraki süreçte kazanması açısından Konya şehri bu konuda model bir yerleşmedir.

Konya şehri, adını yaklaşık 5000 yıl öncesinde Luvi kavminin verdiği İkuwaniya'dan almıştır. Daha sonraki dönemlerde ise Konya, Klasik Çağ'da İkonion, Antik Çağ'da İkonium ve İkonion gibi isimlerle anılmıştır. Araplar Ortaçağ'da Konya'ya, El-Koniya demişler ve son olarak da Türkler Konya adını vermişlerdir (Bahar, 2015). Konya tarih boyunca Hititler, Frigler, Lidyalılar, Persler ve İskender gibi çeşitli medeniyetlerin hüküm sürdüğü ve bu medeniyetlere ait çok sayıda iskân izleri taşıyan önemli bir yerleşim alanı olmuştur. Konya asıl önemini Roma İmparatorluğu hâkimiyeti altında iken kazanmıştır. Roma İmparatorluğu'nun ikiye ayrılmasının ardından Doğu Roma İmparatorluğu'nun önemli bir şehri haline gelen Konya, M.S.704 yılında Arap İslam orduları tarafından alınmıştır. İslam idaresi bölgede çok uzun sürmemiş ve Konya 1073 yılında Türkler tarafından fethedilmiştir. XII. yüzyılda Konya, Türklerin ve Hristiyanların yaşadığı, ibadet yerlerinin dahi yan yana bulunduğu, sosyal ve fiziki yönden gelişmemiş bir şehir karakterindedir. Selçuklular, 1097 yılında İznik'i Bizans İmparatorluğuna teslim etmişler ve ardından Konya'yı başkent yapmışlardır. Bu dönemde önemli bir gelişim sürecine giren Konya özellikle Selçuklu Sultanı Alâaddin Keykubad döneminde şehir karakterine bürünmüş, Anadolu'nun en düzenli ve modern şehri olma özelliğini kazanmıştır. Öyle ki; Moğol istilası şehrin gelişmesine engel olmamış, Selçuk mimarisinin birkaç anıtı bu dönemde yapıldığı gibi şehrin nüfusu da artmaya devam etmiştir. (Darkot, 1993; Baykara, 2002; Konyalı, 2007; Kuban, 1968).

Konya şehri en canlı ve hareketli dönemini XIII. yüzyıl ortalarında yaşamıştır. Bu dönemde şehir nüfusunun %10'unu gayri müslimler oluşturmaktadır. 1243 Köseadağ Savaşı yenilgisine ve Türkiye Selçuklu Devleti'nin İlhanlı Devleti hâkimiyeti altına girmesine rağmen Konya şehri, hızlı gelişim sürecini olumlu yönde devam ettirmiştir. Konya şehrinin, XIII. yüzyılın sonu XIV. yüzyılın başından itibaren, çarşısı, pazarları, sur kapıları, mahalleleri ve diğer şehrsel özellikleri aşamalar halinde oluşmaya başlamıştır. Ulaşım fonksiyonundan dolayı Konya bu dönemde, milletlerarası ticaret merkezi olma özelliğini sürdürmüştür. Dönemin şehrsel fonksiyonları arasında gösterebileceğimiz şehir kapıları (Antalya Kapısı, Larende Kapısı ve Aksaray Kapısı gibi.) yolun ulaştığı şehre göre adlandırılmıştır (Baykara, 2002). Selçuklu döneminde şehrin giriş olan bu kapıların olduğu yerlerde ticarî faaliyetler yoğunlaşmıştır (Şekil 1). Bu özellik Osmanlı zamanında da devam etmiştir. Ergenç (2012), şehrin giriş noktalarında ticarî faaliyetlerin yoğunlaşmasını iki nedene bağlamıştır. Birincisi, şehre gelenlerin kolayca uğrayabilecekleri yerler oluşu, ikincisi, "kapucu" adı verilen bekçiler tarafından korunduğu için buraların güvenilir alanlar olmasıdır.

Konya, Anadolu Selçuklularından sonraki süreçte Karamanoğulları'nın bir vilayeti haline gelmiş olup bu dönemden itibaren uzun yıllar Karamanoğulları hâkimiyeti altında kalmıştır. Konya, 1467 yılında Fatih Sultan Mehmed tarafından alınarak Osmanlı Devleti sınırlarına dâhil edilmiştir. Yine Fatih Sultan Mehmed döneminde Karaman beylerbeylik olarak, toplam 11 vilayet ve iki nahiyeye ayrılmıştır. II. Bayezid zamanında ise Karaman "Karaman Vilayeti" olarak 15 kazaya ayrılmıştır. İlerleyen yıllarda yapılan idarî teşkilatlanmada Karaman Eyaleti 7 sancağa ayrılmış ve Konya Paşa sancağı olarak kabul edilmiştir. Konya'nın dışındaki diğer sancaklar ise Aksaray, Akşehir, Beyşehir, Kayseriye, Kırşehir ve Niğde olmuştur (Konyalı, 2007).



Şekil 1: XIII. yüzyılın sonundan XIV. yüzyılın başına kadar Konya şehrinin mekânsal dağılımı (Önge, 2011:63)

Yöntem

Bu çalışmada XVI. yüzyıl Konya örneğinde Konya'nın şehrsel görünümü ve şehrsel fonksiyonları tarihi coğrafya açısından değerlendirilmiştir. Çalışma konusunun dayandığı temel kaynak 2 numaralı Konya Şer'iyecisi'dir. Bu sicil; Hicri 978-989 / 1570-1582 yıllarına ait olup 322 sayfadan oluşmaktadır. Bunların dışında Konya şehrinin XVI. yüzyıl için tarihi coğrafya konuları için geniş bir literatür çalışması yapılarak, Konya şehrinin içinde yer aldığı monografik çalışmaların derlenmesi ve değerlendirilmesi yapılmıştır.

Konya Şehrinin Genel Görünümü

Konya şehri, İç Anadolu bölgesinin güneyinde kendisiyle aynı ismi taşıyan ovanın kuzeybatı kesiminde kurulmuştur. Bu konumundan dolayı tarih boyunca önemli yolların kavşak noktasında olan bir şehir olma özelliğini sürekli olarak korumuştur. Bu özellik Anadolu Selçuklu Devleti'ne başkentlik yapacak kadar önem arz ederken, Osmanlı hakimiyeti sonrasında da aynı önemini sürdürmüştür (Darkot, 1993; Çaycı, 2006).

Konya şehri aynı zamanda tarih boyunca seyyahların da ziyaret ettiği önemli merkezlerden olmuştur. Konya şehri ziyaret eden ve seyahatnamesinde bahseden ilk seyyah "Marko Polo" olmuştur. Marko Polo'dan başka XIV. yüzyılda İbn-i Batuta, Pegolotti ve Hamdullah Mustavfi gibi seyyahlarda Konya'yı ziyaret etmiş ve burayla ilgili izlenimlerine eserlerinde yer vermişlerdir. XVI. yüzyılda ayrıca Radyuddin-el Gazzi, XVII. yüzyılda ise Evliya Çelebi, Konya şehrine gelen ve seyahatnamelerinde detaylı bilgiler veren diğer seyyahlardır (Yıldırım, 1999).

Evliya Çelebi Seyahatname'sinde Konya şehri ile ilgili şu bilgilere yer vermektedir; "Kale dışında su taksimi için bir kubbe yapılmıştır. O kubbeden 366 çeşmeye su dağılıp şehrin câmi, mescid, han ve hamamlarına, ayân saraylarına hep buradan su gider. Kaynağı, Meram dağındadır. Ayrıca 2700 su kuyusu bulunur ki bostanlar sulanır. Bütün nebatlar bu şekilde yetişir..." (Çaycı, 2006). Konya şehrine gelen seyyahlarının tamamına yakınının dikkatlerini çeken ve eserlerinden bahsettikleri en önemli nokta şehrin etrafını saran bağ ve bahçeler olmuştur.

Ergenç (2016), "XVI. yüzyılda Ankara ve Konya" isimli eserinde, 1897 yılında Konya'yı ziyaret eden Ahmed Tevhid'in seyahatnamesinde geçen bazı alıntılar şu şekilde aktarmıştır: "Konya, vâsi ve dağınık bir şehirdir. Etrafında bulunan bağlar heman şehir ile ittisâl peydâ etmiş olduğundan mürtefi' bir mahalden bakılacak olsa şehir, ovanın şimalinde yeşil bir çelengin

kurdelâ mahallini ve civarındaki bağlar da çelengin muhitini teşkil ettiği görülür.” Bu betimlemenin XVI. yüzyıla ait olduğunu düşünen Ergenç, şehrin etrafını saran bağların ve şehir halkı tarafından buraların yerleşme alanı olarak kullanıldığını gösteren XVI. yüzyıla ait sicil kayıtlarının bulunduğunu ifade etmiştir.

XVI. yüzyıla ait sicil kayıtlarında bağların yoğun olduğu yerler; Sille, Kumköprü, Meram, Hoca Fakih, Hoca Cihan ve Köyceğiz olarak belirtilmiştir. Kayıtlardan anlaşıldığı üzere bağların yoğun olarak bulunduğu yerlere doğru yerleşim mahalleleri yayılmaya başlamıştır. Yine 2 Numaralı Şer’iye Sicili’nde mülk satışlarıyla ilgili 209 kayıt içerisinde, 109 tanesinin bağ satışları ile ilişkili olması da bu durumu kanıtlamaktadır.

Konya Şehrinin Mahalleleri

Konya şehri, Doğu Roma İmparatorluğu zamanında etrafı surlarla çevrili, nüfusu az olan bir yerleşim iken, Türkler tarafından fethetmesiyle birlikte büyük bir gelişim göstermiştir. Konya’nın ilerleyen süreçte Anadolu Selçuklu Devleti’nin başkenti olması bu büyümeyi oldukça hızlandırmıştır. Hatta Selçuklular döneminde, nüfus artmış, yeni yerleşim yerleri ortaya çıkmış ve şehrin surları doğuya ve güneye doğru genişlemiştir. Konya şehri asıl karakterini Selçuklular zamanında kazanmıştır. Bu dönemde Alâeddin Tepesi yalnızca bir iç kale durumunda iken şehir zamanla büyüyerek genişlemiş ve etrafı surlarla çevrilmiştir. (Baykara, 2002; Ergenç, 2012).

Konya şehrinin büyüyerek genişlemesi Osmanlı hakimiyeti altına girdikten sonra da devam etmiş ve Alâeddin Tepesi bu dönemde şehrin ortasında kalmıştır. Yavuz Sultan Selim adına 1518 yılında Kemal Paşa Zâde tarafından yapılan Konya tahriri de bu durumu kanıtlar özelliindedir. Yapılan bu tahrirde, Konya şehrinin mahalle sayısı ve bu mahallelerde yaşayan erkek nüfus belirlenmiştir. Yavuz Sultan Selim zamanında Konya şehirde 79 mahalle bulunmaktadır. Meram ve Keveler ile Alâeddin Tepesi arasında kalan sahada; ticari hayatın çok canlı olduğu çarşıları, mescid ve camileri, han ve hamamları, darüşşifası imaretleri, eğitim kurumları ve eğlence mekanlarıyla Konya, bir süre sonra Paşa Sancağı ve Beylerbeylik olmuştur (Konyalı, 2007; Baykara, 2002; Ergenç, 2012). İncelediğimiz 1570-1582 yılları arasındaki şer’iye sicil kayıtlarında mahalle adlarının ve toplam sayısının tespiti yapılmıştır. Yavuz Sultan Selim ve III. Murad dönemlerindeki mahalle adları ile inceleme yaptığımız sicilde adı geçen mahalleler, karşılaştırılarak Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: 2 Numaralı KŞS Defterinde Adı Geçen Mahalleler ve 1518 - 1584 Tahrirlerine Göre Mahalle Adlarının Mukayesesi.

	1518 Tarihli Konya Tahriri	2 Numaralı KŞS Defteri	1584 Tarihli Konya Tahriri
1	Abdü’l-vâhid	Abdulvâhid Mahallesi	---
2	Abdülaziz	Abdul’aziz Mahallesi	Abdülaziz
3	---	Abdurreşid Mahallesi	---
4	---	Abid Mahallesi	---
5	---	Alîgâv Mahallesi	---
6	Ali Şerbeti	Alîşerbetî Mahallesi	Ali Şerbetî
7	Attâriye	Attâriye Mahallesi	Attâriye
8	Ahmed Fakih (Nezdi-Bâb-ı Aksaray) Aksaray Kapısı	Ahmedfakih Mahallesi	---
9	---	Akıncı Mahallesi	Mahalle-i Saray-ı Akıncı
10	Aksinle	Aksinle Mahallesi	Aksinle
11	---	---	Alaca Mescid
12	Arap Başı	---	Arapbaşı Nâm-ı Diğer Pir Sultan
13	---	Altunlu Çeşme Mahallesi	---
14	Aynedâr	Aynedâr Mahallesi	---
15	Bağrıs	Bağrı Mahallesi	---
16	Bey Hekim	Beghekim Mahallesi	Beyhekim
17	Bınârî	Bınârî Mahallesi	---
18	Bordabaşı	Bordabaşı Mahallesi	Borda
19	---	---	Câmi-i Karaüyük
20	---	---	Cami-i Sinan Çelebi (Harmancık)
21	Gülâhisan	Cüllâhistân Mahallesi	Cüllahiyan
22	Çavuş	Çavuş Mahallesi	Çavuş
23	---	Çeşme Kapusu Mahallesi	---
24	Çifte Nerdühan	Çiftenerdübân Mahallesi	---
25	Çirkab	Çirkâb Mahallesi	Çirkab

26	---	---	Çanlak
27	---	---	Çoban Abdal
28	Esenlü	Esenlü Mahallesi	Esenlü
29	---	---	Emin Kazgani
30	---	---	Fahrünnisa
31	---	Fakîhdede Mahallesi	Fakîhdede
32	---	Ferhuniye Mahallesi	Ferhuniye
33	Furkan Dede	Furkan Dede Mahallesi	Furkan Dede
34	Galebe	Galebe Mahallesi	Galebe
35	---	Gargakavağı Mahallesi	---
36	Gebran	---	Gebran
37	Gökbaş	---	Göktaş
38	Güreşçi	---	---
39	---	Gülek Mahallesi	---
40	Habibhoca	Habibhoca Mahallesi	---
41	Hacı Emir Nam-ı Diğer Pir Sultan	Hacıeymir Mahallesi	Hacı Emrullah ???
42	---	---	Hacı Memi
43	Hoca Bey	---	---
44	Hoca Ferruh	---	Hoca Ferruh
45	---	---	Hoca Habip
46	Hoca Sahip	---	Hoca Sahip
47	---	Hângâh Mahallesi	---
48	---	Hergele Mahallesi	---
49	---	Hocacihan Mahallesi	---
50	---	Hocafârûk Malahhlesi	---
51	Hoca Hasan	Hocahasan Mahallesi	Hocahasan
52	---	Horsum'âli Mahallesi	---
53	---	Hoşhân Mahallesi	Hoşan
54	İbn Affan	---	---
55	---	---	Çoban Abdal
56	Debbağlar	Debbağlar	Debbağlar
57	Dehi Huda	Dih-i Hüdâ Mahallesi	Der-i Huda
58	---	---	Değirmen Deresi (Meram Vadisi'nde)
59	Dinkeş	Dinkeş Mahallesi	Dinkeş
60	Devle	---	Devle
61	---	Durakfâkih Mahallesi	---
62	---	Dursunoğlu Mescidi Mahallesi	---
63	İbn Salih	---	---
64	İbn Şahin	İbn Şahin Mahallesi	İbn Şahin
65	İçkal'a	İçkal'a Mahallesi	İçkal'a
66	İhtiyâreddin	İhtiyâreddin Mahallesi	İhtiyâreddin
67	İmâret	İmâret Mahallesi	İmâret
68	Kadı Alemşah	---	Kadı Alemşah
69	---	Kal'acik Mahallesi	Kaleci
70	Kadıasker	---	---
71	Kalenderhâne	Kalenderhâne Mahallesi	Kalenderhâne
72	---	Kallecerb Mahallesi	Karye-i Cerp
73	Karaarslan	Karaarslan Mahallesi	---

74	Karaca	---	Karaca
75	Karakurd	Karakurd Mahallesi	Karakurd
76	Karaüyük	---	Kara Üyük
77	Kasâbsinân	Kasâbsinân Mahallesi	Kasâpsinân
78	---	Kayalu Mescid Mahallesi	---
79	İbn Gazgani ???	Kazgan Mahallesi	---
80	Kemâlgarîb	Kemâlgarîb Mahallesi	---
81	---	---	Kaymak Ahmed
82	---	---	Kerim Dede
83	---	---	Kurdoğlu
84	---	Kösekâdı Mahallesi	---
85	---	Kurugöl Mahallesi	Kurugöl
86	---	Külük Mahallesi	Külük
87	Kürkçü	Kürkçü Mahallesi	Kürkçü
88	---	Lâlapîrî Mahallesi	Lâlpâşâ ???
89	---	---	Latif Çelebi
90	---	Mahmud Dede Mahallesi	---
91	Medrese Nam-ı Diğer Hanikkah	Medrese Mahallesi	---
92	---	Mercan Mahallesi	---
93	---	---	Mescid-i Hacı Veli
94	Mihmandar	Mihmandar Mahallesi	Mihmandar
95	Muhtar	---	Muhtar
96	Muin	Mu'in Mahallesi	Muin
97	Mücellid	---	Mücellid
98	---	---	Müştak (Meram Yakınlarında)
99	Öyle Banladı	Öylebanladı Mahallesi	Öyle Banladı
100	---	Pîrâbî Mahallesi	Pirebi
101	---	---	Pinari
102	Pürçüklü	Pürçüklü Mahallesi	Pürçüklü
103	---	Sadırlar Mahallesi	Sadırlar
104	Sakahane	Sakâhâne Mahallesi	Sakahane
105	---	Sarioğlu Mahallesi	---
106	Sebehon ???	Seb'ahân Mahallesi	Sebahân
107	Seydi Veli	Seydiverî (Seydi Veli) ??? Mahallesi	Seydi Veli
108	---	Sırçalı Mahallesi	---
109	Sungur Nam-ı Diğer Tuti	Sungur Mahallesi (Tûtı)	Sungur Nam-ı Diğer Tuti
110	---	Şâdıbeg Mahallesi	---
111	Şeker Fûrûş	Şekerfûrûş Mahallesi	---
112	Şemseddin	---	Şemseddin
113	Şems-i Tebrizi	---	Şems-i Tebrizi
114	---	Şerbetçi Pirahmed Mahallesi	---
115	---	Şerefeddin Mahallesi	---
116	Şerefşirin	Şerefşirin Mahallesi	Şerefşirin
117	---	Şeyh Ahmed Mahallesi	---
118	Şeyh Bekir	---	Şeyh Bekir
119	Şeyh Hasan-i Rûmî	---	---
120	---	---	Şeyh Osman-i Rûmî
121	Şeyh Rasul	Şeyh Resûl Mahallesi	Şeyh Rasul

122	---	Şeyhalaman Mahallesi	---
123	---	Şeyhbeği Mahallesi	---
124	Şeyh Sadreddin	Şeyhsadreddin Mahallesi	Şeyh Sadreddin
125	---	Şeyhvefâ Mahallesi	Şeyhvefâ
126	Şükran	Şükran Mahallesi	Şükran
127	---	Tanalar Mahallesi	Tarhana ???
128	Veled-i Tavuk	Tavuk Mahallesi	---
129	---	Topraklık Mahallesi	---
130	Türbe-i Celaliye	Türbe-i Celaliye Mahallesi	Türbe-i Celaliye
131	Türk Ali Nam-ı Diğer Senk Tıraş	Türk'alî Mahallesi	Türk Ali Nam-ı Diğer Senk Tıraş
132	---	Yeni Mahalle (Cedîd)	Cedid Mahalle (Der Kurb-i Nişantaş)
133	Zevle	Zevle Mahallesi	Zevle
134	---	---	Zaviye-i Pir Mehmed Paşa

İncelememiz sonucu 134 mahalle ismine ulaşılmıştır. Yavuz tarafından yaptırılan tahrirde bulunan mahalle isimleri ile sicilde adı geçen mahalleler mukayese edildiğinde; 1518 tahririnde ismi geçtiği halde incelenen sicilde adı geçmeyen mahalleler, büyüyen veya gelişen mahallelere dâhil oldukları için kullanılmamış olduğu düşünülmektedir. 41 mahalle ise 1518 tarihli tahrirde yer almadığı halde 2 Numaralı Şer'îye Sicili'nde yer alması yeni yerleşim yerlerinin açıldığını göstermektedir. Yine 1518 tahririnde ismi geçmeyen fakat 2 Numaralı Şer'îye sicilinde ve 1584 tarihli tahrirde ismi geçen Akıncı, Hoşhan, Kal'acık, Karye-i Cerb, Kurugöl, Külük, Lâlâpîrî, Pîrebî (Pîrabî), Sadırlar, Şeyh Vefâ, Tanalar, Cedid mahalleleri 1518 tahririnden sonra kurulmuş olduğu tahmin edilmektedir.

Konya'nın Şehrsel Fonksiyonları

Şehir coğrafyası açısından fonksiyon kavramı; "Bir şehir yerleşmesinin ortaya çıkışını, gelişimini ve büyümesini mümkün kılan faaliyetler" olarak tanımlanmaktadır. Bu faaliyetlerin başında eğitim, kültür, sanayi, ticaret, askeri ve dini fonksiyonlar gelmektedir. Şehir yerleşmeleri bu fonksiyonlara bağlı olarak gelişmekte kalabalıklaşmakta ve önem kazanmaktadır (Beaujeu-Garnier ve Chabuot, 1976; Aliağaoğlu ve Uğur, 2010; Göney, 2017). Konya şehri, kuzey-güney, doğu-batı kervan yollarının kesiştiği yerde bulunan ve bu konumu itibarıyla de Selçuklu devrinden itibaren hızlı bir şehirleşmeye ve dolayısıyla ulaşım, ticaret, eğitim, kültür, sosyal, idari ve dini fonksiyonlarıyla gelişim göstermiş önemli bir şehirdir (Gedikçi Öndoğan, 2016).

Sanayi ve Ticaret Fonksiyonu

Konya şehrinde, sanayi ve ticaret hayatının gelişiminde iki önemli faktör etkili olmuştur. Bu faktörlerden ilki; Anadolu Selçuklu Devleti'ne uzun yıllar başkentlik yapması, şehirde sanayi ve ticari faaliyetlerin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Bu süreç Osmanlı Dönemi'ne kadar devam etmiş olup geniş bir coğrafyanın ihtiyaçlarına cevap veren sanayi ve pazar şehri olmuştur. İkinci faktör ise; Anadolu'nun ortasında en işlek yol güzergâhlarından "sağ kol" olarak doğu-batı yönündeki hem ticaret hem de hac kervan yolu (Yörük, 2017) üzerinde olmasından ileri gelmektedir. Konya şehrinin Anadolu'da kavşak noktada olması, önemli bir ticaret merkezi haline gelmesinde büyük rol oynamıştır. Bu yol güzergahı Bursa'dan başlayarak Kütahya, Akşehir, Konya ve Adana'dan geçerek, Halep ve Şam'a kadar ulaşmaktadır. Bu yol aynı zamanda Konya şehrini İstanbul başta olmak üzere, diğer Osmanlı şehirlerine bağlaması açısından da oldukça önemlidir. Ayrıca Suriye'den Anadolu'ya gelen bir başka ticaret yolu, Kayseri, Aksaray güzergahı üzerinden Konya'ya bağlanmıştır. Konya, ticaret ağı içinde, hemen hemen her yönden gelen yolların geçtiği bir transit merkezi idi (Ergenç, 2016). Konya şehri sahip olduğu ulaşım fonksiyonundan dolayı bu yollar üzerinde gerek ticaret ve haberleşme gerekse askerî ve hac seferleri açısından insanların gidecekleri yerlere güvenle ulaşmaları amacıyla özellikle Osmanlı Dönemi'nde hanlar ve menziller yapılmıştır. Konya şehrinde küçük ölçekli sanayi ve ticari tesisleri; bozahane, boyahane, asiyyâb, mumhane, bezirhâne ve tahunhane gibi işletmeler oluşturmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2: XVI. Yüzyılda Konya Şehri'ndeki Ticari Yapılar ve Sektörler

Çarşılar	Pazarlar	Hanlar	Dükkânlar	Dükkânlar
Bakırcılar Çarşısı	Alpazarı	Alaca Han	Adtanlar	Katırcılar
Bezzâzlar Çarşısı (Bedesten)	Bitpazarı	Çandı Hacı Hanı	Bakırcılar	Kazzâzlar (İpekçiler)
Cullahlar Çarşısı	Çarşamba Pazarı (Meyve Pazarı)	Kırpâs Hanı (Bez Hanı)	Bakkallar	Keten Bezcileri- Kendirciler
Çancılar Çarşısı	Eski Pazar	Has Yusuf Hanı	Balcılar	Keten Helvacıları – Rengâmiz Helvacıları

Çilingirler Çarşısı	Galle Pazarı (Tahıl Pazarı)	Hoca Mezid Hanı	Basmacılar	Kılıççılar
Haffâflar Çarşısı	Hoşafçılar Pazarı	Kanare Hanı (Hayvan Pazarı Hanı)	Başlıkçılar	Kirişçiler
Hallaclar Çarşısı	İplik Pazarı	Kapan Hanı	Bennâlar	Kuyumcular
Hoşafçılar Çarşısı	Kara Pazar	Kiremitli Han (Sultan Bayezid Hanı)	Berberler	Kutucular
Eski Çarşı-Sûk-1 Atik	Koyun Pazarı	Kurşunlu Han	Bezirciler	Külâhçılar
İğneciler Çarşısı	Mürsel Pazarı (Köhne Pazarı)	Nizamiye Hanı	Bezzâzlar	Kürkçüler
Kalaycılar Çarşısı	Sığır Pazarı	Saraçzâde Hanı	Börekçiler	Leblebiciler
Keçeciler Çarşısı	Sipah Pazarı	Ümmet Hanı	Boyacılar	Leğenciler
Miskinler Çarşısı	Yeni Pazar	Yeni Han	Çancılar	Mesci – Pabuccu – Yemenici – Çizmeci – Postalıcılar
Muytablar Çarşısı	-	-	Çilingirciler	Mihçiler – Nalçacılar
Okçular Çarşısı	-	-	Çömlekçiler	Mumcular
Uzun Çarşı – Sûk-1 Sultaniye	-	-	Debbağlar	Muytablar
Takkeçiler Çarşısı	-	-	Değirmenciler	Nalbadlar
Yaycılar Çarşısı	-	-	Dellâklar	Nalinciler
-	-	-	Dellâlar	Neccârlar
-	-	-	Demirciler	Pastırmacılar
-	-	-	Dikiciler	Paşmahcılar
-	-	-	Duhancılar	Pulcular
-	-	-	Dülgerler	Sabuncular
-	-	-	Eskiciler	Saraçlar
-	-	-	Ekmekçiler-Poğaçacılar	Semerciler
-	-	-	Hallâçlar	Sufçular
-	-	-	Hattatlar	Şurupçular
-	-	-	Helvacılar-Tahin Helvacıları	Tabipler
-	-	-	Hoşafçılar	Takkeçiler
-	-	-	İğneciler	Terziler
-	-	-	İplikçiler	Tornacılar
-	-	-	Kadayıfçılar	Tuzcular
-	-	-	Kahveciler	Yağcılar
-	-	-	Kalburcular	Yorgancılar
-	-	-	Kasaplar-Sığır Kasapları	Zeytinciler

Kaynak: Yörük, 2017.

Sosyal ve Dini Fonksiyonu

Osmanlı dönemi şehirlerinin kuruluş ve gelişmesine genel olarak bakıldığında, Orta Asya ve İslam şehir yerleşim planlarının izlerine rastlanmaktadır. İslam şehirlerindeki temel özellik şehrin merkez noktasına kurulmuş *Cuma câmiisi* ile câmi'inin bitişiğinde kendisine bağlı olan pazarı yani çarşısıdır. Türk-İslam şehirlerinin şehir planı üç temel unsurdan meydana gelmektedir; birincisi *asil şehir* ya da *şehristan* adı verilen, içerisinde zanaat ehlinin ve aristokrat ailelerin yaşadığı bölge; ikincisi şahrstanın içinde yer alan ve sarayla yönetim birimlerinin olduğu *ıçkale*; üçüncüsü ise şahrstanın hemen bitişiğinde yer alan ve ticarî faaliyetlerin gerçekleştirildiği *rabad*, ya da *birûn* olarak adlandırılan yerdir. Selçuklu dönemi Anadolu şehir yerleşim planlarında şehir merkezinde büyük câmi'i ve saray bulunurken, şehrin dış kapılarına doğru, Anadolu şehirlerinde, şehrin merkezinde büyük câmi'i ve saraylar yer alırken, çarşı ve mahalleler de dış şehirde kapılara doğru uzanmaktadır. Osmanlı dönemi şehir planlarında anlatılan iki şehir tipine benzer fiziksel yapılar yer almaktadır. Eski Türk şehir planları Osmanlı döneminde daha zengin bir yapıya kavuşmuş ve eski tip yapı elemanlarının yanlarına yenileri ilave edilmiştir. Osmanlı şehirlerinin imaretler aracılığıyla geliştirilmiş olması diğer İslam şehirlerinde olmayan bir özelliktir. Bu durum Osmanlı şehirlerini diğer İslam

şehirlerinden ayıran ve üstün kılan bir özellik olup şehirlerde kurulan yeni mahallelerin gelişimine de önemli katkı sağlamıştır (Kuban, 1968; Ergenç, 2012; Barkan, 1963).

Osmanlı şehirlerinde bir câmi'inin çevresinde toplanan hastahane, kervansaray, hamam, medrese gibi sosyal ve dinî yardım müesseseleri ile bu müesseselerin bünyesinde görevli memur ve hizmetlilere yapılacak ödemeleri yapabilmek ve gelir elde etmek için inşa edilmiş olan fırın, hân, değirmen, boyahâne, çarşılar ve şem'hân gibi tesislerin tamamı imaretler sayesinde kurulmuştur. Bu tesisler sultanlar ya da bazı devlet adamları tarafından kurulmuş olup masrafları sultanın veya vezirin kendi hazinelerinden karşılanmıştır. İmaretlerin bir diğer fonksiyonu ise Osmanlı şehirlerinde yoğun nüfuslu ve büyük semtlerin oluşmasını sağlamasıdır. Çünkü imaretler yoluyla inşa edilmiş tesisler tüm hizmetleri karşılayan yapılar olmasından dolayı çevrelerine câmi'i, kervansaray, hamam ve aşevleri tüm hizmetleri karşılayan yapılar olduğu için çevrelerine nüfus toplamıştır (Kuban, 1968; Ergenç, 2012; Yıldırım, 2020; Barkan, 1963). 2 Numaralı Şer'îye Sicil defter kayıtlarında da Konya şehrinde çok sayıda imaret olduğu görülmüştür. 2 Numaralı Şer'îye Sicil defterinde adı geçen imaret tesisleri, zaviye ve bunların giderlerini karşılayan vakıflar bulunmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3: 2 Numaralı KŞS Defterinde İsmi Geçen İmaret ve İmaret Vakıfları

İbrahim Beg 'İmâreti Vakfı	Pîrâbî Sultân Zâviyesi
Sinan Seydi Zaviyesi Vakfı	Şâh Kulu Zâviyesi
Devlet Hatun Evkâfı	'Alî Ağa Zâviyesi
Pîrî Pâşâ Zâviyesi	Hâcî Hamza Zâviyesi
Şeyh Safâ Vakfı	Mahmûd Dede Zâviyesi
Şeyh Hocendi Zâviyesi	Ebû İshak Kâtimî Zâviyesi
Şeyh Sadreddin Konevî Vakfı	Kokandır (?) Zâviyesi
Şeyh Vefâ Zâviyesi	Nasûh Beg Dârü'l-huffazı ve Mu'allimhânesi Evkâfı
Sultân Alâ'eddin Cami-i Evkâfı	İmâret-i Şerîf Evkâfı
Ahmed Çelebi Çeşmesi Evkâfı	Türbe-i Celâliye Vakfı
Mevlânâ 'İmâreti Vakfı	Evkâf-ı Dârü's-şifâ-i Konya
Kemâl Garib Mescidi Evkâfı	'Âbid Çelebi Evkâfı
Kâdî 'İzzeddîn Cami-i Evkâfı	Sinân Ağa Dârü'l-huffazı Evkâfı
Evkâf-ı Çeşme-i Sırçalı	Evkâf-ı Cami-i Hatîb
Evkâf-ı 'Arab Dede	Evkâf-ı Bardakçılar Cami-i
Kara İbrahim Mescidi Evkâfı	Sakyatan Cami-i Vakfı
Hâcî Kara Hamza Vakfı	Evkâf-ı Çeşme-i Yataççı
Evkâf-ı Çeşme-i Ahmed Çelebi	Evkâf-ı 'Îsâ Çelebi
'Ulvî Mescidi Vakfı	Vakf-ı Hoca Dursun
Evkâf-ı Hızırşâh Çelebi	Evkâf-ı Demür Kapu
Kâdî Hürremşâh Evkâfı	Sultâniye Evkâfı
Evkâf-ı 'İmâret-i Cedîd	Evkâf-ı Hündî Hatun
Evkâf-ı Cami-i Ebû'l – fazl	Evkâf-ı Medrese-i Seyfiye
Evkâf-ı Medrese-i Şeref Mes'ûd	Evkâf-ı Nefise Hatun
Evkâf-ı Medrese-i Molla	Evkâf-ı Sultân Hatun
Evkâf-ı Cami-i Emîr	Ferhûniye Evkâfı
Hürrem Subaşı Vakfı	Hâssâ Yûsuf Evkâfı
Evkâf-ı Çeşme-i Hâcî İlyâs	Medrese-i Tâc-ı Vezîr Vakfı
Mescid-i Tûtî Vakfı	Hoca Sultan Vakfı
Âhî Vakfı	Kapan Vakfı
Asafhânî Vakfı	Hoca Dursun Vakfı
Sarnıç-ı Lâle Vakfı	Fâtîma Hatun Vakfı
Demür Kapı Vakfı	Çeşme-i Hâcî Emrullah Vakfı
Hatunşâh Çeşmesi Vakfı	'Ayşe Hatun Vakfı
Zeyneb Hatun Vakfı	Dâvud Ağa Vakfı
Pervâne Dede Vakfı	Hızırşâh Çelebi Vakfı
Mâhpâşâ Hatun Vakfı	Şâkirdîn Hatun Vakfı
Merhûm 'Alî Pâşâ Vakfı	Temür Dede Vakfı

Konya 2 Numaralı Şer'îye Sicili defter kayıtlarında Konya şehrinde yer alan ve giderlerinin karşılanması amacıyla kurulmuş olan vakıfların mahsül kayıt listelerinde câmi'i ve mescid isimleri de sıkça karşımıza çıkmaktadır. Şer'îye sicil defterinde çeşitli belgelerden elde ettiğimiz câmi'i ve mescid isimleri de karşımıza çıkmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: 2 Numaralı KŞS Defterinde İsmi Geçen Câmî'i ve Mescidler

Kapan Mescidi	Sultân Şehinşâh Mescidi
Mescid'i Dudu	Kesterye Mescidi
Ebû'l-fazl Câmî'i	'Abdul'aziz Mescidi
Lâlapîrî Mahallesi'nde Ken'anoğlu Ahmed Mescidi	Kâdı' İzzeddîn Câmî'i
Debbâghâne Mescidi	Hâcî 'İzzeddîn Câmî'i
Kara İbrahim Mescidi	'Arab Dede Câmî'i
Sakyatan Câmî'i	Şeyh Ahmed Mescidi
Bâb-ı Aksaray Mescidi	Ferhûniye Mescidi
'Ulvî Mescidi	Mescid-i Devlet Hatun
Mescid-i Ahmed Fakîh	Mescid-i Tûtî
Mescid-i Şeyh Sadrettîn	Mescid-i Çiftenerdübân
Mescid-i Tolancı	Câmî'i Emir
Diğîn Câmî'i	Sultân 'Alâ'eddîn Câmî'i
Kâsım Halîfe Câmî'i	Belvîrân Câmî'i
Sultân Câmî'i	'Anber Re'is Câmî'i
Şerefeddîn Câmî'i	Türbe-i Celâliye Câmî'i
Sâhib Atâ Câmî'i	Karye-i Hatîb Câmî'i
Belvîrân Nâhiyesi Armus Karyesi Câmî'i	Hatîb Câmî'i
Bardakçılar Câmî'i	

Eğitim ve Kültür Fonksiyonu

Osmanlı Devleti'nin hâkim olduğu tüm bölgeler arasında Anadolu şehirleri eğitim ve kültür alanında genellikle geri planda kalmıştır. Nüfus bakımından kültür seviyesi yüksek şehirlerin sesi çok duyulmamış olup eğitim kurumları ise genelde küçük çaplı olmuştur. Ancak bu durum Konya için geçerli değildir. Anadolu şehirleri arasında en fazla eğitim kurumuna sahip şehir Konya olmuştur (Faruçlı, 1996). Evliya Çelebi'nin, "*Medreselerin en meşhuru Nalıncı Medresesi'dir. On bir adet darü'l-kurra'sı vardır. Üç yerde darü'l-hadis, yüz yetmiş yerde sıbyan mektebi vardır. Her yıl surre ve atıyyesi verilen kırk kadar derviş tekkesi vardır. En meşhuru Hazret-i Şems-i Tebriz-i Tekkesi'dir ki, yüksek bir kubbesi olup onda da Mevlâna ayinleri yapılır. Mahkemeye yakın eski bir tekkedir.*" (Çaycı, 2016) bilgileri vermesi, Anadolu şehirleri arasında, en fazla eğitim kurumunun Konya'da olduğunu kanıtlar niteliktedir. Konya şehrinin eğitim ve kültür fonksiyonunda camiler, tekkeler ve zaviyeler de eğitim alanında işlev görmüştür (Tablo 5).

Tablo 5: 2 Numaralı KŞS Defterinde İsmi Geçen Medrese ve Zaviyeler

Medreseler	Zaviyeler
Küçük Karatay Medresesi	Pîrâbî Sultân Zaviyesi
Kemâliye Medresesi	Sinan Seydi Zaviyesi
Tac-ı Vezir Medresesi	Şâh Kulu Zaviyesi
Büyük Karatay Medresesi	Pîrî Pâşâ Zaviyesi
Sinan Ağa Darü'l-huffazı	Ali Ağa Zaviyesi
Molla Medresesi	Şeyh Hocêndî Zaviyesi
Atabeg Medresesi	Hâcî Hamza Zaviyesi
Sırçalı Medresesi	Şeyh Vefâ Zaviyesi
Altunpâ Medresesi	Mahmûd Dede Zaviyesi
İplikçi Medresesi	Ebû İshak Kâtîmî Zaviyesi
Mu'in Medresesi	Kokandır (?) Zaviyesi
Seyfiye Medresesi	
Şeref Mes'ûd Medresesi	
Hocendi Medresesi	

Nasûh Beg Darü'l-huffazı

İdari Fonksiyonu

Konya 2 Numaralı Şer'îye Sicil defteri kayıtlarında, Konya'ya bağlı karye ve kazalarına dair tîmâr mahsul listeleri yer almaktadır. 1518 Tahriri'ne göre Konya kazâsı dört nahiyeyi kapsarken (Sahra-i Konya, Sa'id-ili, Sudirhemi, ve Hatunsaray) sonraki süreçte yapılan tahrirlerde, Zengicek'in Konya kazasına eklendiği görülmüştür. Bu nahiyelerin en geniş olanı Sahra-yı Konya nahiyesidir. Sahra-yı Konya nahiyesi içinde kalan Çumra karyesi de önemli yerleşimlerden biri durumundadır. Hatunsaray ve Sa'id-ili nahiyeleri ise kendilerine tabi birer köyü olan yerlerdir. Bu dört nahiyeden en küçük olanı Sudirhemi'de Sahra-yı Konya nahiyesinin önemli bir parçası durumundadır (Faruqî, 2004). Bu ayrımın yanında bir de kazâ taksimatı vardı. Sahra-yı Konya, Hatunsaray, Sudirhemi, Zengicek, Sa'id-ili Konya kazâsı adı altında bir kadılık bölgesi teşkil ediyordu. Turgut, Aladağ, Eski-il, Belviran aynı zamanda bir kazâydı. Larendede ve Kaş, Ereğli ile Karacağ'da iki ayrı kadılık idi. Yani Konya kazâsı 13 subaşılık mıntkasına ve ayrıca 7 kadılık dairesine ayrılmıştı. 2 Numaralı Şer'îye Sicil defteri kayıtlarında geçen karye isimleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: 2 Numaralı KŞS Defterinde İsmi Geçen Karye İsimleri

Karye-i Akvirân (Eski-il'e tabi')	Karye-i Argıdan	Karye-i Balçıkhisâr
Karye-i Alayuntlu	Karye-i Arkıd	Karye-i Bâliçay
Karye-i Alemdâr	Karye-i Armus Belviran'a tabi'	Karye-i Ballık
Karye-i Alibeyüyüğü	Karye-i Arpalık	Karye-i Baltık
Karye-i' Alipâşâ	Karye-i Aydınlar	Karye-i Başkuyu
Karye-i Almanos	Karye-i Aşşalu Eski-il'e tabi'	Karye-i Bınârîoğlu
Karye-i Argalan	Karye-i Bağrı	Karye-i Bilecik
Karye-i Bodsâ	Karye-i Çini (Karaman'a tabi')	Karye-i Divle
Karye-i Boyalu (Turgut'a tabi')	Karye-i Çukur	Karye-i Divlehisar
Karye-i Bozak	Karye-i 36umra	Karye-i Duacılar
Karye-i Budak	Karye-i Dağdere	Karye-i Durak
Karye-i Bunsuzlar	Karye-i Dam	Karye-i Dutludinek
Karye-i Cerbi	Karye-i Damköy	Karye-i Eceler
Karye-i Cila	Karye-i Dedelü	Karye-i Eğrigöz (Akşehir'e tabi')
Karye-i Çağlak	Karye-i Daryalu (Belviran'a tabi')	Karye-i Eksil
Karye-i Çalık (Karaman'a tabi')	Karye-i Devekaya	Karye-i Elmasun
Karye-i Çavuşlu	Karye-i Divanlar	Karye-i Elyâkût
Karye-i Êmirayas	Karye-i Hatun (Karaman'a tabi')	Karye-i Kaldan
Karye-i Erkalan	Karye-i Haydar (Karaman'a tabi')	Karye-i Kalle
Karye-i Evrad tâbi'-i Lârende	Karye-i Hoca'ali Bunalıs(?) tâbi'-i Belv'irân	Karye-i Kanberli
Karye-i Genç	Karye-i Hoydes	Karye-i Kara 'Ömerlü
Karye-i Giryad	Karye-i İdrislü	Karye-i Karabedreddin
Karye-i Gögez (Belviran'a tabi')	Karye-i İncekara	Karye-i Karaismail
Karye-i Gökahur	Karye-i İrmek	Karye-i Karakilisa (Larendeye tabi')
Karye-i Gükârcilik ??	Karye-i İsmil	Karye-i Karasevinç
Karye-i Günenç	Karye-i Kadılar	Karye-i Karaiyüyük
Karye-i Hacı'ivad (Turgut'a tabi')	Karye-i Kalçidepe (Turgut'a tabi')	Karye-i Karavirân
Karye-i Kayacık	Karye-i Kızılyaka	Karye-i Ladik
Karye-i Kayalar	Karye-i Kiçimuhsine	Karye-i Lebki
Karye-i Kayı	Karye-i Kilisecik	Karye-i Maydes
Karye-i Kayıüyüğü (Bayburd'a tabi')	Karye-i Kinise	Karye-i Mehedli
Karye-i Kepenekçi (Eski-il'e tabi')	Karye-i Kistre	Karye-i Melures
Karye-i Kestel (Karaman'a tabi')	Karye-i Koçaç	Karye-i Meydan
Karye-i Kındiras (Karaman'a tabi')	Karye-i Kozlu (Turgut'a tabi')	Karye-i Muharrem
Karye-i Kırbınâr	Karye-i Kökez	Karye-i Mursun

Karye-i Kızılcaköy	Karye-i Kuyucak	Karye-i Musabınarı
Karye-i Kızılkuyu	Karye-i Kuzbınar (Belgiran'a bağlı')	Karye-i Mühürlü
Karye-i Müşekki	Karye-i Sarıcaahmed (Akşehir'e tabi')	Karye-i Tatarüyüğü
Karye-i Necmeddin	Karye-i Sarıcıahmedlü	Karye-i Terzi (Karaman'a tabi')
Karye-i Okçu	Karye-i Sevinç	Karye-i Turhallı
Karye-i Oranlar (Turgut'a tabi')	Karye-i Seydiveri	Karye-i Tülüce
Karye-i Ortaviran (Karaman'a tabi')	Karye-i Sicim	Karye-i Ulumuhsine
Karye-i Sa'id (Karaman'a tabi')	Karye-i Sille	Karye-i Ulusalur (İlgın'a tabi')
Karye-i Sakyatan	Karye-i Sukra	Karye-i Uurlu (Larende'ye tabi')
Karye-i Sâmak	Karye-i Sursudu (Aksaray'a tabi')	Karye-i Vaşakçı
Karye-i Sancakdâroğlu	Karye-i Susa	Karye-i Yağlubayad
Karye-i Sarıatlı (Aksaray'a tabi')	Karye-i Tasan	Karye-i Yakacık
Karye-i Yatık	Karye-i Yenicekişla	Karye-i Zengi (Karaman'a tabi)
Karye-i Yenice (Sa'id İli'ne tabi)	Karye-i Yumakvirân	Karye-i Zengicek
Karye-i Yenicekayı	Karye-i Zengen	Karye-i Zincirli
Karye-i Zora	Karye-i Zive	

Ulaşım Fonksiyonu

Konya şehri ulaşım yönünden eskiçağlardan itibaren Anadolu'nun sağ kol adı verilen en işlek yol güzergahı üzerinde bulunmasından dolayı özellikle orduların, hac ve ticaret kervanlarının, posta ulaklarının uğrak noktalarından biri olmuştur. Konya şehrinin sahip olduğu ulaşım avantajı bu yol güzergahı üzerinde bulunan yerleşmelerin gelişimine de büyük katkı sağlamıştır (Quarter, 2008; Yörük, 2017).

Anadolu'nun doğu-batı yönlü ticaretinin ana güzergahı olması Anadolu Selçuklu Devleti döneminde olmuştur. Anadolu'da iktisadi faaliyetlerin gerçekleştirilmesi bu yolların geçtiği yerler ve bu yolların sona erdiği şehir ve limanlarda son bulmuştur. Bu sebeple yolların sürekli olarak açık tutulması ve güvenliğinin sağlanmasına büyük önem verilmiştir. Anadolu Selçuklu Devleti zamanında yolların güvenliğinin sağlanmasına gösterilen ehemmiyetin en güzel göstergesi başkent Konya ile Sivas arasındaki inşa edilmiş olan kervansaraylardan 23'ünün günümüzde de halen ayakta duruyor olmasıdır. Moğol istilasının ardından Anadolu hem doğu-batı ticaretinde Erzurum, Erzincan ve Sivas'tan geçen ve Tebriz'i Konya'ya bağlayan ana bir yol olmuş hem de kuzey-güney ticaretine merkezlik yaparak, Sivas, Kayseri, Aksaray, Konya, Ankara ve Amasya gibi şehirler önemli ticaret merkezleri haline gelmiştir. Osmanlı Devleti'nin yükseliş döneminde XIV. yüzyıl sonlarına doğru Bursa politik ve ticaret merkezi haline gelmiş, Arap ve Hint malları Akdeniz kıyısındaki giriş limanlarından (Antalya ve Alanya) Adana ve Konya yoluyla, Halep – İstanbul hattı üzerinden taşınmıştır (Yörük, 2017).

Tarım Fonksiyonu

Osmanlı Dönemi şehirlerinin etrafında genellikle tarımsal faaliyetler yapılmaktaydı. Bu sebepten şehirleri etrafında yer alan bağ, bahçe ve bostanlık tarım alanlarından bağımsız düşünmek mümkün olmamaktadır. Yapılan tarımsal faaliyetlerde hububat tarımı vergilendirilmiştir. Hububat tarımında öşür oranı yerel örf ve adetlere, toprak verimliliğine ve sulama imkanlarına göre değerlendirilmiştir. Konya Eyaleti'nde yetiştirilen hububattan beşte bir, su basan alanlardan ve şehir arazisi içerisinde kalan miri topraklardan onda bir oranında öşür alınmıştır (Yörük, 2017). Su basan alanlarda beşte bir oranında vergilendirme yapılması şehirde yaşayan halka karşı pozitif ayrımcılık yapıldığına delalet etmektedir.

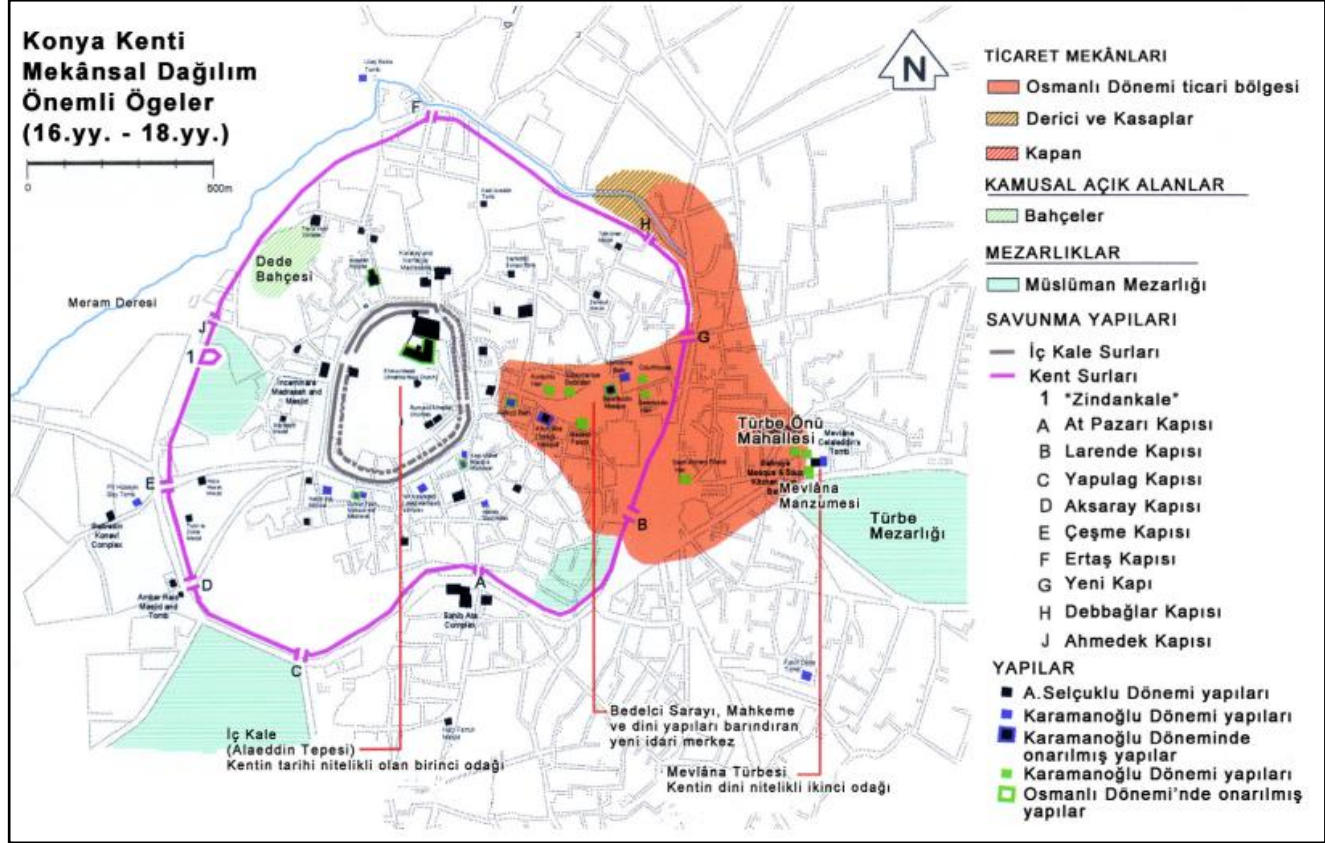
Evliya Çelebi de gezdiği güzergâhlar üzerinde bulunan şehirlerin çevresinde bulunan bağ ve bahçelerden detaylı bir şekilde bahsetmektedir. Konya şehriyle ilgili olarak şehrin yakın çevresinde bulunan 9000 bağ ve bahçenin bulunduğunu belirterek bu alanlardaki bitki ve bostanların 2700 su kuyusundan sulanarak ürün yetiştirildiğini belirtmiştir. Evliya Çelebi'nin yapmış olduğu bu anlatımda bağlık alanların Konya şehrinin etrafını tamamen sardığı görülmektedir (Evliya Çelebi, 1314'ten aktaran Yörük, 2017). Nitekim, Muşmal'ın (2000) da belirttiği gibi şehrin çevresinde "Karaöyük, Selifar, Meram, Vadi-i Meram, Hoca Cihan, Cerid İçi, Gürden, Ulurmak, Aydan, Kovanağzı, Yaka, Aymanos, Harmancık, Toruntay, Şehir Irmağı, Beytemiz, Seditler Abdürreşid mevzilerinde İbn-i Kazgan, Karakayış, Araplar, Şeyh Aliman, Türbe-i Celâliye, Cedidiye, Şeyh Sadreddin, Şeyh Vefa mahallelerinde" şehir sakinlerinin yoğun bir şekilde bağcılık yapması bağcılık alanlarının oldukça geniş olduğunu göstermektedir. Belirtilen bu alanlar içerisinde en çok bağcılık faaliyetlerinin en yoğun yapıldığı yer Meram olmuştur. Bu durumun en önemli nedeni ise Meram'da su kaynaklarının fazla oluşu ve düzenli sulamanın yapılmasıyla ilgili olduğu düşünülmektedir (Yörük, 2017).

Sonuç

Osmanlı Dönemi şehirlerinin kuruluş ve gelişmesine genel olarak bakıldığında, Orta Asya ve İslam şehir yerleşim planlarının izlerine rastlanmaktadır. Ancak, Osmanlı şehirlerinin imaretler aracılığıyla geliştirilmiş olması diğer İslâm şehirlerinde olmayan bir özelliktir. Bu durum Osmanlı şehirlerini diğer İslam şehirlerinden ayıran ve üstün kılan bir özellik olup şehirlerde kurulan yeni mahallelerin gelişimine de önemli katkı sağlamıştır.

Asıl şehir karakterini Osmanlı Dönemi'nde kazanan Konya şehrinin gelişiminde iki önemli odak noktası olmuştur. Bunlardan birincisi şehrin coğrafi yapısının sağladığı imkanlardan dolayı şehrin yatay olarak her yöne doğru gelişmesidir. Şehrin ortasında yer alan Alâeddin tepesi ve çevresi şehrin mekânsal gelişim alanının ilk odak noktasıdır. Alâeddin Tepesi'ni çevreleyen surların dışında bağ ve bahçelik alanın kuzeydoğusunda ilk yerleşim yeri kurulmuştur. İlk yerleşim alanının kurulmasıyla birlikte XIII. yüzyılın başlarında burada bulunan mescitlerin (Hatuniye ve Mihmandar) çevresinde ilk mahalleler kurulmaya başlamıştır. İkinci odak noktası diye adlandırabileceğimiz aşamada ise iki fonksiyonun etkili olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki şehrin dini fonksiyonlarını ön plana çıkarttığı ve şehrin gelişiminde etkili olduğu alandır. Diğeri ise şehrin kuzey-güney kesimlerine doğru genişleyen ticari fonksiyonların artış gösterdiği bölgedir. Ticari bölge, XIII. yüzyılda inşa edilmiş olan Mevlâna Türbesi'nin çevresinde yoğunlaşmıştır. Mevlâna Türbesi'nin çevresinde görülen bu yoğunlaşma Osmanlı hakimiyetinin ardından daha da artmıştır.

Konya şehrinde, Osmanlı şehirlerinde görülen yerleşim düzenini ve bu düzene bağlı olarak gelişen şehrsel fonksiyonların tümünü görmek mümkündür. Konya şehrinde, Osmanlı şehirlerinin çoğunda görülen dini, idari, sosyal ve kültürel fonksiyonların bir arada gerçekleştiği ve şehrin en hareketli yeri olan meydanı Alâeddin Tepesi ve çevresinde gelişmiştir. Şehirdeki cadde ve sokak sistemi Alaeddin Tepesi ve çevresinden oluşan meydandan çevreye ışınsal olarak yayılmıştır. Şehrin dini fonksiyonlarının geliştiği bölge ise Mevlâna Türbesi ve eklentilerinin yapıldığı alanın çevresidir. Özellikle Mevlânâ Celâleddin-i Rumî'yi seven ve değer verenler ile tarikat mensuplarının yerleşimiyle Türbe Mahallesi olarak adlandırılan yerleşim alanı ortaya çıkmıştır. Alâeddin Tepesi ve çevresinde gelişen ilk yerleşimin kurulduğu tarihsel alan ile Mevlâna Türbesi'nin çevresinde gelişen ve dini fonksiyonların ön plana çıktığı alan arasında ticari faaliyetlerin yoğunlaştığı bir bölge ortaya çıkmıştır (Şekil 2). Bunun yanında ulaşım fonksiyonuna bağlı olarak, Konya şehrinin Anadolu'da kavşak noktada olması, önemli bir ticaret merkezi haline gelmesinde büyük rol oynamıştır. Bu yol güzergahı Bursa'dan başlayarak Kütahya, Akşehir, Konya ve Adana'dan geçerek, Halep ve Şam'a kadar ulaşmaktadır. Anadolu şehirleri arasında, en fazla eğitim kurumunun Konya şehrinde olması eğitim ve kültür fonksiyonunun da oldukça gelişmiş olduğunu göstermektedir.



Şekil 2: XVI. yüzyılın başından XVIII. yüzyılın sonuna kadar Konya şehrinin mekânsal dağılımı (Önge, 2011:63).

Kaynakça

Arşiv Belgeleri

2 Numaralı Konya Şer'iyeye Sicili (978-989 / 1570-1582).

Diğer Kaynaklar

- Bahar, H. (2015). Eskiçağ'da Konya. Şehirlerin Sevdalısı İbrahim Hakkı Konyalı Armağanı, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Yayınları, 7, 271-299.
- Barkan, Ö. L. (1963). Osmanlı İmparatorluğu'nda İmâret Sitelerinin Kuruluş ve İşleyiş Tarzına Ait Araştırmalar. İ.Ü. İktisad Fakültesi Mecmuası, 23 (1-2), 239-296.
- Bayartan, M. (2003). XIX. Yüzyılda Kütahya'nın Tarihi Coğrafyası. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayartan, M. (2005). Tarihi Coğrafya Çalışmaları Açısından Şehir ve Osmanlı Şehri. Coğrafya Dergisi, 13, 85-92.
- Baykara, T. (2002). Konya. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Beaujeu-Garnier, J. and Chabot, G. (1967). Urban Geography. New York: Longmans Green And Co.
- Çaycı, A. (2016). Osmanlı Seyyahlarının İzlenimleriyle Konya ve Çevresi. Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 21, 115-146.
- Çaycı, A. (2016). Seyahatnamelerde Konya. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Darkot, B. (1967). Şehir Ayrımında Nüfus Sayısı ve Fonksiyon Kriterleri. İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi, 16, 3-8.
- Darkot, B. (1993). Konya. MEB İslam Ansiklopedisi (Cilt. 6, s. 841-853) içinde. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Dickinson, R. E. (1964). City and Region. London: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Ergenç, Ö. (2016). XVI. Yüzyılda Ankara ve Konya. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Faroqhi, S. (1976). Anadolu İskânı ile Terkedilmiş Köyler Sorunu. Türkiye'de Toplumsal Bilim Araştırmalarında Yaklaşım ve Yöntemler Semineri 17-19 Aralık Bildiriler (s. 293-302) içinde. Ankara: ODTÜ Türk Halk Bilimleri Topluluğu Yayınları.
- Faroqhi, S. (1980). Taxation And Urban Activities In Sixteenth-Century Anatolia. International Journal Of Turkish Studies, 1 (1), 19-53.
- Faroqhi, S. (2006a). Onaltıncı Yüzyıl Boyunca Anadolu ve Balkanlarda Kırsal Toplum I. (E. S. Özcan, Çev.), Ankara: Doğubatı Yayınları.
- Faroqhi, S. (2006b). Balkan Panayırılarının Eski Tarihi, Osmanlı Şehirleri ve Kırsal Hayatı. (E. S. Özcan, Çev.), Ankara: Doğubatı Yayınları.
- Faroqhi, S. (1995). Hacılar ve Sultanlar (1517-1638). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Faroqhi, S. (2004). Osmanlı'da Kentler ve Kentliler. (N. Kalaycıoğlu, Çev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Gedikçi Öndoğan, A. (2016). Tarihi Çarşılarda Tüketim Ritüelleri: Konya Bedesteni. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (36), 5-19.
- Göney, S. (2017). Şehir Coğrafyası. İstanbul: Beta Yayınları.
- Gümüşçü, O. (2012). Coğrafyaya Davet. Tarihçe, Kavramlar, Yapı, Sistematik, Kaynaklar, Metod. İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- Gümüşçü, O. (2001). XVI. Yüzyıl Larende (Karaman) Kazasında Yerleşme ve Nüfus. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Hall, T. (2001). Urban Geography. London: Routledge.
- İnalçık, H. (2003). Osmanlı İmparatorluğu Klasik Çağ (1300-1600). (R. Sezer, Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- İnalçık, H. (2000). Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi I. (H. Berktaş, Çev.), İstanbul: Eren Yayınları.
- Karaboran, H.H. (1989). Şehir Coğrafyası ve Şehrsel Fonksiyonlar. Fırat Üniversitesi Dergisi Sosyal Bilimler, 3 (1), 81-118.
- Karpuz, H. (2004). Anadolu Selçuklu Mimarisi. Konya: Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları.
- Konyalı, İ. H. (2007). Konya Tarihi. Konya: Memleket Gazetesi Yayınları.
- Kuban, D. (1968). Anadolu-Türk Şehri Tarihi Gelişmesi Sosyal ve Fizikî Özellikleri Üzerinde Bazı Gelişmeler. Vakıflar Dergisi, 7, 53-73.
- Küçükdağ, Y., Arabacı, C. ve Yenice, M. S. (2020). Tarihi Süreç İçinde Konya Şehrinin Fiziki Gelişimi. Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi, (5), 1-38.
- Muşmal, H. (2000). XVII. Yüzyılın İlk Yarısında Konya'da Sosyal ve Ekonomik Hayat (1640-1650). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Önge, M. (2011). Conservaton of Cultural Heritage on Alaeddin Hill in Konya from the 19th Century to Present Day. (Yayımlanmamış doktora tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Önge, M. (2018). Tarihsel Süreçte Konya Kent Morfolojisinin Gelişimi, "DeğişKent" Değişen Kent, Mekân ve Biçim Türkiye Kentsel Morfoloji Araştırma Ağı II. Kentsel Morfoloji Sempozyumu (s.455-468) içinde, İstanbul: Marmara Belediyeler Birliği Yayınları.
- Somuncu, M. (1995). Kayseri Şehri'nin Kuruluşu ve Gelişmesi. Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi, 4, 127-146.
- Şafak, L. (2019). 2 Numaralı Konya Şer'iyeye Sicili (978-989 / 1570-1582) Değerlendirme ve Transkripsiyon. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Quarter, D. (2008). Anadolu'da Osmanlı Reformu ve Tarım 1876-1908. (N. Ö. Gündoğan, Çev.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Tolun-Denker, B. (1976). Şehir İçi Arazi Kullanılışı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını.
- Tuncel, M. (1980). Türkiye'de Kent Yerleşmelerinin Tarihçesine Toplu Bir Bakış. İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi, 23, 123-160.
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (1998). Beşerî Coğrafya: İnsan Kültür Mekân. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Uğur, A. ve Alişaoğlu, A. (2019). Şehir Coğrafyası (7. Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Whitehand, J.W.R. (1987). Urban Morphology. In M. Pacione (Ed.), *Historikle, Geography: Progressand Prospect*, London: Croom Helm.
- Yediyıldız, B. (1994). "Osmanlı Toplumu", Osmanlı Devleti ve Medeniyet Tarihi (Ed.: Ekmeleddin İhsanoğlu). İstanbul: İslam, Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi Yayını.
- Yıldırım, M. (2020). Samsun'daki kültür, sanat ve turizm derneklerinin faaliyet analizi, sorunları ve şehre katkısı. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (2), 496-519.
- Yıldırım, M. ve Gül, F. (2020). Kentsel Ortak Kullanım Alanlarına Bir Örnek: Samsun Millet Bahçesi. 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, 2020, 1, (2), 125-141.
- Yıldırım, M. (1999). Konya'da Erken Dönem Türk İslam Eserlerinden Örnekler. S.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi. 9, 266-267.
- Yörük, D. (2017). XVI. Yüzyılda Konya Şehir Ekonomisi. S.Ü. Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 42, 353-379.

Ruh Halimizi Etkileyen Hava Durumu Parametreleri Borsa Verilerini De Etkiler Mi?

Do Weather Parametres that Affect Our Mood also Affect Stock Market Data?

Sezen GÜNGÖR*, Nihan TOMRİS KÜÇÜN

* Öğretim Görevlisi Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Çorlu Meslek Yüksek Okulu, İşletme Yönetimi Bölümü, sezungongor@nku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8388-6350

** Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Bilişsel ve Davranışsal Araştırma Uygulama Laboratuvarı (BİLDAM), nihan_tomris@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5548-6093

Öz

1970'li yıllarda genel kabul, yatırımcıların rasyonel davrandığı iken, yatırım kararlarının sadece rasyonel bir yaklaşımla açıklanamayacağı gerçeği 1980'lerin başında gündeme gelmeye başlamıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar, bireylerin yatırım konusunda karar verme süreçlerindeki iç ve dış faktörleri incelemeye yönelik olarak çeşitlenmiştir. Psikoloji, pazarlama, sosyoloji gibi sosyal bilimlerden beslenen yatırımcı davranışlarına ilişkin görüşler, karar verme sürecinde birçok faktörün etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda karar verme literatüründe en fazla ağırlık verilen unsurlardan biri duygulardır. Farklı çevre koşulları ile doğrudan ilişkili olan duygular, bu şekilde yatırımcı kararlarında da etkili olduğunu göstermiştir.

Bu araştırma, hava koşullarının yatırım kararları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Çok boyutlu yatırım unsurlarına ilişkin veriler geniş bir zaman diliminde toplanmış ve farklı hava koşulları ile ilişkileri incelenmiştir. Sonuç olarak, yatırımların en önemli parametreleri olan işlem hacmi ve işlem tutarının havanın basıncı, sıcaklığı ve nemi ile ilgili olduğu sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde, işlem getirilerinin de hava sıcaklığı ile ilişkili olduğu bulundu.

Anahtar Kelimeler: Karar Verme, Yatırım, Yatırımcı Davranışı, Davranışsal Finans.

Abstract

While the general acceptance in the 1970s was that investors acted rationally, the fact that investment decisions could not be explained only with a rational approach began to come to the fore in the early 1980s. Studies conducted in this context have diversified to examine the internal and external factors on the decision-making processes of individuals on investment. Opinions on investor behavior, which are fed by social sciences such as psychology, marketing, and sociology, have revealed that many factors are effective in the decision-making process. In this context, one of the most weighted elements in the decision-making literature is emotions. Emotions, which are directly related to different environmental conditions, have shown that they are also effective in investor decisions this way.

This research was conducted to examine the effect of weather conditions on investment decisions. Data on multidimensional investment elements have been collected over a wide period and their relationships with different weather conditions have been examined. As a result, it has been concluded that the most important parameters of the investments, the transaction volume, and the transaction amount, are related to the pressure, temperature, and humidity of the weather. Similarly, transaction returns were also found to be related to air temperature.

Keywords: Decision Making, Investment, Investor Behavior, Behavioral Finance.

Giriş ve Literatür Taraması

Karar verme, bir bireyin, grubun veya kuruluşun, bir dizi amaç ve mevcut kaynaklar üzerindeki sınırlar göz önüne alındığında, gelecekte hangi eylemlerin izleneceği hakkında sonuçlara ulaştığı süreçtir (Schoemaker & Russo, 2018). Birkaç olası alternatif arasından bir eylem planının seçilmesine yardımcı olan, çevre ile etkileşimle bütünleşmiş, entelektüel ve sürekli bir süreç olarak ta tanımlamak mümkündür. Aslında karar verme, problemleri çözümler ve fırsatlardan yararlanarak mevcut durum ile istenen durum arasındaki boşluğu azaltma sürecidir. Karar, arzu edilen bir amaca ulaşmak için mevcut alternatifler arasından bilinçli olarak seçilen bir hareket tarzıdır.

Karar verme süreci çok sayıda değişkenden etkilendiği gibi çıktıları açısından da son derece farklı alanlarda etkisi olan bir süreçtir. Bu açıdan birçok teorisyen karar verme davranışını farklı açılardan ele almış ve çeşitli teoriler geliştirmiştir. Ancak karar verme sürecindeki en temel ikilem belirsizlik durumudur. Buna göre rasyonel veya irrasyonel kararlar söz konusu olabilmektedir. Herbert Simon (1967, 1983), bilişsel ve durumsal kısıtlamaları içerecek şekilde mevcut normatif rasyonel seçim modellerinin rafine edilmesini gerektiren bir kavram olan sınırlı rasyonaliteyi tanıttığında karar teorisinde bir devrim başlatmıştır.

Karar verme sürecinde duyguların rolü ise birçok çalışmada araştırılan ve henüz tamamı ortaya konmamış bir literatürdür. Pek çok teorisyen, duyguların hayattaki en anlamlı kararların baskın itici gücü olduğunu varsaymaktadır (Ekman 2007, Frijda 1988, Frijda 1994, Gilbert 2006, Keltner & Lerner 2010, Keltner ve diğerleri 2014, Lazarus 1991, Loewenstein ve diğerleri 2001, Scherer & Ekman 1984). Duygular suçluluk, pişmanlık, küçümseme veya üzüntü gibi duygulardan kaçınmak veya bunları azaltmak için bireyin seçimlerine rehberlik eder (Carlsmith & Gross 1969, Cialdini ve diğerleri 1973, Clark & Isen 1982, Connolly ve diğerleri 1997, Darlington & Macker 1966, Erber & Wang Erber 2000, Isen 1984, Luce 1998, Regan ve diğerleri 1972). Bazı durumlarda ise mutluluk, sevinç, gurur, hatta iğrenme ve korku gibi olumsuz duyguları artırır (Aaker & Williams 1998, Andrade & Cohen 2007, Andreoni 1990, Dunn & Norton 2013, Mellers ve diğerleri 1999, Tracy & Robins 2007, Weiner 1985, Williams & DeSteno 2008). Tüm bunların yanı sıra ekonomide karar verme ise baskın bir çalışma alanıdır. Çağdaş ekonomi, artık duygunun nedensel rolünü teorileştiren çalışmalarla yön bulmaktadır (Ifcher & Zarghamee 2011, Loewenstein 1996, Loewenstein 2000). Ekonomik davranışı duyguların yönlendirdiğine dair sağlam kanıtlar (Rick & Loewenstein 2008) mevcuttur.

Duyguların karar verme süreci üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmaların oluşturduğu literatürün yeterli olmadığı, davranışsal karar araştırmacılarının ekonomideki rasyonel karar modellerine yönelik eleştirileri bile yalnızca bilişsel süreçleri tanımlamaya odaklanmış olmasından anlaşılabilir. Biliş kavramı geriye atıldığında ise duygu ve karar verme çalışmalarının ivme kazandığı söylenebilir (Gilovich & Griffin 2010). Alanın genç olduğunu ve muazzam bir şekilde büyüdüğünü ortaya koyan bir tespate göre; duygu ve karar verme üzerine yıllık çalışmalar 2004'ten 2007'ye ve yine 2007'den 2011'e kadar iki katına çıkmış ve 2001'den 2014'e "karar verme" hakkındaki tüm bilimsel yayınlarda artış gözlenmiştir (Lerner, 2014).

Duyguların karar verme sürecindeki etkisini tartışan literatür, duyguların neler tarafından etkilendiğini de tartışmaya yeni başlamıştır. Havanın insan organizması üzerindeki kanıtlanmış etkileri göz önüne alındığında, psikolojik ve duygusal düzeyde etkilerini inceleyen çalışmalar da görülmeye başlanmıştır. Hava durumu ve ruh hali arasındaki zayıf ama anlamlı ilişki, popüler biyometeorolojide en eski ve en sık karşılaşılan konulardan biridir. İfade sezgisel olarak açık görünse de bu ilişkinin deneysel olarak doğrulanması zor ve karmaşık olmuştur (Persinger, 1975).

Hava durumu ve duygular arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmada havanın ruh halini ve üretkenliği etkilediğini, ancak diğer tüm kontrol faktörlerinin toplamı ile karşılaştırıldığında yalnızca küçük bir ölçüde etkilediğini göstermektedir. Çalışmada erkekler, kadınlara göre nispeten daha güçlü bir etki yaşamakta, psikolojik olarak sorunlu insanlar genellikle hava koşullarından daha fazla etkileniyor gibi görünmekte, hafif psikolojik sorunları olan insanlar, hava bulutlu, sıcak ve nemli olduğunda daha fazla strese girme eğiliminde olmakta ve artan barometrik basınç ile güneşli, kuru ve serin havaların en az stresli oldukları hava koşulları olduğu belirtilmektedir (Barnston, 1988). Hribersek vd. (1987) ise benzer bir deney tasarımıyla kadınların erkeklere göre havaya karşı daha duyarlı olduklarını ve bunu hormonal farklılıklarla açıkladıklarını bulmuşlardır. Bu çalışmanın bir başka ilginç sonucu ise kadınların olumsuz hava koşullarında daha fazla telefon görüşmesi yaptıkları yönündeki bulgudur. Araştırmacılar bunun sebebinin olumsuz hava koşullarında evde kalmayı tercih etmeye bağlamış ve bu görüş Michael ve Zumpe (1983) tarafından da desteklenmiştir.

Persinger (1975) tarafından yapılan bir çalışmada ise doğrudan rüzgâr hızı, bağıl nem, sıcaklık, basınç, güneş alımı saatleri ve küresel jeomanyetik aktivite verilerini kullanılmıştır. Çalışmada yapılan regresyon analizleri, kullanılan hava durumu verilerinin, ruh hali varyansının %35' inden fazlasını açıklayamayacağını göstermektedir. Güneş saati, yağış, sıcaklık, rüzgâr yönü, rüzgâr hızı, nem, barometrik basınçtaki değişiklik ve mutlak barometrik basınç verilerini kullanan Howarth ve Hoffman (1984) ise konsantrasyon, iş birliği, kaygı, saldırganlık, depresyon, uyku hali, şüphecilik, kontrol ve iyimserlik ruh hali verilerini incelemiştir. Sonuçlar, nem, sıcaklık ve güneş ışığı saatlerinin ruh hali üzerinde en büyük etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Yüksek nem seviyeleri konsantrasyon puanlarını düşürürken uykululuk puanlarını ise artırmıştır. Artan sıcaklıklar ise kaygı ve şüphecilik ruh hali puanlarını düşürmüştür. Palinkas (2001) ise sıcaklık verilerini zihinsel süreçlerle ilişkilendirmiş ve düşük sıcaklıkların dikkat konsantrasyonunu, hafızayı ve genel bilişsel süreçleri etkilediğini rapor etmiştir.

Sinirlilik, asabiyet, saldırganlık gibi duygudurum bozukluklarının aşırı hava koşulu değişimlerinden etkilendiği yönündeki pek çok çalışma (aşırı sıcaklık değişimleri Tromp, 1979 ve Fletcher, 1988; atmosferik basıncın hızlı düşüşü ve ardından hızlı yükselişi Fletcher, 1988; kuvvetli rüzgâr Auliciems, 1978; Thomson, 1979 ve Fletcher, 1988) mevcuttur.

Denissen vd. (2008), ise bireysel farklılıkların insanların hava durumunu nasıl algıladıkları üzerinde bir etkisi olabileceğini öne sürmektedir. Bu çalışmanın sonucuna göre havanın ruh hali üzerindeki ortalama etkisi küçüktür, ancak özellikle fotoperiyodun etkisi ile ilgili olarak bireyler arasında önemli rastgele farklılıklar vardır. Bunun dışında nevrozizm ile mevsimsellik ve kişilik arasında bir bağlantı olduğunu öne süren çalışmalar da mevcuttur (Jang ve diğerleri, 1997; Murray vd. 1995).

Diğer yandan bazı bulgular hava durumu ve duygusal durum arasındaki ilişkiyi reddetmektedir. Örneğin Findikyan ve Sells (1964) yaptıkları çalışmada kadınların nem ve pozitif ruh hali arasında anlamlı bir negatif korelasyon gösterse de tüm katılımcılarında hava parametreleri ve ruh hali arasında anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Watson'ın (2000) da güneş ışığı ve yağmur miktarını analiz ederken, günlük ruh hali değişkenlerinden herhangi biri üzerinde tutarlı bir etki bulamamıştır. Ruh hali, duygular ve hava koşulları ile ilgili benzer sonuçlar gösteren başka çalışmalar da mevcuttur (Driscoll ve Stillman 2002; Keller vd. 2005)

Hava durumu parametreleri ile duygular ve ruh hali arasındaki ilişkileri tespit etmeye çalışan bu yoğun literatür, özellikli karar vermenin de dahil olduğu yeni bir literatüre doğru hareket etmektedir. Finansal karar verme davranışı ise bu özellikli karar verme süreçlerinden biridir.

Geleneksel finansın ısrarcı ve kanıtlanamaz varsayımlarından rasyonel davranış varsayımı, davranışsal finans ve yatırımcı davranışı çalışan araştırmacılar tarafından sürekli olarak eleştirilmektedir. Yatırım kararları üzerinde etkili olan psikolojik faktörleri araştıran davranışsal finansçılar, insanların ruh hallerinin aldıkları kararları önemli ölçüde etkilediğini öne sürmektedir (Saunders, 1993; Hirshleifer ve Shumway, 2003). Ruh halini ve duyguları genel karar verme süreci ile ilişkilendiren Shwarz (1990) ve Loewenstein vd. (2001), ruh hali ve duyguların karar verme sürecinde etkili olduğunu ileri süren Cao ve Wei'ye (2005), ruh halinin durumsal ve çevresel faktörlerden etkilendiğini savunan Watson (2000), hava koşullarının bireylerin ruh halini ve duygusal durumlarını etkileyerek optimal karar verme sürecini bozduğunu ileri süren Yoon ve Kang (2009) başta olmak üzere hava durumu değişkenleri ile insan davranışları arasındaki ilişkileri inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır (Wyndham, 1969; Bell ve Baron, 1976; Allen ve Fisher, 1978; Bell, 1981; Howarth ve Hoffman, 1984; Watson, 2000). Bu araştırmaların başında hava durumu ve yatırım davranışları arasındaki ilişkiyi araştıran ilk kişi olan Saunders (1993) gelmektedir. Saunders, New York Menkul Kıymetler Borsası'nda yaptığı öncü araştırmasında, bulutluluk düzeyi ile hisse senedi getirileri arasında negatif bir ilişkinin varlığına dair somut kanıtlar elde etmiştir. Hirshleifer ve Shumway (2003), 1982-1997 dönemine ait 26 borsa için hisse senedi endeksi getirilerini kullanarak yaptıkları bir çalışmada Saunders'ın (1993) bulgularını destekleyen bulgular elde etmişlerdir. Bir diğer önemli çalışmada Loewenstein (2000), karar verme aşamasında yaşanan duygu ve hislerin genellikle insanları uzun vadeli fayda ve maliyetlerin değerlendirilmesi yoluyla belirlenenden farklı davranışlar sergilemeye yönlendirdiğini savunmaktadır. Kamstra vd. ise (2003), mevsimsel depresyonun hisse senedi getirileri üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda daha uzun gecelerin depresyona yol açtığı, bu nedenle daha uzun gecelerin daha düşük hisse senedi getirileri ile ilişkili olduğunu öne sürülmüştür. Dowling ve Lucey (2005), 1988-2000 dönemi için İrlanda Menkul Kıymetler Borsası endeksi ile yağış, bulutluluk seviyesi ve nem oranı arasındaki ilişkileri araştırmış ve bu değişkenlerin getiriler üzerinde etkili olduğunu bulmuştur. Cao ve Wei (2005) ise farklı ülkelerde yaptıkları çalışmalarında genel olarak sıcaklık ve hisse senedi getirileri arasında önemli bir negatif korelasyon buldular. Chang vd. (2006) ise endeks ile sıcaklık, bulutluluk ve nem oranı arasındaki ilişkileri incelemişler ve sıcaklık çok yükseldiğinde veya bulutluluk arttığında getiriler düştüğünü tespit etmişlerdir.

Keef ve Roush (2007), günlük hava durumu değişkenleri ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkileri araştırmıştır. Hisse senedi endeksi getirilerinin rüzgâr hızından ve bulutluluk seviyesinden etkilendiğini, ancak sıcaklık seviyesi ile negatif bir ilişki içinde olduğunu bulmuşlardır. Chang vd. (2008), genel olarak bulutlu günlerde hisse senedi getirilerinin daha düşük olduğunu ve o günlerdeki işlemlerin çoğunun satış işlemleri olduğunu belirlemişlerdir. Yoon ve Kang (2009) ise aşırı hava koşullarının getiri oranlarını daha fazla etkilediğini bulmuşlardır.

Bunların dışında aksi sonuçlara ulaşan çalışmalar da mevcuttur. Tufan ve Hamarat (2004) yaptıkları çalışmada, bulutlu gün sayısının BİST 100 endeksi üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını öne sürmüşlerdir. Pardo ve Valor (2003) ise borsa endeksi ve hava durumu arasındaki ilişkiyi incelemiş ancak güneşli gün sayısı ile nem oranı ve endeks getirileri arasında herhangi bir ilişki bulamamışlardır.

Bu çalışma hava durumu parametreleri ile BIST100 endeksi işlem hacmi, işlem miktarı ve getiri verilerinin arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. İşlem miktarı belirli bir zaman aralığında gerçekleşen işlemlerin toplam miktarını gösterir. İşlem hacmi ise belirli bir zaman aralığında gerçekleşen işlemlerin miktarları ile fiyatlarının çarpılması sonucu bulunan değerlerin toplamıdır (www.borsaisstanbul.com). Bu değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışma örnek verilebilecek olsa da bu çalışmanın diğerlerinden farkı veri sayıdadır. Çalışmada 1988-2015 yılları arasındaki günlük verileri ile hava durumu parametrelerinden rüzgâr hızı, nem, basınç ve sıcaklık dereceleri kullanılmıştır.

Araştırma Metodolojisi

Araştırmada 4 Ocak 1988 ile 20 Kasım 2015 tarihleri arasındaki günlük rüzgâr hızı, sıcaklık, nem ve basınç verileri kullanılmıştır. Çalışma Türkiye'de uygulanmıştır. Ancak hava durumu verileri zaman ve maliyet kısıtları gözetilerek sadece İstanbul'daki verilerden oluşmaktadır. Kasım 2015 tarihi itibarıyla İstanbul ilinde 330.112 yerli ve yabancı yatırımcı bulunduğu, bu yatırımcıların toplam portföy büyüklüğünün ise 62.108.000.000 TL düzeyinde olduğu görülmektedir (www.kap.gov.tr). Bu verilere istinaden İstanbul iline ait hava durumu verileri tercih edilmiştir.

The daily values of the index are converted into returns (Rt) by taking the first differences in the natural logarithms.

$$R_t = \ln\left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right) \times 100$$

Where P_t is the value of an index at time t and P_{t-1} is the value of the index at time $t-1$.

Çalışmada hava durumu parametrelerinden bağıl nem (g/m^3), sıcaklık ($^{\circ}C$), rüzgâr hızı (knot) ve basınç (Pa) verileri ile çalışılmıştır. Elde edilen veriler tarihleri itibariyle borsa işlem hacmi ve işlem miktarı verileriyle örtüşmesi açısından temizlenmiştir. Dini ve milli bayramlar ve diğer resmî tatillere ait veriler veri setinden çıkartılmıştır. Nihayetinden 6.928 adet veri ile analizler yapılmıştır. Verilerin analizleri SPSS 21.version'da yapılmıştır.

Çalışma kapsamında kurulan hipotezler şöyledir:

H_1 = Rüzgâr hızı ile işlem miktarı arasında ilişki vardır.

H_2 = Rüzgâr hızı ile işlem hacmi arasında ilişki vardır.

H_3 = Sıcaklık ile işlem miktarı arasında ilişki vardır.

H_4 = Sıcaklık ile işlem hacmi arasında ilişki vardır.

H_5 = Basınç ile işlem miktarı arasında ilişki vardır.

H_6 = Basınç hızı ile işlem hacmi arasında ilişki vardır.

H_7 = Bağıl nem ile işlem miktarı arasında ilişki vardır.

H_8 = Bağıl nem ile işlem hacmi arasında ilişki vardır.

Bulgular

Çalışma kapsamında tüm değişkenler korelasyon analizine tabi tutulmuşlardır. Yapılan korelasyon analizi için, veriler normal dağılıma uymadığından non-parametrik korelasyon analizi tercih edilmiştir. Sonuçlar Tablo 1'de görüldüğü gibidir.

Tablo 1. Korelasyon Analizleri Sonuçları

		İşlem miktarı	İşlem hacmi	Rüzgâr hızı	Basınç	Nem	Sıcaklık	Getiri
İşlem miktarı	Correlation	1	,918**	-,142**	,085**	-,114**	,042**	-,025*
	p		0,000	,000	,000	,000	,000	,038
İşlem hacmi	Correlation		1	-,047**	,105**	-,067**	,044**	-,031*
	p			,000	,000	,000	,000	,011
Rüzgâr hızı	Correlation			1	,019	,167**	-,080**	,003
	p				,112	,000	,000	,785
Basınç	Correlation				1	,037**	-,489**	,030*
	p					,002	0,000	,013
Nem	Correlation					1	-,281**	,001
	p						,000	,949
Sıcaklık	Correlation						1	-,024
	p							,045
Getiri	Correlation							1
	p							
	N							6928

Analiz sonuçlarına göre işlem miktarı hava durumu parametrelerinin tamamıyla korelasyon göstermektedir. Rüzgar hızı ve nem ile negatif (sırasıyla $r(6.928)=-.142$, $p<.001$; $r(6.928)=-.114$, $p<.001$), basınç ve sıcaklık ile pozitif korelasyon gösterdiği saptanmıştır (sırasıyla $r(6.928)=.085$, $p<.001$; $r(6.928)=.042$, $p<.001$). İşlem hacminin de benzer sonuçlar görmek mümkündür. Buna göre işlem hacmi ile rüzgar hızı ve nem arasında (sırasıyla $r(6.928)=-.047$, $p<.001$; $r(6.928)=-.067$, $p<.001$), basınç ve sıcaklık ile pozitif korelasyon gösterdiği saptanmıştır (sırasıyla $r(6.928)=.105$, $p<.001$; $r(6.928)=.044$, $p<.001$). Getirilene bakıldığında ise rüzgar hızı ve nem ile bir korelasyon gözlenmezken basınçla pozitif yönlü ($r(6.928)=-.0307$, $p<.005$) sıcaklıkla ise negatif yönlü korelasyonlar bulunmuştur ($r(6.928)=-.024$, $p<.005$).

Sonuç

Yatırımcıların karar verme davranışları üzerinde etkili olduğu düşünülen bireysel ve çevresel faktörler literatürde uzun yıllardır tartışılmaktadır. Çünkü bu değişkenlerin yatırımcı davranışını nasıl ve hangi yönde etkilediğinin bilinmesi, davranışın tahmin edilmesi açısından son derece önemlidir. Tabii ki, bu faktörlerin aşırı çeşitliliği ve genelleştirilmesindeki zorluklar, kesin bir yatırımcı davranışı modeli oluşturmayı zorlaştırmaktadır. Ancak alan yazın taramasında etki büyüklüğü ve dolayısıyla davranış üzerinde belirleyiciliği açısından duygular gibi öne çıkan değişkenler öne çıkmaktadır (Baker ve Ricciardi, 2014).

Duyguları tetikleyen ve yoğunluğunu etkileyen en önemli faktörlerden birinin hava koşulları olduğu düşünülmektedir (Goetzmann ve Zhu, 2005; Liu vd., 2017). Elbette insanın bilişsel bir süreci olan yatırım kararları da bu değişkenlerden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedir (Kathiravan vd., 2021). Belirtilen nedenlerle, bu çalışmada hava durumunu oluşturan nem, sıcaklık ve basınç gibi değişkenlerin yatırım kararlarına etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda geniş bir örnekleme Borsa İstanbul'da gerçekleştirilen işlem tutarı, işlem hacmi ve finansal işlemlerden getirisi üzerinde durulmuş ve farklı hava koşulları ile ilişkileri araştırılmıştır.

Sonuçlar, işlem miktarının doğrudan hava durumu ile ilgili olduğunu göstermektedir. Buna göre, rüzgâr hızı ve nemin yüksek olduğu hava koşullarında işlem miktarı istatistiksel olarak daha düşüktür. Ancak basınç ve sıcaklık arttıkça işlem miktarı da artar. Yani sıcak havayı temsil eden koşullarda tedavi miktarının arttığı belirlendi. İşlem hacmine ilişkin elde edilen sonuçlar da işlem tutarı ile uyumludur. Öte yandan, geri dönüşlerin basınçla doğru orantılı ve sıcaklıkla ters orantılı olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma çıktıları, yatırımcı davranışlarını anlamak ve yönlendirmek açısından uygulayıcılar için önemlidir. Benzer şekilde, mevcut çalışmalarla paralel sonuçlar elde edilmiş olsa da, araştırmamız Türkiye'deki yatırımcı davranışına ilişkin kalıpları ifade etmesi nedeniyle alana katkı sağlama potansiyeline sahiptir.

Kaynakça

- Aaker JL, Williams P. (1998). Empathy versus pride: The influence of emotional appeals across cultures. *Journal of Consumer Research* 25: 241-61
- Allen, A. M. and Fisher, G. J. (1978). Ambient Temperature Effects on Paired Associate Learning, *Ergonomics* 21, 2, pp. 95-101.
- Andreoni J. (1990). Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving? *Economic Journal* 100: 464-77
- Auliciems, A. (1978). Mood dependency on low-intensity atmospheric variability. *International Journal of Biometeorology*, 22(1), 20-32. <https://doi.org/10.1007/bf01553137>
- Baker, H. K., & Ricciardi, V. (2014). *Investor behavior: The psychology of financial planning and investing*. John Wiley & Sons.
- Barnston, A. G. (1988). The effect of weather on mood, productivity, and frequency of emotional crisis in a temperate continental climate. *International Journal of Biometeorology*, 32(2), 134-143. <https://doi.org/10.1007/bf01044907>
- Bell, P. A. (1981). Physiological Comfort, Performance And Social Effects Oh Heat Stress, *Journal of Social Issues*, 37, pp. 71-94.
- Bell, P. A. and Baron, R. A. (1976). Aggression And Heat: The Mediating Role of Negative Affect, *Journal of Applied Social Psychology*, 6, pp. 18-30.
- Cao, M. and Wei, J. (2005). Stock Market Returns: A Note on Temperature Anomaly, *Journal of Banking and Finance*, 29, pp. 1559-73.
- Chang, S. C., Chen, S. S., Chou, R. K. & Lin, Y. H. (2008). Weather and Intraday Patterns in Stock Returns and Trading Activity, *Journal of Banking and Finance*, 32, pp. 1754-1766.
- Chang, T., Nieh, C.C., Yang, M. J. & Yang, T. (2006). Are Stock Market Returns Related to the Weather Effects? *Empirical Evidence From Taiwan*, *Physica A*, 364, pp. 343-354.
- Cialdini RB, Darby BL, Vincent JE. (1973). Transgression and altruism: A case for hedonism. *Journal of Experimental Social Psychology* 9: 502-16
- Connolly T, Ordóñez LD, Coughlan R. (1997). Regret and responsibility in the evaluation of decision outcomes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 70: 73-85
- Denissen, J. J. A., Butalid, L., Penke, L., & van Aken, M. A. G. (2008). The effects of weather on daily mood: A multilevel approach. *Emotion*, 8(5), 662-667. <https://doi.org/10.1037/a0013497>
- Doswell III, C. A. (2004). Weather forecasting by humans—Heuristics and decision making. *Weather and Forecasting*, 19(6), 1115-1126.

- Dowling, M. and Lucey, B. M. (2005). Weather, Biorhythms, Beliefs and Stock Returns: Some Preliminary Irish Evidence, *International Review of Financial Analysis*, 14, pp. 337-355.
- Driscoll, D., & Stillman, D. (2002). Weather and emotional state: a search for associations between weather and calls to telephone counseling services. *International Journal of Biometeorology*, 47(1), 21–34. <https://doi.org/10.1007/s00484-002-0136-0>
- Dunn EW, Norton M. (2013). *Happy money: The science of smarter spending*. New York, NY: Simon and Schuster
- Ekman P. (2007). *Emotions revealed: Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*. New York, NY: Holt
- Erber R, Wang Erber M. (2000). The self-regulation of moods: Second thoughts on the importance of happiness in everyday life. *Psychological Inquiry* 11: 142-48
- Findikyan, N. and Sells, S. (1964). Some relations of meteorological variables to day-to-day fluctuations in subjective feeling, in: *Dimensions of stimulus situations which account for behavior variance*, Contract Nour-3436(00), Group Psychology Branch, Office of Naval Research, Research Note No. 1.
- Fletcher, R. J. (1988). ?Föhn illness? and human biometeorology in the Chinook area of Canada. *International Journal of Biometeorology*, 32(3), 168–175. <https://doi.org/10.1007/bf01045275>
- Frijda NH. (1994). Varieties of affect: Emotions and episodes, moods, and sentiments. In *The nature of emotions: Fundamental questions*, ed. P Ekman, RJ Davidson, pp. 59-67. Oxford, England: Oxford University Press
- Gilbert DT. (2006). *Stumbling on happiness*. New York, NY: Knopf
- Gilovich TD, Griffin DW. (2010). Judgment and decision making. In *Handbook of social psychology*, ed. DT Gilbert, ST Fiske, G Lindzey, pp. 542-88. Hoboken, NJ: Wiley
- Goetzmann, W. N., & Zhu, N. (2005). Rain or shine: where is the weather effect?. *European Financial Management*, 11(5), 559-578.
- Harley, T. (2018). *The psychology of weather*. Routledge.
- Hirshleifer, D. and Shumway, T. (2003). Good Day Sunshine: Stock Returns and The Weather, *Journal of Finance*, 58, pp. 1009-32.
- Howarth, E. and Hoffman, M. S. (1984). A Multidimensional Approach to the Relationship Between Mood and Weather, *British Journal of Psychology*, 75, pp. 15-23.
- Howarth, E., & Hoffman, M. S. (1984). A multidimensional approach to the relationship between mood and weather. *British Journal of Psychology*, 75(1), 15–23. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1984.tb02785.x>
- Hribersek, E., van de Voorde, H., Poppe, H., & Casselman, J. (1987). Influence of the Day of the Week and the Weather on People Using a Telephone Support System. *British Journal of Psychiatry*, 150(2), 189–192. <https://doi.org/10.1192/bjp.150.2.189>
- Ifcher J, Zarghamee H. (2011). Happiness and time preference: The effect of positive affect in a random-assignment experiment. *The American Economic Review* 101: 3109-29
- Jang, K. L., Lam, R. W., Livesley, W. J., & Vernon, P. A. (1997). The relationship between seasonal mood change and personality: more apparent than real? *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 95(6), 539–543. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0447.1997.tb10143.x>
- Kamstra, M. J., Kramer, L. A. & Levi, M. D. (2003). Winter Blues: A Sad Stock Market Cycle, *American Economic Review*, 93, pp. 324-343.
- Kathiravan, C., Selvam, M., Venkateswar, S., & Balakrishnan, S. (2021). Investor behavior and weather factors: evidences from Asian region. *Annals of Operations Research*, 299(1), 349-373.
- Keef, P. and Roush, M. L. (2007). Daily Weather Effects on the Returns of Australian Stock Indices, *Applied Financial Economics*, 17, pp. 173-184.
- Keller, M. C., Fredrickson, B. L., Ybarra, O., Cote, S., Johnson, K., Mikels, J., Conway, A., & Wager, T. (2005). A Warm Heart and a Clear Head: The Contingent Effects of Weather on Mood and Cognition. *Psychological Science*, 16(9), 724–731. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01602.x>
- Keller, M. C., Fredrickson, B. L., Ybarra, O., Côté, S., Johnson, K., Mikels, J., ... & Wager, T. (2005). A warm heart and a clear head: The contingent effects of weather on mood and cognition. *Psychological science*, 16(9), 724-731.
- Keltner D, Lerner JS. (2010). Emotion. In *The handbook of social psychology*, ed. DT Gilbert, ST Fiske, G Lindzey, pp. 317-52. New York, NY: Wiley
- Keltner D, Oatley K, Jenkins JM. (2014). *Understanding emotions*. Hoboken, NJ: Wiley. 1 online resource (1 v.) pp.
- Lerner, J. S. (2014). *Emotion and Decision Making*. Harvard University Thesis.
- Li, J., Wang, X., & Hovy, E. (2014, November). What a nasty day: Exploring mood-weather relationship from twitter. In *proceedings of the 23rd ACM International Conference on Conference on Information and Knowledge Management* (pp. 1309-1318).
- Liu, V., Banea, C., & Mihalcea, R. (2017, October). Grounded emotions. In *2017 Seventh International Conference on Affective Computing and Intelligent Interaction (ACII)* (pp. 477-483). IEEE.
- Loewenstein G, Weber EU, Hsee CK, Welch N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin* 127: 267-86
- Loewenstein G. (1996). Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 65: 272-92
- Loewenstein, G. (2000). Emotions in Economic Theory and Economic Behavior, *American Economic Review*, 65, pp. 426-432.
- Loewenstein, G., Weber, E. U., Hsee, C. K., & Welch, N. (2001). Risk As Feelings, *Psychological Bulletin*, 127, pp. 267-286.
- Mellers BA, Schwartz A, Ritov I. (1999). Emotion-based choice. *Journal of Experimental Psychology: General* 128: 332-45

- Michael, R. and Zumpe. (1983). Sexual violence in the United States and the role of season. *American Journal of Psychiatry*, 140(7), 883–886. <https://doi.org/10.1176/ajp.140.7.883>
- Murray, G., Hay, D., & Armstrong, S. (1995). Personality factors in Seasonal Affective Disorder: Is seasonality an aspect of neuroticism? *Personality and Individual Differences*, 19(5), 613–617. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(95\)00105-f](https://doi.org/10.1016/0191-8869(95)00105-f)
- Otto, F. E. (2017). Attribution of weather and climate events. *Annual Review of Environment and Resources*, 42, 627–646.
- Palinkas, L. A. (2001). Mental and Cognitive Performance in the Cold. *International Journal of Circumpolar Health*, 60(3), 430–439. <https://doi.org/10.1080/22423982.2001.12113048>
- Pardo, A., & Valor, E. (2003). Spanish Stock Returns: Where is the Weather Effect? *European Financial Management*, 9(1), 117–126. <https://doi.org/10.1111/1468-036x.00210>
- Persinger, M. A. (1975). Lag responses in mood reports to changes in the weather matrix. *International Journal of Biometeorology*, 19(2), 108–114. <https://doi.org/10.1007/bf01463866>
- Rick S, Loewenstein G. (2008). Intangibility in intertemporal choice. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences* 363: 3813-24
- Sami, J. (2021). Weather, investor psychology and stock returns: evidence from Fiji's stock market. *Review of Behavioral Finance*.
- Saunders, E. M. (1993). Stock Prices and Wall Street Weather, *American Economic Review*, 83, pp. 1337-45.
- Schoemaker, P. J. H., & Russo, J. E. (2018). Decision-Making. *The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management*. <https://doi.org/10.1057/9781137294678.0160>
- Schwarz, N. (1990). Feelings as information. Informational and motivational functions of affective states, in R. Sorentino, and E. T. Higgins, eds.: *Handbook of Motivation and Cognition* (Guilford Press, New York).
- Simon, H. A. (1967). Motivational and emotional controls of cognition. *Psychological Review*, 74(1), 29–39.
- Simon, H. A. (1983). Search and Reasoning in problem solving. *Artificial Intelligence*, 21(1–2), 7–29. [https://doi.org/10.1016/s0004-3702\(83\)80003-4](https://doi.org/10.1016/s0004-3702(83)80003-4)
- Thomson, W. (1979). *A change of air*, Charles Scribner, New York.
- Tracy JL, Robins RW. (2007). The psychological structure of pride: A tale of two facets. *Journal of Personality and Social Psychology* 92: 506-25
- Tromp, S. (1979). Studies on the origin and biological effects of the Chinook in western Canada, in: *Biometeorological survey*, vol. 1, part A: Human Biometeorology, edited by: Tromp, S. and Bouma, J., Heyden, London, 191–194.
- Tufan, E. and Hamarat, B. (2004). Do Cloudy Days Affect Stock Exchange Returns: Evidence From The Istanbul Stock Exchange, *Journal of Naval Science and Engineering*, 2, pp. 117-126.
- Watson, D. (200). Situational and environmental influence on mood. In: *Mood and Temperament*. (Guilford Press, New York).
- Watson, D. (2000). *Mood and Temperament* (1st ed.). The Guilford Press.
- Williams LA, DeSteno D. (2008). Pride and perseverance: The motivational role of pride. *Journal of Personality and Social Psychology* 94: 1007-17
- Wyndham, H. C. (1969). Adaptation to Heat And Cold, *Environmental Research*, 2, pp. 442-469.
- Yoon, M. S. and Kang, S. H. (2009). Weather Effects On Returns: Evidence From The Korean Stock Market., *Physica A*, 388, pp. 682-690.
- Zhang, X., Wang, S., Meng, Q., & Wu, W. (2019). The warning of haze: weather and corporate investment. *Accounting & Finance*, 59(5), 3029-3052.