

U S B E D

*ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER VE EĞİTİM DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND EDUCATIONAL
SCIENCES*

NİSAN/APRIL 2023 • CİLT/VOLUME 5 • SAYI/ISSUE 8

E-ISSN 2687-3060

J E N E R İ K / T A G

İMTİYAZ SAHİBİ / OWNER
AYTEKİN DEMİRCİOĞLU

BAŞ EDITÖRLER / CHIEF EDITORS
AYTEKİN DEMİRCİOĞLU
FATMANUR ÖZEN

EDITORS
BEYHAN ZABUN
BURCU ÖZTÜRK
KATERYNA TRYMA
EMILIA ALAVERDOV
MEHMET ALİ DOMBAYCI
SERPİL AYTAÇ

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

1-Aytekin DEMİRCİOĞLU

Kastamonu University, TURKEY

2-Fatmanur ÖZEN

Giresun University, TURKEY

3-Emilia ALAVERDOV

Georgian Technical University,
GEORGIA

4-Beyhan ZABUN

Gazi University, TURKEY

5-Kateryna TRYMA

National Academy of
Educational Sciences, UKRAINE

6-Tinatin ZHORZHOLIANİ

Robakidze University, GEORGIA

7-Abdullah DURAKOĞLU

Abant İzzet Baysal University,
TURKEY

8-Mehmet Ali DOMBAYCI

Gazi University, TURKEY

9-Burcu ÖZTÜRK

Kastamonu University, TURKEY

10-Tamara OLENICH

Don State Technical University,
RUSSIA

11-Emel ADAMIŞ

Uludağ University, TURKEY

12-Fatma Hürrem SÜNNEY

Giresun University, TURKEY

13-Belis GÜLAY

Maltepe University, TURKEY

14-Mustafa ÖZTOPRAK

Eskişehir Osmangazi University,
TURKEY

15-Vildan KATMER

BAYRAKLI

Maltepe University, TÜRKİYE

16- Serpil AYTAÇ

Fenerbahçe University, TÜRKİYE

17-Michalle GAL

Shenkar College, ISRAEL

18-Gülcan DEMİR

Sinop University, TÜRKİYE

19-Olyana KINDIBALYK

University of European Studies
of Moldova, MOLDOVA

20-Nurlyhan ALDZHANOVA

Al-Farabi Kazakh National
University, KAZAKHSTAN

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

21-Ekrem Ziya DUMAN

Gazi University, TURKEY

22-Nadiia STEZHKO

University of the State Fiscal
Service of Ukraine, UKRAINE

23-Julia POCHYNOK

Ternopil National Medical
University, UKRAINE

24-Olena MELNYK

Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv
National Pedagogical Uni. UKRAINE

25-Alvina ORIEKHOVA

Sumy National Agrarian University,
UKRAINE

26-Tetiana KAMINSKA

Kyiv Cooperative Institute of
Business and Law, UKRAINE

27-Inna SEMENETS ORLOVA

National Aviation University,
UKRAINE

28-Nalan KAZAZ

Kolegji AAB Üniversitesi, KOSOVO

29-Sümeyra ALAN

Erzurum Teknik Uni. TÜRKİYE

30-Georgia PAPADOPOULOU

University of the Aegean, GREECE

31-Wang LI

Anhui University, CHINA

32-Nino ZHIZHILASHVILI

Georgian Technical University,
GEORGIA

33-M. Luiza C . BAPTISTA

Universidade de Caxias do Sul,
BRASIL

34-Hacer DOLANBAY

Muş Alparslan University, TÜRKİYE

35-Maryna DIELINI

National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine,
UKRAINE

36-Maryam VAZIRI

Danesh Pajoohan Pishro High Edu.
Institution, IRAN

37-Demet KARAKARTAL

American University, CYPRUS

38-Ihab Said İBRAHİM

Kastamonu University, TÜRKİYE

39-Soaad SHOLAK

Kastamonu University, TÜRKİYE

40-Sunil MİSHRA

Amity University, INDIA

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

41-Parul MISHRA

G D Goenka University, INDIA

42-Adriana B. SCHIOPoiU

University of Craiova, ROMANIA

43-Monica MASTRANTONIO

University of York, UNITED
KINGDOM

44-Esra SİPAHİ DÖNGÜL

Aksaray University, TÜRKİYE

45-Agnieszka WERENOWSKA

Warsaw University of Life Science,
POLAND

46-Natavan KARAMOVA

Western Caspian University,
AZERBAIJAN

47-Beatriz Lucia S. BIZOTTO

Centro Universitário Unifacvest,
BRAZIL

48-Panoraia POULAKI

University of the Aegean, GREECE

49-Nurgul ILIAZOVA

International University of
KYRGYZSTAN

50-Laura BRANCU

West University of Timisoara,
ROMANIA

51-Xhemile SALIU

International Balkan University,
NORTH MACEDONIA

52-Rashmi GUJRATI

KC Group of Instution, INDIA

53-Evren KUTLAY

Bolu Abant İzzet Baysal University,
TÜRKİYE

54-Çiğdem ÖZKAN

Çanakkale On Sekiz Mart University,
TÜRKİYE

55-Kübra KIRCA DEMİRBAĞA

Durham University, UNITED
KINGDOM

56-Nesrin GÜLLÜDAĞ

Iğdır University, TÜRKİYE

57-Nadire Gülçin YILDIZ

Medipol University, TÜRKİYE

58-Susi FERRARELLO

California State University, UNITED
STATES

59-Aysha KHALİL

University of Punjab, PAKISTAN

60-Olena KOVALCHUK

Lutsk National Technical University,
UKRAINE

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

61-Merve AYDOĞDU ÇELİK

Tekirdağ Namık Kemal University,
TÜRKİYE

62-Emel AKAY

Anadolu University, TÜRKİYE

63-Yanina LISUN

Kyiv National University of Trade
and Economics, UKRAINE

64-Layla Jasim ABBAS

The University of Bashra, IRAQ

65-Neena DASH

Gangadhar Meher University, INDIA

66-Nataliia PAVLIUK

National University of Kyiv,
UKRAINE

67-Sana MALIK

University of Management and
Technology, PAKİSTAN

68-Ema PETROVIC

Belgrade University, SERBIA

69-Dhouha JAZIRI

University of Sousse, TUNISIA

70-Ewa STAWICKA

Warsaw University of Life Science,
POLAND

71-Julio Cesar Ferro DE GUIMARAES

Federal University of Pernambuco,
BRAZIL

72-Richa MISHRA

Nirma University, INDIA

73-Zeynep ŞENTÜRK DIZMAN

Independent Researcher, DENMARK

74-Stefanija ALISAUSKENE

Vytautas Magnus University,
LITHUANIA

75-Yavuz Selim UĞURLU

Ordu Fen Lisesi, TÜRKİYE

76-Neringa SLAVINSKAITE

Vilnius Gediminas Technical
University, LITHUANIA

77-Lorenzo BELTRAME

Universita Degli Studi Di Trento,
ITALY

78-Joanna PALISZKIEWICZ

Warsaw University of Life Sciences,
POLAND

79-Yllka IMERİ

University "Fehmi Agani" Gjakova
KOSOVO

80-Dipra JHA

Washington State University, USA



YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD



81-Vira BAZOVA

National Aviation University,
UKRAINE

82-Leila SOUDANI

Ibn Khaldoun University, ALGERIA

83-Shiva ILKHANIZADEH

International University, CYPRUS

84-Işıl ALTAY

Maltepe University TÜRKİYE

85-Shazia SHAIKH

University of Sindh, PAKİSTAN

86-Ahmad ALBATTAT

Management and Science
University, MALAYSIA

87-Solange F. RAIMUNDO

Universidade Estadual De Maringa,
BRAZIL

88-Terezinha OLIVEIRA

Universidade Estadual de Maringá,
BRAZIL

89-Fatmath MUNA

Maldives Media Council, MALDIVES

90-Anna DULUZEWSKA

Maria Curie Skolodowska
University, POLAND

91-Francesca BRENCIO

University of Seville, SPAIN

92-Victoria GONTA

State Pedogogical University,
MOLDOVA

93-Fulya ODUNCU

Altınbaş University, TÜRKİYE

94-Valeria BIZZARI

Husserl Archives, KU Leuven,
BELGIUM

95-Elena Paola C. ALESSIATO

Università degli Studi Suor Orsola
Benincasa, Naples, ITALY

96-Eka KHORBALADZE

Moscow State University, RUSSIA

97-Ifeoluwapo OYEWOBİ

Bingham University, NIGERIA

98-Shaza ALTURKY

University of Aleppo, UNITED ARAB
EMİRATES

99-Alev SÖKMEN

Kastamonu University, TURKEY

100-Carlos Alexander

GRAJALES

Universidad De Antioquia,
COLOMBIA

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

101-Derya HEKİM

Uludağ Üniversitesi, TÜRKİYE

102-Hülya YILDIZLI

İstanbul University - Cerrahpaşa,
TÜRKİYE

103-Ajda BAŞTAN

Sivas Cumhuriyet Uni. TÜRKİYE

104-Zeynep ÖZGÜNER

Hasan Kalyoncu University,
TÜRKİYE

105-Elif SARICAN

Marmara University, TÜRKİYE

106-Nazife AYDINOĞLU

International Final University,
CYPRUS

107-Mai Alm-el-DIN

Canadian International College,
EGYPT

108-Ceylan GÜNDEĞER

Aksaray University, TURKEY

109-Nurul Nisa OMAR

Int. University of Malaya - Wales
MALAYSIA

110-Füsun TOPSÜMER

Ege University, TÜRKİYE

111-Sinem TUNA

İstanbul Gelişim University, TÜRKİYE

112-Ahmet ERKASAP

İstanbul Gedik University, TÜRKİYE

113-Gül Eda BURMAOĞLU

Atatürk University, TÜRKİYE

114-Seray TOKSÖZ

İstanbul Esenyurt University,
TÜRKİYE

115-Aslı YALIM

University of Central Florida, USA

116-Walaa FOUDA

American University, UNITED ARAB
EMİRATES

117-Viana HASSAN

Malta University, MALTA

118-Ebru TOLAY

Dokuz Eylül University, TÜRKİYE

119-Yasemin KOÇAK BİLGİN

Doğuş University, TÜRKİYE

120-Şahru PİLTEN UFUK

Sakarya University, TÜRKİYE

121-Necla Öykü İYİGÜN

İstanbul Ticaret University, TÜRKİYE

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

122-Merve ÖZKAN BORSA

İstanbul University, TÜRKİYE

123-Ebru Gül YILMAZ

İstanbul Gelişim University,
TÜRKİYE

124-Nuray EKŞİ

İstanbul Özyeğin University,
TÜRKİYE

125-Ayşe GÜÇ

Ankara Sosyal Bilimler University,
TÜRKİYE

126-Günseli GÜMÜŞEL

Ankara Atılım University, TÜRKİYE

127-Yüksel BEKAROĞLU

DOĞAN

Üsküdar University, TÜRKİYE

128-Ayşe DALYAN TARHAN

Cyprus International University

129-Aygül ANAVATAN

Pamukkale University, TÜRKİYE

130-Elif EŞİYOK

Ankara Atılım University, TÜRKİYE

131-Nil KULA

Dokuz Eylül University, TÜRKİYE

132-Aunkrisa SANGCHUMNONG

Suan Dusit University, TAILAND

133-Gaye ÖZÇELİK

İstanbul Bilgi University, TÜRKİYE

134-Bahar URHAN

Akdeniz University, TÜRKİYE

135-Aysun KAHRAMAN

Manisa Celal Bayar University,
TÜRKİYE

136-Henrich Christian JOHANNES

FOM university, GERMANY

137-Ahmet KILINÇ

Ankara Yıldırım Beyazıt University,
TÜRKİYE

138-Jessica ASHE

Miami University, UNITED STATES

139-Bahar TÜRK

On Dokuz Mayıs University, TÜRKİYE

140-Gözde SEZEN GÜLTEKİN

Sakarya University, TÜRKİYE

141-Bengü TÜRKÖĞLU

Necmettin Erbakan University,
TÜRKİYE

142-Seda AKTAŞ

İstanbul Esenyurt University,
TÜRKİYE

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

143-Hüdayar CİHAN

Ankara Yıldırım Beyazıt University,
TÜRKİYE

144-Dilek KARIŞAN

Aydın Adnan Menderes University,
TÜRKİYE

145-Gözde ÖZDEMİR UÇGUN

İstanbul Aydın University, TÜRKİYE

146-Cresilda BRAGAS

Polytechnic University,
PHILIPPINES

147-İzay REYHANOĞLU

Ankara Atılım University, TÜRKİYE

148-Suad SAKALLI GÜMÜŞ

Saint Mary of The Woods College
UNITED STATES

149-Şehnaz SUNGURTEKİN

Bursa Uludağ University, TÜRKİYE

150-Özge GÜR SOY ATAR

İstanbul Beykent University,
TÜRKİYE

151-Suzan DSOUZA

American University of The Middle
East, KUWAIT

152-Şükran KILIÇ

Aksaray University, TÜRKİYE

153-Gülen SOYASLAN

Çankırı Karatekin Uni. TÜRKİYE

154-Işıl TAŞ

İstanbul Biruni University, TÜRKİYE

155-Sibel BARÇIN

Kirgыз - Turkish Manas University,
KIRGYZSTAN

156-Gözde SİRGANCI

Yozgat Bozok University, TÜRKİYE

157-Aysel UZUNTAŞ

Türkisch - German University,
TÜRKİYE

158-Özlem SAYDAR

İstanbul Altınbaş Uni. TÜRKİYE

159-Şeyda SUBAŞI SINGH

University of Vienna, AUSTRIA

160-Elif ŞEN

Çankırı Karatekin Uni. TÜRKİYE

161-Veli Doğan GÜNAY

Dokuz Eylül University, TÜRKİYE

162-Yasemin GEDİK

Science Publishing Group, UNITED
STATES

163-Ines AMARA

King Faisal University, SAUDI ARABIA

164-Cansu TOR KADIOĞLU

Tarsus University, TÜRKİYE

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

**165-Selda KARADENİZ
ÖZBEK**

Giresun University, TÜRKİYE

166-Nurhan TOĞUÇ

İstanbul Esenyurt University,
TÜRKİYE

167-Sırma Oya TEKVAR

Karabük University, TÜRKİYE

168-Merve SELÇUK

Altınbaş University, TÜRKİYE

169-Sevecen ÇELİK İNCE

Bülent Ecevit University, TÜRKİYE

170-Gizem UYUMAZ

Giresun University, TÜRKİYE

171-Şaziye YAMAN

American University of The Middle
East, KUWAIT

172-Ebru KUŞÇU

İstanbul Biruni University,
TÜRKİYE

**173-Barbara DELL'ABATE
ÇELEBİ**

İstanbul University, TÜRKİYE

174-Ferhan ŞENGÜR

Eskişehir Teknik University, TÜRKİYE

175-Giovanna MIOLLI

University of Padua, ITALY

176-Aslıhan KAYIK AYDINALP

İnönü University, TÜRKİYE

177-Hatice ÖZKOÇ

Muğla Sıtkı Koçman University,
TÜRKİYE

178-Hatime KAMİL ÇELEBİ

Kırklaereli University, TURKEY

179-Andrea URSU

University of Suceava, ROMANIA

180-Gizem CANDAN

Antalya AKEV University, TÜRKİYE

181-Gözde MORGÜL

İstanbul Beykent University,
TÜRKİYE

182-Özlem ÜZÜMCÜ

Hasan Kalyoncu University, TÜRKİYE

183-Gönül AKIN

İstanbul Beykent University,
TÜRKİYE

184-Duysal AŞKUN ÇELİK

City University of New York, UNITED
STATES

185-Ayşe ERSOY

Cape Breton University, CANADA

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

186-Beyza TOKSOY

İstanbul Okan University, TÜRKİYE

187-Sahure Gonca TELLİ

İstanbul Doğu University,
TÜRKİYE

188-Aysun DOĞAN

Başkent University, TÜRKİYE

189-Ayşın PAŞAMEHMETOĞLU

İstanbul Özyeğin Uni. TÜRKİYE

190-Emsal ATEŞ ÖZDEMİR

American University of The Middle
East, KUWAIT

191-Gözde ERSÖZ

Fenerbahçe University, TÜRKİYE

192-Neslihan YAMAN

Yalova University, TÜRKİYE

193-Elif BAKKAL ÖZTOKATLI

İstanbul Biruni University,
TÜRKİYE

194-Yağmur HORTOĞLU

Maynooth University, IRELAND

195-Gül EKİNCİ

Gaziantep University, TÜRKİYE

196-Derya YALÇIN

Nişantaşı University, TÜRKİYE

197-İlknur İSTİFÇİ

Anadolu University, TÜRKİYE

198-Sevda KESKİN

İstanbul Piri Reis University,
TÜRKİYE

199-Zineb BENNIS NECHBA

Sidi Mohamed Ben Abdellah
University, MOROCCO

200-Mehmet BABACAN

İstanbul Medipol University,
TÜRKİYE

201-Tuğba GÖRGÜLÜ

Ankara Bilim University, TÜRKİYE

202-Nicoletta GHIGI

University of Perugia, ITALY

203-Yeşim ÖZER ÖZKAN

Gaziantep University, TÜRKİYE

204-Eda YAZGIN

Doğu Akdeniz University, CYPRUS

205-Dilek ŞİRVANLI ÖZEN

İstanbul Altınbaş Uni. TÜRKİYE

206-Gülçin GÜVEN

Marmara University, TURKEY

207-Tevfik DEMİRÇİFTÇİ

East Stroudsburg University, UNITED
STATES

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

208-Elif Irmak BÜYÜK

İstanbul Medeniyet University,
TÜRKİYE

209-Özlem ATAY

Ankara University, TÜRKİYE

210-Bashar ALMANSOUR

The World Islamic Science and
Education University, JORDAN

211-Ayşegül ÖZ

Hatay Mustafa Kemal University,
TÜRKİYE

212-Muthaloo SUBRAMANIAM

Asia Metropolitan University,
MALAYSIA

213-Joanna ROSAK SZROCKA

Czestochowa University of
Technology, POLAND

214-Justyna ZYWIOLEK

Czestochowa University of
Technology, POLAND

215-Okan YAŞAR

İstinye University, TÜRKİYE

216-Nihan ABİR

Turkish - German University,
TÜRKİYE

217-Nihan AKINCILAR KÖSEOĞLU

Fenerbahçe University, TÜRKİYE

218-Vehbi BAYHAN

İnönü University, TÜRKİYE

219-Paul Anthony MARIADAS

Taylor's University, MALAYSIA

220-Uma MURTHY

Taylor's University, MALAYSIA

221-Nazlı Ayşe AYYILDIZ ÜNNÜ

Ege University, TÜRKİYE

222-Arzu ERGİŞİ BİRGÜL

Presidency of the Supreme Court,
TÜRKİYE

223-Ayşen AKYÜZ

İstanbul Medipol Uni, TÜRKİYE

224-Suguna SINNIHAH

National University of MALAYSIA

225-Gonca Reyhan AKKARTAL

İstanbul Medipol Uni, TÜRKİYE

226-Emel ÇİLİNGİR ALTINER

Çukurova University, TÜRKİYE

227-Yelda Hatice ONGUN

Başkent University, TÜRKİYE

228-Bahrullah SAFI

Acacia University, UNITED STATES

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

229-Jusuf ZEQRİ

See University, MACEDONIA

230-Glenn DAWES

James Cook University, AUSTRALIA

231-Sevda KUŞKAYA

Erciyes University, TÜRKİYE

232-Vita SEMANIUK

West Ukrainian National University,
UKRAINE

233-Seyil NAJIMUDINOVA

Kirgыз - Turkish Manas University,
KIRGYZSTAN

234-Hande UYAR OĞUZ

Bartın University, TÜRKİYE

235-Jihane BAKKALI

Universite Abdelmalek Essaidi,
MOROCCO

236-Liudmyla KOVAL

Vasyl' Stus Donetsk National
University, UKRAINE

237-Nuran BAYRAM ARLI

Bursa Uludağ University, TÜRKİYE

238-Yurdanur YUMUK

Karabük University, TÜRKİYE

239-İnci ERDOĞAN TARAKÇI

Bilecik Şeyh Edebali University,
TÜRKİYE

240-Candide ÇULHAOĞLU ULUDAĞ

İstanbul Beykent University,
TÜRKİYE

241-Burcu ARISOY

İstanbul Beykent University,
TÜRKİYE

242-Khristiyna KHVOROST

Volyn Medical Institute, UKRAINE

243-Gülcan BAŞAR

Giresun University, TÜRKİYE

244-Burak Emre GÜR SOY

İstanbul Altınbaş University,
TÜRKİYE

245-Victoria ARAKELOVA

Russian - Armenian University,
ARMENIA

246-Danijela VASIC

University of Belgrade, SERBIA

247-Mehtap SARIARSLAN

Beykent University, TÜRKİYE

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

**248-Gizem GÜLTEKİN
VARKONYI**

University of Szeged, HUNGARY

249-Yulianna TSVIETKOVA

Taras Shevchenko National Uni. of
Kyiv, UKRAINE

250-Marietta MATINOVIC

Royal Melbourne Institution of
Criminology University, AUSTRALIA

251-Seçil BÜLBÜL

Marmara University, TÜRKİYE

252-Selin SERT SÜTÇÜ

Akdeniz University, TÜRKİYE

253-Bless Maricar B. RAMOS

Ministry of Education,
PHILIPPINES

254-Meryem AKIN

Cardiff Metropolitan University,
UNITED KINGDOM

255-Mazlina Abdul MAJID

Universiti Malaysia Pahang,
MALAYSIA

256-Vu TRINH

Newcastle University, UNITED
KINGDOM

257-Lúcia Lima RODRIGUES

University of Minho, PORTEGUESE

258-Merve MAMACI

Fenerbahçe University, TÜRKİYE

259-Gülşah TIKIZ ERTÜRK

Amasya University, TÜRKİYE

260-Beyhan BAYRAK

Ministry of Education, TÜRKİYE

261-İhsan BAŞTÜRK

Presidency of the Supreme Court,
TÜRKİYE

262-Hayri UYGUN

Recep Tayyip Erdoğan University,
TÜRKİYE

263-Ramazan ERTÜRK

Ministry of Education, TÜRKİYE

264-Bedrettin YAZAN

The University of Texas at San
Antonio, UNITED STATES

265-Fahri BAKIRCI

TOBB ETU, TÜRKİYE

266-Tamari DOLIDZE

Batumi State Maritime Academy,
GEORGIA

YAYIN VE DANIŞMA KURULU

EDITORIAL BOARD

267-Aylin AKINLAR

Bandırma Onyedli Eylül University,
TÜRKİYE

268- Sanar MUHYADDIN

Wrexham Glyndŵr University,
UNITED KINGDOM

269- Duygu TAŞFİLİZ

Altınbaş University, TÜRKİYE

270-Maryam SHAMSAIE

Shiraz University, IRAN

271-Samira RAKI

EMAA B-School, MOROCCO

272-Fatma KALPAKLI

Selçuk University

273-William MOISER

İstanbul Gelişim University,
TÜRKİYE

274- Melisa EBEOĞLU DUMAN

Ufuk University, TÜRKİYE

275-Cut Novita SRIKANDI

Universitas Muhammadiyah,
INDONESIA

276-Justin GIBBINS

Zayed University, UAE

277-Ayşe Beyza ATEŞ

MEF University, TÜRKİYE

278- Zeliha OÇAK

Nişantaşı University, TÜRKİYE

279-Elif SEZGİN

Bursa Uludağ University, TÜRKİYE

280-Radwa OMAR

Misr University for Science &
Technology, EGYPT

281-Gülce DÖLKELEŞ

Antalya AKEV University, TÜRKİYE

282-Seda TURNACIGİL

Toros University, TÜRKİYE

283-Lidia María Romero PUPO

University of Holguín, CUBA

284-Bengisu KOYUNCU

Mimar Sinan Fine Arts University,
TÜRKİYE

285-Dina GHANDOUR

University of Medical Sciences &
Technology, SUDAN



SAYININ HAKEMLERİ

REVIEWERS OF THIS ISSUE



1- Ayşe Beyza ATEŞ

MEF University, TÜRKİYE

2- Özge GÜRSOY ATAR

Beykent University, TÜRKİYE

3- Yasemin POLAT

Ege University, TÜRKİYE

4- Ersin ÇELİKBAŞ

Karabük University, TÜRKİYE

5- Merve MAMACI

Fenerbahçe University,
TÜRKİYE

6- Hacer DOLANBAY

Muş Alparslan University,
TÜRKİYE

7- Aysun KAHRAMAN

Manisa Celal Bayar University,
TÜRKİYE

8- Elif EŞİYOK

Atılım University, TÜRKİYE

**9- Ferhan KUYUCAK
ŞENGÜR**

Eskişehir Technical
University, TÜRKİYE

**10- Şebnem GÜRSOY
ULUSOY**

İstanbul Gelişim University,
TÜRKİYE

11- Ahmet ERKASAP

İstanbul Gedik University,
TÜRKİYE

12- Belis GÜLAY

Maltepe University, TÜRKİYE

13- Seyil NAJIMUDINOVA

Kyrgyz-Turkish Manas
University, KYRGYZSTAN



SAYININ HAKEMLERİ

REVIEWERS OF THIS ISSUE

14- Beyhan ZABUN

Gazi University, TÜRKİYE

15- Gül ALPAR

İstanbul Emniyet Müdürlüğü,
TÜRKİYE

16- Fatma Hürrem SÜNNEY

Giresun University, TÜRKİYE

17- Gülcan BAŞAR

Giresun University, TÜRKİYE

18- Şeyda ERASLAN TAŞPINAR

Atatürk University, TÜRKİYE

19- Emilia ALAVERDOV

Georgian Technical University,
GEORGIA

20- Tinatin ZHORZHOLIANI

Robakidze University,
GEORGIA

21- Nihan AKINCILAR KÖSEOĞLU

Fenerbahçe University,
TÜRKİYE

22- Dilhan APAK

Haliç University, TÜRKİYE

23- Kateryna TRYMA

Institute of Higher Education
of the National Academy of
Educational Sciences of
UKRAINE

24- Ahmet GÖRGEN

İzmir Demokrasi University,
TÜRKİYE

25- Çiğdem ÖZKAN

Çanakkale 18 Mart University
University, TÜRKİYE

26- Radwa OMAR

Misr University for Science &
Technology, EGYPT



SAYININ HAKEMLERİ

REVIEWERS OF THIS ISSUE



27- Sevecen ÇELİK İNCE

Bülent Ecevit University,
TÜRKİYE

28- Neslihan YAMAN

Yalova University, TÜRKİYE

29- Elif SEZGİN

Bursa Uludağ University,
TÜRKİYE

30- Öznur YEMEZ

Selçuk University, TÜRKİYE

31- Özlem ÖZDEN TUNCA

Fenerbahçe University,
TÜRKİYE

32- Gülçin KARADENİZ

29 Mayıs University, TURKEY

33- Ahmad el-BATTAT

Management and Science
University, MALAYSIA

34- Ramazan ERTÜRK

National Education Ministry
of TÜRKİYE

35- Fatmanur ÖZEN

Giresun University, TÜRKİYE

36- Ajda BAŞTAN

Cumhuriyet University,
TÜRKİYE

37- Gülcan DEMİR

Sinop University, TÜRKİYE

38- Justin GIBBINS

Zayed University, United Arab
Emirates

USBED HAKKINDA

ULUSLARARASI SOSYAL
BİLİMLER VE EĞİTİM DERGİSİ
BAHAR 2022 CİLT 4 SAYI 6

Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi (USBED) 2019'da kurulmuştur.

Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Alanlarında yılda iki kez olmak üzere ücretsiz, online, açık erişim yayın yapan akademik ve bilimsel bir süreli Yayıdır.

USBED'de kör hakemlik sistemi uygulanmaktadır.

USBED intihale karşı katı bir yayın anlayışına sahiptir. Makaleler, kaynakçasız olarak intihal programlarında tarandığında en fazla % 20 benzerlik taşınmalıdır. Daha fazla benzerlik taşıyan makaleler yayın için kabul edilmemektedir. Yazar(lar)

makalelerini USBED'e yüklemeyen önce üniversitelerin kullandığı intihal programlarında veya www.intihal.net,

www.turnitin.com.tr,

www.ithenticate.com

gibi intihal programlarında denetlemelidir.

USBED'e gönderilen makaleler başka bir yerde yayınlanmış ya da yayın için sıra bekliyor olmamalıdır.

Yazar(lar) yayımlanmak üzere gönderdikleri makalelerin yayın ve telif hakkını USBED'e devretmeyi peşinen kabul eder. Yazar(lar) bundan dolayı ücret veya başka imtiyaz talep edemezler. Yayımlanmış

makaleler USBED'e ve yazar(lar)a atıf yapmak suretiyle herkes tarafından kullanılabilir.

Makalelerin konu, içerik vb. açılardan üçüncü kişilere ve yasalara karşı tüm sorumluluğu yazar(lar)a aittir.

İLETİŞİM / CONTACT

Web:

1) <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

2) <https://usbed.org/>

Email:

usbedjournal@gmail.com

ABOUT USBED

INTERNATIONAL JOURNAL OF
SOCIAL AND EDUCATIONAL
SCIENCES
SPRING 2022 VOLUME 4 ISSUE 6

International Journal of Social Sciences and Education (USBED) was established in 2019.

It is an academic and scientific periodical which publishes free, online, open access twice a year in the fields of Social Sciences and Educational Sciences.

Blind arbitration system is applied in USBED.

USBED has a solid understanding of broadcasting against plagiarism. When articles are scanned in

plagiarism programs without references, they should have a maximum of 20% similarity.

Articles with more similarity will not be accepted for publication.

The author (s) should check the plagiarism programs used by universities or plagiarism programs such as www.intihal.net, www.turnitin.com.tr,

www.ithenticate.com before uploading their articles to USBED.

Articles submitted to USBED must not be published elsewhere or waiting for a queue for publication.

The author (s) agrees in advance to transfer the publication and copyright of the articles they submit for publication to USBED. The author (s) cannot therefore claim fees or other privileges. Published articles can be used by anyone with reference to USBED and author (s).

Articles, content, etc. In this respect, the third party and all responsibility for the law belongs to the author (s).

İLETİŞİM / CONTACT

Web:

1) <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

2) <https://usbed.org/>

Email:

usbedjournal@gmail.com



İÇİNDEKİLER

CONTENTS



1-1183497

Kral Şakir çizgi filminin içerdiği değerler açısından incelenmesi

Research on the animated movie Kral Şakir according to values education

Gizem SABUNCU TANŞU & Bilal YORULMAZ

1 - 30

2-1220159

Tarih öncesinden gelen bir zanaat: Kastamonu'da geleneksel Küçüksu Caba üretimi

An art from prehistory: Küçüksu traditional Caba production in Kastamonu

Rabia AKTAŞ

31 - 64

3-1218273

Impacts of COVID-19 on Unemployment: Bangladesh Perspectives

Md Ikhtiar Uddin BHUIYAN, Md Meshkat MOLLIK & Most. Arafat Jahan TULY

65 - 92

İÇİNDEKİLER

CONTENTS

4-1229044

Viral pazarlama: Avantajları, zorlukları ve stratejileri üzerine kavramsal bir çerçeve

Viral marketing: A conceptual framework on its advantages, challenges and strategies

Yasemin GEDİK

93 - 124

5-1207154

The importance of aviation safety in terms of human resources management in air cargo transportation

Canan TİFTİK & Elçin YAKUPOĞLU

125 - 146

6-1241660

Algılanan dönüştürücü liderlik tarzının iş performansı üzerindeki etkisinde akış deneyiminin aracılık rolü: Akademisyenler üzerinde bir araştırma

The mediating role of flow experience on the interaction between perceived transformational leadership and job performance: A research on academicians

Sezer Cihan GÜNAYDIN KESKEN, Zeynep Merve ÜNAL & Ömer Erdem KOÇAK

147 - 170

İÇİNDEKİLER

CONTENTS

7-1245859

Post-truth döneminde sosyal medya ile yerinden edilen gerçeklik ve hakikat

Reality and truth distorted by social media in the post-truth period

Sıla TÜRK

177 - 186

8-1248109

Workplace aggression and violence

Merve MAMACI

187 - 212

9-1244420

Cumhuriyet'in ilânından günümüze Türkiye'de siyasetin ve eğitim politikalarının sanat eğitime etkisi

Impact of political issues on Türkiye's contemporary art of education dating back to proclamation of the republic

Ersin AYDIN & Seda LİMAN TURAN

213 - 242

10-1246275

Interaction and development of university and society through the prism of social responsibility

Kateryna TRYMA & Volodymyr RYABCHENKO

243- 258

İÇİNDEKİLER

CONTENTS

11-1251803

**A thematic analysis of YouTube comments on 2020
Turkish–Greek border crisis: The case of Euronews**

Gürcan ŞEKER

259 - 288

12-1252407

Russia’s strategic interest in post-Soviet countries

Emilia ALAVERDOV & Liza AMILAKHVARI

289 - 298

13-1251873

**Slow Tourism as a tool for sustainable tourism
development post-pandemic**

Viana HASSAN & Simon Abou FAYAD

299 - 316

14-1252987

**Üniversite öğrencileri örneğinde; okul tükenmişliği
ile yalnızlık algısı arasında sosyal medya
bağımlılığının aracı rolü**

The mediating role of social media addiction between school
burnout and the perception of loneliness: In a sample of university
students

Orhan KAYA, Şeyma KAYA & Muhammed Emin SOYDAN

317 - 336

Editörden

Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi - USBED'in 5. cildini ve 8. sayısını yayımlamış olmaktan dolayı çok mutluyuz.

Yoğun bir emek ve çaba sonucu yayımlanan bu sayı için dergimize 24 makale başvurusu gelmiş olup bunlardan 14'ü hakem değerlendirmeleri sonucunda kabul edilmiş, 10'u ise kabule uygun bulunmamıştır.

Bu sayıda kabul edilen ve reddedilen makalelerde toplam 41 yazar ve 38 hakem görev almıştır.

Sayının hazırlanmasında emeği geçen yazarlara ve hakemlere, editör ve bilim kurulu üyelerine içtenlikle teşekkür ediyorum.

Dergimizin bu sayısının bilim dünyasına katkı sunması temennisiyle..

Prof. Dr. Aytekin
DEMİRCİOĞLU
Baş Editör

Introduction

We are very happy to have published the 5th volume and 8th issue of the International Journal of Social and Educational Sciences - IJSES.

For this issue, which was published as a result of intense effort, 24 articles application were received in our journal, 14 of which were accepted as a result of reviewers' evaluations, and 10 of them were not found suitable for acceptance.

A total of 41 authors and 38 reviewers took part in the accepted and rejected articles in this issue.

I sincerely thank the authors, reviewers, editors and members of the scientific board who contributed to the preparation of the issue.

Hoping that this issue of our journal will contribute to the scientific world.

Prof. Dr. Aytekin
DEMİRCİOĞLU, Ph.D.
Editor in Chief

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

17/10/2022

Kabul Tarihi / Accepted Date:

22/12/2022

Kral Şakir çizgi filminin içerdiği değerler açısından incelenmesi

Gizem SABUNCU TANŞU¹ & Bilal YORULMAZ²

Öz

Çizgi filmler, çocukların vazgeçilmezi konumundadır. Bilgi verme ve eğlendirme yanında çizgi filmlerin bir de değer aktarımı rolü bulunmaktadır. Çizgi filmler çocukların hayal dünyasını zenginleştirirken çizgi film kahramanları rol model olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocuk, sevdiği çizgi filmdeki kahramanı kendine örnek alarak olumlu ve olumsuz davranışlarını gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Bu nedenle çocuğun izlemesini tercih edeceğimiz çizgi filmler uzman görüşü alınarak ailenin filtresinden geçmelidir. Bu düşünceden yola çıkarak ortaya çıkan bu çalışma nitel bir araştırma olup durum çalışması deseni kullanılmıştır. Cartoon Network kanalında 2016 yılında yayınlanan *Kral Şakir* çizgi filminin rastgele seçilen 60 bölümü *Kral Şakir* Youtube kanalında incelenmiştir. Görsel ve sözel iletiler bulgular kısmında birlikte gösterilmiştir. Araştırma sonucunda incelenen bölümlerde toplam 688 olumlu değere rastlanırken 286 olumsuz davranışa ilişkin örnekle karşılaşılmıştır. En sık tekrarlanan üç değer yardımlaşma, nezaket ve Türk kültürüne ait motiflere yer verme; en az tekrar edilen üç değer ise kanaatkârlık, tutumluluk ve takdir etme olduğu görülmüştür. En sık tekrarlanan üç olumsuz davranış öfkeli olma, hakaret etme ve hırslı olma; en az tekrar edilen üç olumsuz davranış ise kavga etme, iftira atma ve tehlikeli madde kullanımındır. *Kral Şakir* çizgi filminin incelenen bölümlerinde olumsuz değerlere ilişkin örneklere rastlanmasına rağmen çizgi filmin genelde olumlu bir yapıda olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Medya, Çizgi film, Animasyon, Değerler

¹ Öğretmen; Milli Eğitim Bakanlığı, Şanlıurfa, Türkiye

E-mail: gizemsabuncu3917@gmail.com

ORCID: 0000-0002-1969-7755

² Doç. Dr.; Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sınıf Öğretmenliği ABD. İstanbul, Türkiye

E-mail: bilal.yorulmaz@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3456-0797

Atf İçin / For Citation: SABUNCU TANŞU, G. & YORULMAZ, B. (2023). *Kral Şakir* çizgi filminin içerdiği değerler açısından incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 1-30. <https://dergipark.org.tr/pub/usbed>

Research on the animated movie *Kral Şakir* according to values education

Abstract

Cartoons are indispensable for children. In addition to entertaining and imparting information, cartoons also serve a role in value transfer. While cartoons enrich the imagination of children, cartoon heroes also appear as role models. The child tries to emulate their hero's positive and negative behaviors, taking the hero in their beloved cartoon as an example. In these cases, the cartoons that we prefer the child to watch should be filtered by the family, taking into account an expert opinion. This is a qualitative study using case study design. 60 randomly selected episodes of Kral Şakir were reviewed, originally broadcast on the Cartoon Network channel in 2016 and retrieved from the Kral Şakir YouTube channel. Visual and verbal messages are shown together in the findings section. As a result of the research, a total of 688 positive values and 286 negative behavior samples were encountered in the examined sections. The three most frequently repeated values are solidarity, kindness, and included motifs of Turkish culture. The three least repeated positive values were conviction, frugality, and appreciation. The three most frequent negative behaviors were being angry, insulting, and ambitious, while the three least repeated negative behaviors were fighting, slandering, and dangerous substance use. Although examples of negative values were found in the examined sections of the Kral Şakir cartoon, it was observed that the cartoon was generally positive overall.

Key Words: Media, Cartoon, Animated movie, Values

GİRİŞ

Anne karnında başlayan değerler eğitimi yaşamın her döneminde önemli bir yere sahiptir. Ailede başlayıp okulda devam eden değerler eğitimini olumlu ve olumsuz çevre faktörleri etkilemektedir. Çocukların erken yaşlarda tanıştıkları kitle iletişim araçları ise değerler eğitimi açısından önemli çevre faktörlerindedir. Çocuklar okul dışında en çok kitle iletişim araçlarından televizyon, telefon, tablet ve internetle vakit geçirmektedir.

Radyo Televizyon Üst Kurulu RTÜK (2006, 2) tarafından yapılan İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması'nda en çok tercih edilen boş zaman etkinliklerinde televizyon izlemek %64.6 oran ile ikinci sırada yer alırken en çok tercih edilen program türünün çizgi film (%72) olduğu belirtilmiştir. Televizyonun her evde bulunması, birçok duyu organımıza hitap etmesi gibi nedenler göz önünde bulundurulduğunda çocukları etkilemesi olağan görülmektedir. RTÜK'ün yaptığı bir diğer araştırma olan "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık" araştırması, bu durumu desteklemektedir. RTÜK (2018, 92), araştırmasında

10-11 yaş grubu öğrencilerin yarısından fazlasının haftanın her günü televizyon izlediğini belirtmektedir.

Çizgi filmlerin çocukların değerler eğitimine katkısı çeşitli araştırmalarda incelenmiştir. Güden Altmış, araştırmasında çocukların olumlu değerleri kazanması bakımından çizgi filmlerin oldukça zengin olduğunu belirtmektedir (2021a, 140). Şen ise Türk yapımı animasyonların Türk toplum yapısına uygun olduğundan dolayı değerler açısından zengin olduğu sonucuna ulaşmıştır (2020, 130). Karaca, araştırmasında *Ramazan Tayfa*³ çizgi filminin eğlendirirken birçok değeri başarıyla aktardığını belirtmektedir (2019, 158). Şahin (2019, 115), araştırmasında *Rafadan Tayfa* çizgi filminde en çok aktarılan değerlerin özdenetim olduğunu belirtmiştir. Yorulmaz (2013b, 447) ise, çalışmasında *Pepee* çizgi filmini inceleyerek olumlu özelliklerin yanında Pepee karakterinin çocukların değerler eğitimini olumsuz etkileyeceği sonucuna ulaşmıştır. Karakuş (2015, 265), araştırmasında *Niloya* çizgi filminin değerler yönünden zengin olduğunu belirtmektedir. Çimen (2019, 115) ise *Rafadan Tayfa* ile ilgili çalışmasında olumlu değerlerin ebeveyn üzerinden değil de mahalle kültürü üzerinden verildiğini ortaya koymuştur. Turp Özdemir (2020) meta analiz çalışmasında çizgi filmlerin eğitimi olumlu etkilediğini belirtmiştir. Literatür taraması sonucunda, ülkemizde bu alanda yapılan araştırmaların birçoğunun kamu kuruluşu olan TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmler üzerine olduğu görülmektedir. Bunlardan hareketle araştırmamız alana katkı sağlamak amacıyla Grafi2000 Productions yapımı olan ve 2016 yılında ilk kez özel bir çocuk kanalında yayınlanan *Kral Şakir* çizgi filminin değerler eğitimi açısından incelenmesine odaklanmıştır. Araştırmanın problem cümlesi “*Kral Şakir* çizgi filminde hangi olumlu değerler ve olumsuz davranışlar ne sıklıkta yer almaktadır? *Kral Şakir* çizgi filmine ilişkin ilkökul 4. Sınıf Öğrencilerin görüşleri nelerdir” şeklinde ifade edilmiştir. Problem cümlesi çerçevesinde aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. *Kral Şakir* çizgi filmindeki olumlu değerler hangileridir ve bu değerlerin çizgi film içindeki geçiş sıklıkları nasıldır?

³ Ramazan Tayfa çizgi filmi, Rafadan Tayfa çizgi filminin Ramazan ayına özel yayınlanan bölümlerini içermektedir.

2. *Kral Şakir* çizgi filmindeki olumsuz davranışlar hangileridir ve bu değerlerin çizgi film içindeki geçiş sıklıkları nasıldır?
3. *Kral Şakir* çizgi filmini izleyen orta çocukluk dönemi öğrencilerinin çizgi filmde geçen değerlere ilişkin görüşleri nelerdir?

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu çalışma nitel bir araştırmadır. Çalışmada durum çalışması deseni kullanılmıştır. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, 41). Durum çalışması ise; “nasıl” ve “niçin” sorularını temel alan, olayları derinlemesine incelemeyi sağlayan bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, 289). Araştırmada Cartoon Network kanalında yayınlanan *Kral Şakir* çizgi filmindeki değerler durum olarak kabul edilmiş ve hangi değerlerin çizgi film süresince ne sıklıkta geçtiği ve çocukların bu değerleri nasıl algıladıkları incelenmiştir.

Evren-Örneklem ve Çalışma Grubu

Çalışma grubu, bütün evreni çalışmak yerine, evreni temsil etme gücüne sahip sınırlı sayıda birey, olay veya olguyu araştırma kapsamına dâhil etmektir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, 113)

Araştırma çalışma grubu Şanlıurfa ili Haliliye ilçesine bağlı resmi bir ilkokulda öğrenim gören 4. Sınıf (9-10 yaş aralığı) öğrencileri olarak belirlenmiştir.

2016 yılında yayınlanmaya başlayan, 169 bölümü yayınlanmış ve halen devam eden *Kral Şakir* çizgi filminin rastgele seçilmiş altmış bölümü de örneklem olarak kabul edilmiştir. Araştırma örneklemini yayınlanan 169 bölümün %35’ini kapsamaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama araçları olarak araştırmacı tarafından oluşturulan değerler ve değerlerin geçtiği süreleri içeren Çizgi Film Değerlendirme Formu kullanılmıştır. Çizgi film değerlendirme formu oluşturulurken çizgi film bölümleri iki kere izlenmiş, kodlar ve temalar oluşturulmuştur. Diğer bir deyişle kodlar ve temalar oluşturulurken verilerden çıkarılan kavramlara göre kodlama (Strauss ve Corbin, 1990 akt. Yıldırım ve Şimşek, 2016, 232) yapılmıştır. Bu kod ve temalar üzerinden bölümler üçüncü kez izlenmiş ve veriler elde edilmiştir.

Çalışmada ayrıca öğrencilerin *Kral Şakir* çizgi filminde hangi değerleri ve olumsuz davranışları fark ettiklerini öğrenmek amacıyla açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu soruları araştırmacı tarafından yazılmış, değerler eğitimi alanında uzman bir araştırmacı tarafından kontrol edilmiş ve uzman görüşleri çerçevesinde son şeklini almıştır. Pilot uygulamada öğrencilerin soruları anlamakta zorlanmadıkları görülmüştür.

Geçerlik ve Güvenirlik

İç Güvenirlik: Çalışma sürecinde kodlama güvenilirliğinin sağlanması/tespit edilmesi amacıyla araştırmacı ve uzman görüşü ile kodlama süreci gerçekleştirilmiştir. Creswell, nitel araştırmalarda güvenilirliğin sağlanması için araştırmacının kodlarının belirgin olmasına ve görüş birliğine ihtiyaç olduğunu belirtmektedir (2021, 255). Bu bakış açısına dayalı olarak, uzman ve araştırmacının kodları karşılaştırılarak görüş birliği alınan değerler ve değerlerin geçtiği süreler dikkate alınmıştır. Araştırmacı ve uzmanın görüş ayrılığına düştüğü bölümler tekrar izlenerek ortak bir karara varılmıştır. Birlikte yapılan değerlendirmeler görüş ayrılığı olan kodlamalar son bulana kadar devam etmiştir. Tüm kodlamalarda görüş birliği sağlandıktan sonra film tekrar izlenmiş ve kodlamalar yenilenmiştir. Araştırmanın iç güvenilirliğini sağlamada uzman ve araştırmacının ortak görüşleri esas alınmıştır.

Dış Güvenirlik: Nitel araştırmalarda güvenilirlik denildiğinde akla ilk inandırıcılık gelmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, 277). Çalışma grubu, veri toplama ve verileri analiz süreci ayrıntılı biçimde tanımlanmıştır. Araştırmacı, araştırmanın tüm

aşamalarına ait önlemleri belirtmiştir. Çalışmamızda güvenilirliğin sağlanması adına doğrudan alıntılar ve uzman incelemesi kullanılmıştır. Çalışmaya ait tüm veriler araştırmacı tarafından muhafaza edilmektedir.

İç Geçerlik: Araştırmada uzman yardımı ile hazırlanmış olan Çizgi Film Değerlendirme Formu ve yarı yapılandırılmış görüşme formu gibi birden fazla veri aracı kullanılarak iç geçerliliğin artırılması hedeflenmiştir. Betimsel analiz kullanılan bir araştırmada doğrudan alıntılara yer verilerek geçerliliğin artırılması sağlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, 270). Çalışmamızda incelenen 60 bölüm çerçevesinde *Kral Şakir* çizgi filmine ait değerler, olumsuz davranışlar ve çocukların *Kral Şakir* çizgi filmine ait düşünceleri değerlendirilmiş ve bu durumlara ilişkin ilgili örnekler doğrudan verilmiştir. Öğrencilerle yüz yüze yapılan yarı yapılandırılmış görüşme esnasında her öğrenci için yeterli zaman ayrılmış ve konuya ilişkin ayrıntılı bilgi toplanılması hedeflenmiştir. Araştırmacı, çalışmaya ilişkin tüm verileri düzenli olarak kayıt altına almıştır.

Dış Geçerlik: Nitel araştırmada nicel araştırmadaki gibi bir geçerlilik söz konusu değildir. Nitel araştırmalarda, aynı türden başka bir araştırma yapılması durumunda nicel araştırmadaki gibi aynı bilgilere ulaşılması yerine benzer bilgilere ulaşılması beklenilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, 270). Çalışmaya ilişkin tüm bilgiler ayrıntılı olarak tanımlanmıştır. Böylece başka araştırmacılara da benzeri bir çalışma yapma imkânı tanınmıştır.

Verilerin Analizi

Kral Şakir çizgi film bölümleri ve öğrenci görüşmelerinden elde edilen veriler içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir. “İçerik analizinde amaç toplanan verilerin bir biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanmasıdır.” (Yıldırım ve Şimşek, 2016, 242)

Çizgi filmde yer alan değerlerin ve olumsuz davranışların sıklıkları, yüzdeler halinde ve hangi bölümlerde yer aldıkları tablolar halinde ifade edilmiştir. Değerler ve olumsuz davranışlar belirlenirken çizgi film bölümlerinin olağan akışı ve çizgi filmlerde değer analizi yapan tüm çalışmalar dikkate alınmıştır. Bölümlerdeki değerlere ilişkin örnek iletiler her tablonun altında yer almaktadır.

Öğrenci görüşmelerine ilişkin bulgular ise ana temalar ve kodlar halinde tablolarda gösterilmiştir. Öğrenci kodlaması ise öğrencilerin cinsiyetlerine göre şekillenmiştir. E, erkek; K, kız öğrencileri ifade etmek üzere E₁,K₁,E₂,K₁... şeklinde öğrenci kodları oluşturulmuştur. Öğrencilerin görüşme sorularına ilişkin örnek cümleleri ise tabloların altında doğrudan alıntı şeklinde belirtilmiştir.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde değerler açısından incelenen *Kral Şakir* çizgi filminden elde edilen bulgular değerlerin ve olumsuz davranışların sıklıklarına göre tablolar halinde sunulmuştur. Değerlere ve olumsuz davranışlara ilişkin örnek sözel ve görsel iletiler ise tabloların altında ifade edilmiştir.

Kral Şakir Çizgi Filminde Yer Alan Değerlere İlişkin Bulgular

Bu bölümde *Kral Şakir* çizgi filminde yer alan değerlere ilişkin frekans, yüzde ve değerlerin geçtiği bölüm numaraları bilgilerine yer verilecek, değerlerle ilgili örnek iletiler sunulacaktır.

Tablo 1

Kral Şakir çizgi filminde yer alan olumlu değerlere ilişkin frekanslar ve yüzde dağılımı

Değerler	Olumlu Değerlerin Geçme Sıklığı	%	Değerlerin Yer Aldığı Bölümler
Yardımlaşma	135	%19,6	1,3,4,7,8,9,11,12,14,18,23,24,25,26,27,30,36,37,43,52,56,57,58,59,60,66,69,70,72,73,74,80,81,87,91,91*,99,80,102,105,114,117,118,170,128,131,141,142,143,152,153,157,162,163,167
Nezaket	120	%17,4	1,3,4,7,8,9,11,12,14,18,23,24,25,26,30,36,43,56,57,58,59,60,61,65,66,69,72,80,81,91,91*,99,102,104,105,114,117,118,128,131,137,141,142,143,151,152,153,157,163,167,170

Türk Kültürüne Ait Motiflere Yer Verme	74	%10,8	1,4,7,8,9,11,12,18,23,24,26,30,36,37,43,52,57,58,59,61,65,66,69,70,72,73,74,80,81,87,91,102,105,109,117,118,128,131,141,151,153,157,162,163
Dürüstlük	54	%7,8	4,9,12,23,25,30,52,69,70,73,74,87,104,109,114,117,118,128,137,141,142,143,157,163,167,170
Sevgi	49	%7,1	1,4,7,11,14,24,36,43,52,56,57,58,61,70,73,74,91,81,87,91*,109,105,114,118,131,151,152,153,157,87,18
Sorumluluk	47	%6,8	3,7,9,11,12,25,37,56,57,65,66,70,73,74,80,91*,102,104,105,114,117,118,128,131,137,141,143,151,167,170
İş birliği	32	%4,7	1,7,8,24,26,27,30,36,58,61,65,66,81,87,91,105,114,118,128,137,141,143,152,153
Dostluk	21	%3,1	4,7,23,27,52,60,61,73,74,81
Saygı	20	%2,9	8,11,56,57,58,60,73,91,109,105,117,128,163
Özgüven	18	%2,6	1,4,8,11,12,18,70,74,99,109,128,141,152,157
Temizlik	17	%2,5	1,9,11,27,30,36,60,65,69,167
Paylaşma	15	%2,2	24,25,66,91,80,81,91*,99,128,131,157,162
Çalışkanlık	14	%2	7,8,18,36,58,60,66,70,73,87,91,142,151
Sabır	12	%1,7	3,24,70,91,114,142,162,163,26,25
Dini Motiflere Yer Verme	11	%1,6	3,4,7,52,57,59,60,66,72
Çevreyi Koruma	9	%1,3	24,27,30,58,152
Pişmanlık	8	%1,2	25,37,81,117,153,167
Güvenilir Olma	6	%0,9	14,25,57,73,118,162
Adalet	6	%0,9	11,12,30,105,118,137

Hoşgörü	6	%0,9	1,36,11,142
Misafirperverlik	5	%0,7	8,24,61,73,137
Empati	3	%0,4	1,65,87
Barışçıl Olma	3	%0,4	18,109,152
Takdir Etme	1	%0,3	3,11
Tutumluluk	1	%0,1	4
Kanaatkarlık	1	%0,1	66
688		%100	60 Bölüm

Tabloda görüldüğü üzere Kral Şakir çizgi filminin incelen 60 bölümünün 56'sında yardımlaşma değerine ilişkin sözel ve görsel iletilere 135 kez rastlanmaktadır. Yardımlaşma değeri çizgi filmde yer alan tüm değer iletilerinin %19,6'sını oluşturmaktadır. Örneğin, 9. bölümde (2:03-2:40) Kadriye temizlik yaparken düşüp ayağını kırdığı için ev temizliğini Remzi ve Şakir yapmaktadır. 43. bölümde (8:42-9:42) Mirket, herkesin yakalandığı dinazor gribine panzehir hazırlayarak herkesin iyileşmesini sağlamaktadır. 60. bölümde (2:12-2:21) Dünya, gezegenler tarafından dışlanan Plüton'a yuva olmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin incelenen 60 bölümünün 51'inde nezaket değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 120 kez rastlanmaktadır. Nezaket değeri tüm değerlerin %17,4'ünü oluşturmaktadır. Örneğin, 23. bölümde (3:24-3:26) Necati, gece Remzilerde kalmak için Remzi'nin ailesinden izin istemektedir. 105. bölümde (0:50-0:52) Şakir, ailece gezmeye çıkıldığında "Lütfen raftinge gidelim." demektedir. 142. bölümde (10:58-11:02) Remzi öfke kontrolü için yardım aldığı Necati'den özür dilemektedir.

Kral Şakir çizgi filminin incelenen 60 bölümünün 44'ünde Türk kültürüne ait motiflere ilişkin sözel veya görsel iletilere 74 kez rastlanmaktadır. Türk kültürüne ait motiflere yer verme tüm değerlerin %10,8'ini oluşturmaktadır. Örneğin, 9. bölümde (0:58-1:02) Şakir, Remzi ve Necati, pehlivanlarla ilgili atari oynayacaklarını ifade etmektedir. 102. Bölümde (6:30-6:35) Balondan yola çıkarak Kapadokya'dan bahsedilmektedir. 153.

bölümde (10:56-10:58) Mirket'in yeni doğan bebeğinin kundağında yarım altın bulunmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 44'ünde dürüstlük değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 54 kez rastlandığı görülmektedir. Dürüstlük değeri tüm değerlerin %7,8'ini oluşturmaktadır. Örneğin, 25. bölümde (7:49-8:10) Şakir, "Evin bütçesini doğru kullanamadım." demektedir. 109. bölümde (4:52-4:59) Necati, Şakir'in futbol oynarken elinden geleni yapmadığını söylemektedir. 118. Bölümde (11:41-11:53) Sınıf başkanı seçimlerinde akbabalar hile yaptıklarını itiraf etmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin incelenen 60 bölümünün 30'unda sevgi değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 49 kez rastlanmaktadır. Sevgi değeri tüm değerlerin %7,1'ini oluşturmaktadır. Örneğin, 73. bölümde (3:04-3:08) Remzi, kızı Canan'ın sorumluluklarına bağlılığını sevdiğini belirtmektedir. 153. bölümde (8:25-8:32) Necati, köprünün halatlarına sevgi sözleri söyleyerek kopmasına engel olmaya çalışmaktadır. 157. bölümde (9:18-9:45) Necati doğum gününü kutlayan tüm arkadaşlarına "Sizi çok seviyorum." demektedir.

Kral Şakir çizgi filminin incelenen 60 bölümünün 30'unda sorumluluk değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 47 kez rastlandığı görülmektedir. Sorumluluk değeri tüm değerlerin %6,8'ini oluşturmaktadır. Örneğin, 7. bölümde (3:52-4:12) Remzi, çalışmayan arabası Bırıcık'a "Senin bizi bir yerden bir yere götürmek görevin." demektedir. 65. bölümde (2:45-2:55) Kadriye ve Remzi, dışarıya çıkacakları için çocukları Nazmiye Teyze'ye emanet etmektedirler.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 24'ünde iş birliği değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 32 kez rastlandığı görülmektedir. İş birliği değeri tüm değerlerin %4,7'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 24. bölümde (4:15-4:22) Şakir, Remzi ve Necati; esrarengiz kanepenin içine düşen Canan'ı aramak için kanepenin içine girmektedir. 27. bölümde (9:55-10:00) patatesler, fabrika atıklarını köyden uzaklaştırmak ve belediyeye götürmek için Necati ve arkadaşlarına (?) yardım etmektedir. 30. bölümde (3:30-3:35) Remzi denize düşen kamerasını bulmak için Necati ile dalış yapmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 10'unda dostluk değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 21 kez rastlandığı görülmektedir. Dostluk değeri tüm değerlerin %3,1'ini oluşturmaktadır. Örneğin, 23. bölümde (10:05-10:16) Gizemli komşu Cüneyt artık korkulacak bir insan değil bir dost olmaktadır. 52. bölümde (1:30-12:20) Kadriye, Remzi ve Necati arasındaki ilişkiyi kıskanması nedeniyle onların bir süre ayrı kalmasını istemekte; fakat Necati ve Remzi asla ayrı kalamamaktadır. 60. bölümde (2:12-2:21) gezegen olmaktan çıkarılan Plüton'a Dünya dostluk etmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 13'ünde saygı değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 20 kez rastlandığı görülmektedir. Saygı değeri tüm değerlerin %2,9'sini oluşturmaktadır. 58. Bölümde (6:45-6:50) Remzi'nin Dünya'ya Dünya Bey diyerek hitap ettiği görülmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 14'ünde özgüven değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 18 kez rastlandığı görülmektedir. Özgüven değeri tüm değerlerin %2,6'sını oluşturmaktadır. Örneğin, 4. bölümde (5:36-5:56) Şakir, Remzi ve Necati; sağlıklı sebzelere kaçmak için fastfoodların gösterdikleri tencere gibi görünen bir boyut kapısından korkmadan fastfoodlardan önce geçmektedir. 11. bölümde (4:20-4:22) Necati, okuldaki küçük bir çocuğa "Ufaklık senden daha iyi basketbol oynuyorum." demektedir. 70. bölümde (5:40-5:46) Şakir, çikolata fabrikasını kurtarmak için öne atılmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 10'unda temizlik değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 17 kez rastlanmaktadır. Temizlik değeri tüm değerlerin %2,5'ini oluşturmaktadır. Örneğin, 9. bölümde (8:26-8:41) Remzi ve Şakir, Kral Comollokko'nun kirli sarayını temizlemektedir. 11. bölümde (8:10-8:20) öğretmen, herkesin kamp alanını temizlemesi gerektiğini söylemektedir. 30. bölümde (5:15-5:18) Şakir ve Canan, denizdeki çöpleri temizlemek adına çaba göstermektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 12'sinde paylaşma değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 15 kez rastlandığı görülmektedir. Paylaşma değeri tüm değerlerin %2,2'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 25. bölümde (11:08-11:10) ev ekonomisi konusunda Şakir'e yardım eden Remzi son olarak kalan 20 lirayı da oğluna

vermektedir. 80. bölümde (3:35-3:51) Tanju, Necati'ye "Yemeğini sokak köpekleriyle paylaşmalısın." demektedir.

Kral Şakir çizgi filminin incelenen 60 bölümünün 13'ünde çalışkanlık değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 14 kez rastlandığı görülmektedir. Çalışkanlık değeri tüm değerlerin %2'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 7. bölümde (8:56-10:00) pembe araba, hurdalıktaki yaşlı arabaların ihtiyaçlarını karşılamak için gece gündüz çalışmaktadır. 91. bölümde (10:55-11:01) arıların çok çalışkan varlıklar oldukları belirtilmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 10'unda sabır değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 12 kez rastlandığı görülmektedir. Sabır değeri tüm değerlerin %2'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 3. bölümde (5:45-5:57) Necati, tuvalet sırasının ona gelmesini sabırla beklemektedir. 142. bölümde (6:03-6:19) öfke kontrolü eğitimi alan Remzi, sırasının gelmesini sabırla beklemektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 9'unda dini motiflere yer veren sözel veya görsel iletilere 11 kez rastlandığı görülmektedir. Dini değerlere yer verme tüm değerlerin %1,7'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 3. bölümde (3:16-3:18) Kadriye, Peyami Dede'nin davranışları için "Hayırdır." ifadesini kullanmaktadır. 66. bölümde (2:07-2:09) Necati, Mirket'in yüz maskesindeki salatalığı "Helal et" diyerek yemektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 5'inde çevreyi koruma değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 9 kez rastlanmaktadır. Çevreyi koruma değeri tüm değerlerin %1,3'ünü oluşturmaktadır. Örneğin, 30. bölümde (1:00-1:15) Marmara Denizi'ndeki çöplere dikkat etmek amacıyla bir yarışma düzenlenmektedir. 24. bölümde (4:35-4:37) "Doğayı sev, yeşili koru." ifadesine yer verilen sahne bulunmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 6'sında pişmanlık değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 8 kez rastlandığı görülmektedir. Pişmanlık değeri tüm değerlerin %1,2'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 37. bölümde (12:43-12:46) Şakir, sınavına çalışmadığı için pişman olmaktadır. 153. bölümde (9:25-9:28) Keçiler, köprüden geçerken birbirlerine yol vermeyerek insanları zor durumda bıraktıkları için pişmanlık yaşamaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 6'sında güvenilir olma değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 6 kez rastlandığı görülmektedir. Güvenilir olma değeri tüm değerlerin %0,9'unu oluşturmaktadır. Örneğin 25. bölümde (10:55-10:57) Kadriye, evin

sorumluluğunda babasından destek alarak başarılı olan Şakir'e güvendiğini belirtmektedir. 57. bölümde (11:45-11:50) uzaylı kılığındaki Mirket, uzaylı çaycıya "Sana güveniyorum, yapabilirsin" demektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 6'sında adalet değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 6 kez rastlandığı görülmektedir. Adalet değeri tüm değerlerin %0,9'unu oluşturmaktadır. Örneğin, 105. bölümde (14:43-14:45) gerçek Brütüs'ün gelmesiyle Necati, "Sezar'ın hakkı Sezar'a" sözünü söylemektedir. 137. bölümde (9:14-9:17) civeiv takımı oyuncularından el yapımı olduğu için en yaratıcısı Necati'nin karton oyuncacı seçilmekte ve Necati'ye hakkı verilmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 4'ünde hoşgörü değerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 6 kez rastlandığı görülmektedir. Hoşgörü değeri tüm değerlerin %0,9'unu oluşturmaktadır. Örneğin, 18. bölümde (10:21-11:00) Canan, hırs yaparak kendini kaybettiğinin farkına vardıktan sonra hoşgörünün öneminden bahsetmektedir. 114. bölümde (10:14-10:16) mahalle sakinleri, kurt ailesine hoşgörülü davranmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün beşinde misafirperverlik, üçünde empati, üçünde barışçıl olma, ikisinde takdir etme, birinde tutumluluk ve birinde kanaatkarlık değerlerine ilişkin sözel veya görsel iletilere 14 kez rastlandığı görülmektedir. Bu değerler tüm değerlerin %2,2'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 8. bölümde (3:00-3:24) Canan, sınıf arkadaşlarının onunla neden grup olmak istemediklerini düşünmek için empati kurmaktadır. 8. bölüm (1:19-1:31), 24. bölüm (1:22-1:25), 61. bölüm (2:07-2:12) ve 137. bölümde (1:50-2:00) Kadriye'ye misafir gelmektedir. 109. bölümde (5:10-5:18) Şakir, önemli olan kazanmak değil katılmak ifadesini kullanmaktadır.

Kral Şakir Çizgi Filminde Yer Alan Olumsuz Davranışlara İlişkin Bulgular

Bu bölümde *Kral Şakir* çizgi filminde yer alan olumsuz davranışlara ilişkin frekans, yüzde ve davranışların geçtiği bölüm numaraları bilgilerine yer verilmekte, olumsuz davranışlarla ilgili örnek iletiler sunulmaktadır.

Tablo 2

Kral Şakir çizgi filminde yer alan olumsuz davranışlara ilişkin frekanslar ve yüzde dağılımı

Olumsuz Davranışlar	Olumsuz Davranışların Geçme Sıklığı	%	Olumsuz Davranışların Geçtiği Bölümler
Öfkeli Olma	28	%9,8	1,3,23,25,36,37,61,65,73,80,91*,105,117,128,142,151,153
Hakaret	22	%7,7	3,11,43,47,58,59,60,61,65,69,72,73,91*,104,118,151,170
Hırs	19	%6,6	3,8,11,12,24,26,30,60,74,105,141,151,167
Alay Etme	18	%6,3	9,11,12,18,27,30,60,65,70,131,162,167,170
Sabırsızlık	17	%5,9	1,3,12,18,57,60,66,80,117,128,153,162,163
Kibir	15	%5,2	11,30,72,74,91*,114,128,137,152,163
Aldatma	15	%5,2	7,9,11,24,56,57,59,70,73,128,131,137,162
Hile	14	%4,5	8,11,30,73,74,87,118,137,143,151,167
Bencillik	13	%4,5	1,3,7,8,36,57,73,131,137,141,143,163
Küçümseme	12	%4,2	3,9,11,12,25,57,61,66,151,162
Çıkarıcılık	12	%4,2	1,7,12,23,61,69,114,117,142,163
Tehdit	11	%3,8	3,8,11,27,57,58,59,72,91*,167,170
Umutsuzluk	9	%3,1	12,30,37,74,102,118,152
Kıskançlık	8	%2,8	7,26,36,52,74,80,81
Saygısızlık	8	%2,8	23,25,26,36,52,56,65,91
Mızıkçılık	6	%2,1	30,109,141
Yalan Söyleme	6	%2,1	69,73,137
Lakap Takma	6	%2,1	12,61,80,141,163
Özgüven eksikliği	5	%1,7	109,118
Şiddet	4	%1,4	3,9,11,14
Bahane Bulma	4	%1,4	11,37,117,141
Güvensizlik	4	%1,4	30,65,131,163
Hırsızlık	4	%1,4	7,87,91*
Psikolojik Şiddet	4	%1,4	60,87,102,63
Misafirlige Aykırı Durumlar	4	%1,4	24,52,114,117
Batıl inanç	4	%1,4	117,128,131,153
Nefret Söylemi	3	%1	9,36,157
İnat	3	%1	153,163
Diğer Olumsuz Davranışlar	8	%2,8	36,37,56,65,91*,109,157
	286	%100	60 Bölüm

Tablo incelendiğinde *Kral Şakir* çizgi filminin 60 bölümünün 14'ünde öfkeli olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 28 kez rastlandığı görülmektedir. Öfkeli olma olumsuz davranışların %9,8'ini oluşturmaktadır. Örneğin, 37. bölümde (0.45-1.36) Şakir sürekli sınavı olduğunu hatırlatan annesine sinirlenmektedir. 80. bölümde (8.52-9.20) mahallede yaşayanlar yüksek müzik sesinden rahatsız olup öfkelenmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 17'sinde hakaret etmeye ilişkin sözel veya görsel iletilere 22 kez rastlanmaktadır. Hakaret etme davranışı olumsuz davranışların %7,7'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 3. bölümde (4.34-4.36) Peyami Dede, oğlu Remzi'ye "Şaşşal!" diye hitap etmektedir. 60. bölümde (0:40-0:50/7:46-7:55) Plüton, kirli ve küçük olduğu için gezegenlikten ayrılırken "Pis Plüton." denilmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 13'ünde hırslı olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 19 kez rastlanmaktadır. Hırslı olma olumsuz davranışların %6,6'sını oluşturmaktadır. Örneğin, 30. bölümde (4.54-5.00) Akbaba Kürşat ve ekibi hırs yaparak "Denizdeki en çok çöpü biz toplayacağız." demektedirler. 151. bölümde (4:28-8:10) Remzi ve Necati, dürümcü kuryelikleri sırasında daha çok kebab dağıtmak adına hırslanmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 13'ünde alay etmeye ilişkin sözel veya görsel iletilere 18 kez rastlanmaktadır. Nitekim alay etme olumsuz davranışların %6,3'ünü oluşturmaktadır. Örneğin, 12. bölümde (3:25-3:30) Akbaba Kürşat, yürüyerek Kars'a varabileceğini düşünen Remzilere gülerek onlarla alay etmektedir. 60. bölümde (2:36-2:56) Remzi, Necati ve Şakir; Peyami Dede'ye üç boyutlu gerçeklik gözlüğü takarak garip hareketler yapmasını sağlayarak ona gülmüşlerdir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 13'ünde sabırsız olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 17 kez rastlanmaktadır. Sabırsız olma olumsuz davranışların %5,9'unu oluşturmaktadır. Örneğin, 1. bölümde (1:51-3:17) Şakir, Remzi ve Necati; atari oyunu oynamak için sabırsızlanmaktadır. 57. bölümde (1:27-1:30) Mirket, yılın bilim insanı ödülünün açıklanması sırasında oldukça sabırsızlanmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 10'unda kibirli olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 15 kez rastlanmaktadır. Kibirli olma olumsuz davranışların %5,2'sini oluşturmaktadır. Örneğin, 11. bölümde (2:17-2:33) Refik Bey, kendini överek kahraman

olduğunu düşünmektedir. 99. bölümde (9:43-9:45) Necati katıldığı bilgi yarışmasında “Çok zekiyim” demektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 13’ünde aldatmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 15 kez rastlanmaktadır. Nitekim aldatma olumsuz davranışların %5,2’sini oluşturmaktadır. Örneğin, 9. bölümde (4:54-5:00) Tanju ve Necati, gorillerin elinden Remzileri kurtarmak için plastik muz kullanmaktadır. 59. bölümde (9:14-9:20) Remzi, taksiciye görünmez para verdiğini iddia etmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 11’inde hile yapmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 14 kez rastlanmaktadır. Nitekim hile yapma olumsuz davranışların %4,5’ini oluşturmaktadır. Örneğin 11. bölümde (9.32-9.33) Necati, küçük çocukla kızak yarışı yaparken hile yapmaktadır. 87. bölümde (6.03-6.10) Akbaba Cemşit, bitki büyütme sıvısını kullanarak fasulyenin aşırı büyümesini sağlamaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 12’sinde bencil olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 13 kez rastlanmaktadır. Nitekim bencil olma olumsuz davranışların %4,5’ini oluşturmaktadır. Örneğin, 1. bölümde (0.46-0.52) Remzi, kargocudan alınan oyunu ilk oynayan kişi olmak istemektedir. 8. bölümde (2.23-2.30) Kadriye, altın gününde yaptığı kısırın tarifini asla kimseye söylememektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 10’unda küçümsemeye ilişkin sözel veya görsel iletilere 12 kez rastlanmaktadır. Nitekim küçümseme olumsuz davranışların %4,2’sini oluşturmaktadır. Örneğin, 12. bölümde (7.27-7.30) Remzi, oğlu Şakir’e “Necati abin gibi düşünme, bomboş bir kafa ol.” demektedir. 57. bölümde (8.11-8.18) Canan, “Necati Abi bu kadar uzun cümle kuramaz.” demektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 10’unda çıkarıcı olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 12 kez rastlanmaktadır. Nitekim çıkarıcı olma olumsuz davranışların %4,2’sini oluşturmaktadır. Örneğin, 7. bölümde (2.56-3.00) Tanju, gofret karşılığında “Remzi, seni her gün sırtımda taşıyabilirim.” demektedir. 114. bölümde (3.17-3.20) kasap boğa, dükkanlara zarar vereni bulma şartıyla Necati’ye biftek pişireceğine söz vermektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 11’inde tehdide ilişkin sözel veya görsel iletilere 11 kez rastlanmaktadır. Nitekim tehdit olumsuz davranışların %3,8’ini oluşturmaktadır. Örneğin, 8. bölümde (1.56-2.01) Kadriye, kızı Canan’a “Soğan

doğramazsan sergiye gidemezsin.” demektedir. 170. bölümde (9:53-9:55) Peyami Dede, “Evrenin sırrını akşama gösteririm.” diyerek Necati’yi tehdit etmektedir.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 7’sinde umutsuz olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 9 kez rastlanmaktadır. Nitekim karamsarlık olumsuz davranışların %3,1’ini oluşturmaktadır. Örneğin, 12. bölümde (3.00-3.08) Şakir, yürüyerek Kars’a varılamayacağı için umutsuzluğa kapılmaktadır. 37. bölümde (10.52-10.55) Şakir, sınavına çalışmadığı için başarısız olacağı hissine kapılmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 7’sinde kıskanç olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 8 kez rastlanmaktadır. Nitekim kıskançlık olumsuz davranışların %2,8’ini oluşturmaktadır. Örneğin, 26. bölümde (1.25-1.30) Necati bir milyonuncu müşteri olduğu için timsah tarafından kıskanılmaktadır.

Kral Şakir çizgi filminin 60 bölümünün 8’inde saygısız olmaya ilişkin sözel veya görsel iletilere 8 kez rastlandığı görülmektedir. Nitekim saygısızlık olumsuz davranışların %2,8’ini oluşturmaktadır. Örneğin, 65. bölümde (6.30-6.40) Necati ve Tanju, izin istemeden Remzi’nin evinde buzdolabını açarak su içmektedirler.

Araştırmada %3’ten daha az karşımıza çıkan olumsuz davranışlara makalenin kelime sınırına riayet etmek amacıyla kısaca yer verilecektir. *Kral Şakir* çizgi filminin 60 bölümünün 5’inde 6 kez lakap takma; 3’ünde 6 kez mızıkçılık, 6 kez yalan söyleme, 4 kez hırsızlık, 3 kez nefret söylemi; 4’ünde 4 kez şiddet, 4 kez bahane bulma, 4 kez güvensizlik, 4 kez psikolojik şiddet, 4 kez misafirliğe aykırı durumlar, 4 kez batıl inanç; 2’sinde 5 kez özgüven eksikliği, 3 kez inat; 1’inde birer kez hoşgörülü olmama, nispet, tembellik, beddua, inanmamak, tehlikeli madde kullanımı, iftira ve kavga gibi olumsuz davranışlara ilişkin sözel ve görsel iletilere toplam 65 kez rastlanmaktadır. Örneğin, 30. bölümde (6:06-6:50) balık sürekli yenilmesine rağmen tekrar tekrar Remzi ile yarışmak istemektedir (Mızıkçılık). 69. bölümde (4:45-7:25) Necati, bölüm boyunca yalan söylemektedir (Yalancılık). 12. bölümde (5:28-5:36) Necati’ye koca kulak lakabı takılmaktadır (Lakap Takma). 117. bölüm (14:28-14:35), 131. bölüm (12:15-12:40) ve 153. bölümde (10:26-10:58) yeni doğan bebeğe nazar boncuğu takıldığı görülmektedir (Batıl İnanç). 109. bölümde (6:05-6:08) Necati, futbol oynayan Şakir’e hile yapıyorsun diyerek iftira atmaktadır (İftira Atma).

Kral Şakir Çizgi Filmi ile İlgili Öğrenci Görüşlerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde *Kral Şakir* çizgi filminde yer alan değerlere ve olumsuz davranışlara ilişkin öğrenci görüşlerine yer verilecektir. Öğrenci görüşmelerinden elde edilen bulgular tabloların altında doğrudan alıntılarla yer alacaktır.

Tablo 3

Öğrencilerin “Kral Şakir çizgi filminde hangi değerler yer almaktadır?” sorusuna dair bulguları

Başlık	Öğrenci Kodları	Frekans(f)
Sevgi	<i>E₁, E₂, E₃, E₄, E₅, E₆, E₇, E₈, E₉, K₁, K₂, K₃, K₄, K₅, K₆, K₇, K₈, K₉, K₁₁</i>	19
Saygı	<i>E₁, E₂, E₃, E₄, E₅, E₆, E₇, E₈, E₉, K₁, K₂, K₃, K₄, K₅, K₆, K₇, K₈, K₉</i>	18
Dostluk	<i>E₁, E₄, E₈, E₉, K₁, K₂, K₃, K₅, K₆</i>	9
Yardımlaşma	<i>E₂, E₃, E₈, E₉, K₁, K₂, K₅, K₆</i>	8
Temizlik	<i>E₆, E₇, E₈, K₁, K₂, K₃, K₈, K₉</i>	8
Sorumluluk	<i>E₁, E₂, E₃, E₄, K₁, K₇, K₁₁</i>	7
Dürüstlük	<i>E₂, E₈, K₁, K₅, K₆, K₁₀</i>	6
İyilik	<i>E₁, E₉, K₅</i>	3
Mutluluk	<i>E₁, K₉</i>	2
Hoşgörü	<i>E₈, K₇</i>	2
Paylaşma	<i>E₈, K₁₀</i>	2
Güzellik/Estetik	<i>K₂</i>	1
Adalet	<i>K₃</i>	1
Kavga/ küfredilmemesi	<i>E₄</i>	1
Toplam		87

Tablo 3’te görüleceği üzere öğrenciler *Kral Şakir* çizgi filminde en çok sevgi ve saygı değeriyle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Dostluk, yardımlaşma, temizlik, sorumluluk, dürüstlük, iyilik, mutluluk, hoşgörü, paylaşma ise bu değerleri takip eden diğer değerlerdir. Estetik, Adalet ve Kavga/Küfredilmemek değerleri ise en az karşılaşılan değerler olarak ifade edilmiştir. Öğrencilerin “**Kral Şakir Çizgi Filminde hangi Değerler Yer almaktadır?**” sorusuna ilişkin detaylı görüş bildiren bazı öğrencilerin değerler ve değerlere örnek davranışlarla ilgili görüşleri şu şekildedir:

E₁: Hocam mesela sorumluluk var, dostluk var, sevgi var, saygı var, mutluluk var. Mesela Şakir sorumluluk sahibi biri değil. Mesela onun için bir bölüm bile hazırlamışlar. Olumlu olarak sorumluluk sahibi Mirket var. İcatlarını iyi şeyler için kullanıyor. Hocam Remzi ve Necati dostlar. Necati ve Remzi birbirine saygılılar. İyilik, Remzi Necati'ye çok güzel bir iyilik yapmışlardır. Necati'yi kimse sevmiyor gibi yapmıştı ama herkes seviyordu.

E₂: Öğretmenim sevgi, saygı, sorumluluk, dürüstlük... Annesi ona bir kez sorumluluk vermişti ciciklere (civcivlere) bakmak için bakıyordu. Sakızlı dondurma verdi kocaman oldu. Necati yaptı. Şakir bir kez annesine hediye vermişti (Sevgi). Öğretmenim annesi ve babasına hep saygılı davranıyor. Öğretmenim dürüstlük aklıma gelmiyor. Öğretmenim, bir kere Canan'a yardım etmişti.

K₅: “Sevgi, saygı, dürüstlük, dostluk. Sevgiye Kadriye ile Remzi. Necati ile Remzi arasında dostluk var. Necati'ye Canan dürüst, iyi, saygılı davranıyor.”

K₆: Sevgi, saygı, dürüstlük, sevgi dolu, yardımlaşma var. Arkadaşlarını korumak. Mesela Şakir şarkı söylüyor güzel söylemiyor, babası ona yardım ediyor. Canan arkadaşlarıyla oyun oynuyor. Remzi oyun oynuyordu oğlu Şakir de oynamak istedi. Remzi oyunu bıraktı. Şakir oynadı. Canan ve Şakir annesi ve babasına, arkadaşlarına saygılı.

Tablo 4.

Öğrencilerin “Kral Şakir çizgi filmde hangi olumsuz durumlar yer almaktadır?” Sorusuna Dair Bulguları

Tema Ana Başlığı	Alt Başlığı	Öğrenci Kodları	Frekans(f)
Evet(n:16)	Kötülük yapılması	<i>E₁, E₄, E₇, E₈, K₂, K₄, K₅, K₆</i>	8
	Temiz/Düzenli olunmaması	<i>E₂, E₄, K₁, K₃, K₇, K₈, K₁₀</i>	7
	Hırsızlık yapılması	<i>E₁, E₃, E₉</i>	3
	Sorumsuz olunması	<i>K₇, K₉, K₁₀</i>	3
	Kötü karakterlerin olması	<i>E₈, K₄, K₅</i>	3
	Fiziksel şiddet	<i>E₁, E₉</i>	2
	Yalan Söylenmesi	<i>E₁, E₈</i>	2
	Aldatılma	<i>K₂</i>	1
	İzinsiz yemek yenilmesi	<i>E₁</i>	1
	Çıkar için iyilik yapılması	<i>E₁</i>	1
	Psikolojik şiddet	<i>E₄</i>	1

	Laf taşınması	<i>E₄</i>	1
Hayır(n:4)		<i>E₅,E₆,E₇,K₁₁</i>	4
Toplam			37

Tablo 4’te öğrencilerin *Kral Şakir* çizgi filminde yer alan olumsuz durumlarla ilgili düşünceleri incelendiğinde 16 öğrencinin evet, 3 öğrencinin hayır ve 1 öğrencinin ise anlamsız cevap verdiği görülmektedir. Evet cevabını veren öğrenciler *Kral Şakir* çizgi filminde en çok kötülük yapılması ve çevreye duyarlı olunmaması gibi olumsuz durumlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bazı bölümlerde hırsızlık yapılması, kötü karakterlerin olması, karakterlerin sorumsuz davranması, fiziksel şiddet uygulanması ve yalan söylenmesi ise rapor edilen olumsuz davranışlar arasındadır. Aldatılma, izinsiz yemek yenmesi, karşılıklı iyilik yapılması, psikoloji şiddet ve laf taşınması gibi olumsuz davranışlar ise en az rapor edilen davranışlardır. Öğrencilerin “**Kral Şakir çizgi filminde hangi olumsuz durumlar yer almaktadır?**” sorusuna detaylı görüş bildiren bazı öğrencilerin olumsuz davranışlara ilişkin görüşleri şu şekildedir:

E₁: Şakir bir keresinde yalan söyledi. Necati izinsiz pastaneden yemek yedi. Tanju her şeyi gofret karşılığında yapıyor. İyilik karşılıklı yapılan bir şey değil ki. Kötü karakterler var. Akbaba Kürşat banka soyuyor. Yalan da söylüyor. Herkesin kötülüğünü düşünüyor. Oğlu için bazı kişileri dövmeyle kalkıyor.

E₃: “Kürşat ve adamları. Öğretmenim bir kere Kral Şakir’in babasının ödülünü aldılar, gittiler bozdurmaya, yakalandılar.”

E₄: Şakir’in odasını toplamaması. Şakir ve Remzi’nin yere çöp atması. Bir keresinde Şakir odasını toplamadığı için çöp dünyasına ışınlanmıştı. Uzayda çöpler dağıldı. Orada topladı. Sonra odasını topladı. Kürşat ve oğlu kötülük planları yapıyor. Bir şey yapıyorsunuz, gidip söylüyor. Duyduğunda her şeyi söylüyor. Herkesi gece motosikletle rahatsız ediyor.

K₅: “Çöp. Akbaba Kürşat kötü şeyler yapıyorlar. Akbaba Kürşat ve adamları görünmez olan Necati, Şakir ve Remzi’yi düşürmek için çukur açıyorlar. Kürşat bir çukur açtı düşürdü bir hayvan onlara yardım etti.”

Tablo 5.

Öğrencilerin “Kral Şakir çizgi filmde en çok olumlu davranış gösteren kahraman hangisidir?” sorusuna dair bulguları

Tema Ana Başlığı	Alt Başlığı	Öğrenci Kodları	Frekans(f)
Canan(n:13)	Saygılı olması	<i>E₃, E₈, K₄, K₈, K₁₁</i>	5
	Sorumluluk sahibi olması	<i>E₃, E₇, K₁, K₆, K₉</i>	5
	Doğru davranışta bulunması	<i>K₂, K₃, K₆, K₈</i>	4
	İyi olması	<i>E₁, E₂, E₃, K₁</i>	4
	Eğlenceli olması	<i>K₃, K₄</i>	2
	Komik olması	<i>K₃, K₄</i>	2
	Yalan söylememesi	<i>E₈</i>	1
	Çalışkan olması	<i>K₁₀</i>	1
	Temiz olması	<i>K₂</i>	1
	Kahraman olması	<i>E₇</i>	1
Şakir(n:8)	İyi olması	<i>E₉, K₉</i>	2
	Doğru davranışta bulunması	<i>K₆, K₇</i>	2
	Saygılı olması	<i>E₅, K₆</i>	2
	Çevreye duyarlı olması	<i>E₆, K₇</i>	2
	Sorumluluk sahibi olması	<i>K₆</i>	1
	Temiz olması	<i>K₁₀</i>	1
	Zeki olması	<i>E₄</i>	1
	Maceracı olması	<i>E₄</i>	1
	Kahraman olması	<i>E₅</i>	1
	Eğlenceli olması	<i>E₇</i>	1
Mirket(n:5)	Yardımsaver olması	<i>E₁, K₅</i>	2
	Zeki olması	<i>E₄</i>	1
	Sebebe belirtilmedi	<i>K₁₀, E₆</i>	2
Toplam			33

Tablo 5’te öğrencilerin *Kral Şakir* çizgi filmde en çok olumlu davranış gösteren kahraman ile ilgili düşünceleri incelendiğinde 13 öğrencinin Canan, 8 öğrencinin Şakir ve 5 öğrencinin ise Mirket karakterini belirledikleri görülmektedir. Canan cevabını veren öğrenciler karakterin en çok saygılı ve sorumluluk sahibi olmasını olumlu davranış olarak görmektedir. Şakir cevabını veren öğrenciler karakterin en çok iyi ve doğru davranışta bulunmasını olumlu davranış olarak görmektedir. Mirket cevabını veren öğrenciler ise karakterin en çok yardımsaver olmasını olumlu davranış olarak görmektedir. Mirket cevabını veren diğer iki öğrenci ise bir sebep belirtmemiştir.

Öğrencilerin “Kral Şakir çizgi filminde en çok olumlu davranış gösteren kahraman hangisidir?” sorusuna detaylı görüş bildiren bazı Öğrencilerimizin en çok olumlu davranış gösteren kahramana ilişkin görüşleri şu şekildedir:

E₁ : Canan olumlu. Her zaman izlediğimde çok iyi şeyler yapıyor. Ben Mirket ile Canan arasında kaldım ama. Hocam Mirket arkadaşlarına da yardım ediyor çok güzel icatlar yapıyor. Ama Canan da herkese iyilik yapıyor. Arasında seçim yapmak zorunda kaldım.

E₃: “Öğretmenim Canan. Öğretmenim çünkü herkese iyi davranıyor. Ödevini zamanında yapıyor annesine yardım ediyor.”

E₄: “Mirket ve Şakir. Mirket çok zeki. Şakir de çok macera seviyor bir de çok akıllı.”

K₅: “Mirket. Düşünceli, akıllı, insanlara yardım ediyor.”

Tablo 6.

Öğrencilerin “Kral Şakir çizgi filminden etkilenerek çevrenizdeki kişilerin davranışlarında olumlu ya da olumsuz bir değişiklik olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna dair bulguları

	Tema	Alt Başlığı	Nedeni	Öğrenci Kodları	Frekans(f)	
Evet (n:16)	Olumlu (n:14)	Ana Başlığı	Eğlenceli Olması	K ₃ , K ₇	2	
			Onun gibi konuşması	E ₆ , E ₈	2	
			Arkadaşlar (n:8)	Komik Olması	E ₂ , K ₁₁	2
			Sorumluluk sahibi olması	K ₁	1	
			Küfür Etmemesi	E ₄	1	
			Akraba (n:5)	Komik Olması	E ₄ , K ₃ , K ₈	3
			Neden belirtilmedi	K ₆ , K ₁₀	2	
			Kendi (n:1)	İyi davranması	E ₃	1
			Argo kullanması	K ₂	1	
			Hayır(n:5)			

Olumsuz (n:2)	Akraba (n:2)	“Muhtişim” ifadesini kullanması	K_5	1
E_1, E_7, E_9, K_4, K_9				5
Toplam				33

Tablo 6’da öğrencilerin *Kral Şakir* çizgi filminden etkilenerek davranışların değişmesiyle ilgili düşünceleri incelendiğinde 15 öğrencinin Evet, 5 öğrencinin ise hayır cevabını verdiği görülmektedir. Evet cevabını veren öğrencilerin 13’ü olumlu davranış değişikliği ile 2’si ise olumsuz davranış değişikliği ile karşılaştığını belirtmektedir. Olumlu davranış değişikliği gösteren kişilerin en çok arkadaşlar ve en az ise kendi olduğu belirtilmektedir. Olumlu davranışların nedenleri eğlenceli olması, çizgi filmdeki kahramanlar gibi konuşması, komik olması, sorumluluk sahibi olması, iyi davranması ve küfretmemesi olarak sıralanmıştır/ ifade edilmiştir. Olumsuz davranışların nedenleri ise argo ve “muhtişim” ifadesine yer vererek dil yapısının bozulmasıdır. Öğrencilerin **“Kral Şakir çizgi filminden etkilenerek çevrenizdeki kişilerin davranışlarında olumlu ya da olumsuz bir değişiklik olduğunu düşünüyor musunuz?”** sorusuna detaylı görüş bildiren bazı Öğrencilerimizin çizgi filmin etkisiyle karşılaştıkları davranış değişikliğine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

K₁: “Öğretmenim evet. Evet var Zekiye. Zekiye, Canan gibi davranıyor. Öğretmenim, oyun oynadığımızda Canan gibi hemen ödev yapıyor.”

E₄: “Olumlu. Yasin Şakir gibi çok komik. Ses yapıyor taklit yapıyor öyle çok komik. Öğretmenim küfretmiyoruz hemen barışıyoruz.”

E₃: “İyi davranmaya başladım.”

K₃: “Hayrunnisa Canan gibi davranıyor çok komik.”

E₂: “Amcamın oğlu İsmail, Şakir gibi komik şeyler söylüyor. Gelmişti, bizi çağırmişti, yoktu. Dama çıkmıştı. Geldik baktık yok. Aşağıdaydı.”

K₅: “Evet benim kardeşim “muhtişim” diyor.”

K₇: “Arkadaşım Şakir gibi eğlenceli. Melek arkadaşım.”

E₆: “Hocam var. Mesela Mustafa Kral Şakir gibi davranıyor. Okula geliyor öğlen arasında Şakir gibi davranıyor.”

K₂: “Öğretmenim çevremizde var. Öğretmenim amcamın kızı onlar gibi davranıyor. Öğretmenim onlar gibi şişko diyor.”

E₁: “Ben böyle şeyler yapmıyorum. Arkadaşlarımın da yaptığını görmedim.”

Tablo 7.

Öğrencilerin “Kral Şakir çizgi filminde bir kahraman olacak olsaydınız hangi kahramanı seçerdiniz?” sorusuna dair bulguları

Tema Ana Başlığı	Alt Başlığı	Öğrenci Kodları	Frekans(f)
Canan(n:10)	Doğru davranışta bulunması	<i>K₃, K₄, K₅, K₁₀, K₁₁</i>	5
	İyi biri olması	<i>K₂, K₅, K₈</i>	3
	Komik/Eğlenceli olması	<i>K₃, K₄</i>	2
	Kahraman olup dünyayı kurtarması	<i>E₇, K₉</i>	2
	Yardımsever olması	<i>K₆</i>	1
	Çalışkan olması	<i>K₁₁</i>	1
	Temiz olması	<i>K₂</i>	1
	Dürüst olması	<i>K₁₀</i>	1
Şakir(n:10)	Kahraman olup dünyayı kurtarması	<i>E₃, E₅, E₆, K₁₁</i>	4
	Maceracı olması	<i>E₃, E₅, E₈</i>	3
	Doğru davranışta bulunması	<i>E₇, E₈, E₉</i>	3
	Zeki olması	<i>E₄, K₅</i>	2
	Kral olması	<i>E₅</i>	1
	Eğlenceli olması	<i>K₇</i>	1
	İyi biri olması	<i>E₉</i>	1
Oyun oynamayı sevmesi	<i>E₈</i>	1	
Mirket(n:2)	İcat yapması	<i>E₁</i>	1
	Kahraman olup dünyayı kurtarması	<i>E₂</i>	1
Kadriye(n:1)	Sorumluluk sahibi olması	<i>K₁</i>	1
Toplam			35

Tablo 7’de öğrencilerin *Kral Şakir* çizgi filminde empati kurdukları kahramanla ilgili düşünceleri incelendiğinde 10 öğrencinin Canan, 10 öğrencinin Şakir, 2 öğrencinin Mirket ve 1 öğrencinin Kadriye karakterini belirledikleri görülmektedir. Çoğunlukla kız öğrencilerin iyi ve doğru davranışta bulunan bir karakter olduğu için Canan ile empati kurduğu görülmektedir. Kadriye ise, sorumluluk sahibi bir karakter olduğu için bir kız öğrenci tarafından empati kurulan bir karakter olarak tercih edilmiştir. Çizgi film kahramanlarından Şakir ile empati kuran erkek öğrencilerin kahraman olup maceraya atılma yönünden kendilerine benzetmektedir. İcatlar yaparak insanların hayatlarını kurtardığı için ise Mirket ile empati kurmaktadır. Öğrencilerin “**Kral Şakir çizgi filminde bir kahraman olacak olsaydınız hangi kahramanı seçerdiniz?**” sorusuna detaylı görüş bildiren bazı Öğrencilerimizin empati kurdukları kahramanlara ilişkin görüşleri şu şekildedir:

K₁: “Kadriye. Öğretmenim, Canan ders çalıştığında annesi yemek yapıyor.”

E₂: “Zeki olduğu ve dünyayı kurtardığı için Mirket. Herkesin yavaşladığı bir gün Necati hızlanmıştı. Necati’nin yavaşlamasına Mirket yardım etmişti.”

E₃: “Kral Şakir. Öğretmenim çünkü macerayı çok seviyor.”

E₅: “Kral Şakir. Çünkü Kral.”

K₅: “Canan. Canan saygılı dostlarına iyi davranan iyi biri.”

E₈: “Kral Şakir. Meraklı, saygılı, oyun oynamayı seviyor.”

K₁₀: “Öğretmenim Canan. Canan dürüst ve ödevlerini yapıyor.”

E₉: “Şakir olurum. Şakir iyilik yapıyor. Saygılı.”

SONUÇ

Kral Şakir çizgi filminin incelenen bölümlerinde toplam 688 olumlu değere rastlanırken 286 olumsuz davranışa ilişkin örnekle karşılaşmıştır. En sık tekrarlanan üç değerden yardımlaşma 135, nezaket 120 ve Türk kültürüne ait motiflere yer verme 74 kez; en az tekrar edilen üç değerden takdir etme 1, tutumluluk 1 ve kanaatkarlık 1 kez yer almıştır. *Kral Şakir* çizgi filminin incelenen bölümlerinde olumsuz değerlere ilişkin örneklere rastlanmasına rağmen çizgi filmin genelde olumlu bir yapıda olduğu görülmüştür. *Kral Şakir* çizgi filminin ilgili bölümlerinde %73 oranında değerlerin ve %27 oranında olumsuz davranışların bulunduğu görülmektedir. Olumlu değerler bakımından oldukça

zengin olan *Kral Şakir* çizgi filmi çocukların değer kazanımı konusunda yardımcı bir araç olarak kullanılabilir.

Alanyazındaki çalışmalar olumlu değerler açısından incelendiğinde birçok çalışmada da yardımseverlik değerinin en sık görülen değer olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Örneğin, Çimen (2019, 100), TRT Çocuk Kanalında yayınlanmakta olan *Rafadan Tayfa* çizgi filmini değerler eğitimi açısından incelediği çalışmasında en sık işlenen değer yardımseverlik olduğu sonucuna ulaşmıştır. Karaca (2019, 157), TRT Çocuk Kanalında yayınlanmakta olan *Rafadan Tayfa* ve *Ramazan Tayfa* çizgi filmlerini değerler eğitimi açısından incelediği araştırmasında en sık tekrar edilen değer yardımseverlik olduğunu tespit etmiştir. Bazı çalışmalar ise, mevcut çalışma ile ve alan yazındaki önceki çalışmalar ile rapor edilen aksine, yardımseverlik değerinin çizgi filmler içinde görülme sıklığının daha az olduğunu göstermiştir. Örneğin: Beldağ ve Yazar Kaptan (2017, 490), *Arabalar 1* animasyon filmini değerler eğitimi açısından incelediği araştırmasında yardımlaşma değerini en sık geçen dördüncü değer olarak bulmuştur. Bazı çalışmalar ise nezaket değerini en sık görülen ikinci değer olarak tespit etmiştir. Turhan (2018, 65)'in Türk yapımı animasyon filmleri değerler eğitimi açısından incelediği çalışmasında nezaket değeri en çok tespit edilen ikinci değer olmuştur. Bazı çalışmalar ise nezaket değerini en sık görülen değer olarak tespit etmiştir. Güden Altınış ve Altun (2021b, 5404), TRT Çocuk kanalında yayınlanmakta olan *Pırl* çizgi filmini değerler eğitimi açısından incelediği makalesinde en çok karşılaşılan değer nezaket olduğunu raporlamıştır. Mevcut çalışmada, Türk kültürüne ait motiflere yer verme değerine yönelik sunulan bulgular önceki çalışmalarla benzer niteliktedir. Şahin (2019, 195), TRT Çocuk kanalında 2015-2016 yılları arasında yayınlanan altı çizgi filmi (*Arı Maya*, *Vikingler*, *Nane ve Limon*, *Rafadan Tayfa*, *Harika Kanatlar*, *Maysa ve Bulut*) TDÖP'de yer alan on kök değere göre incelediği çalışmasında *Maysa ve Bulut* çizgi filminde Türk kültürüne ait yemeklerin, geleneksel çalgıların, çocuk oyunlarının, türküler ve masallar ile Türkmen geleneklerinin yer aldığı tespit edilmiştir. Kocaman ve Uslu (2021, 138), *Ramazan Tayfa* çizgi filmini değerler eğitimi açısından incelediği çalışmasında davulcu, mani, ramazan pidesi, oruç, tekne orucu, iftar gibi kültüre ait birçok öğeye rastlamaktadır.

Araştırmada en az yer verilen değerler ise misafirperverlik, empati, barışçıl olma, takdir etme, tutumluluk ve kanaatkarlık olmuştur. Literatürde benzer sonuçlara rastlamak mümkündür. Yener, vd. (2021, 122) ilgili çalışmasında misafirperverlik değerine kısıtlı olarak yer verildiğini belirtmektedir. Akıncı (2013, 148)'nın çalışmasında empati değerine ait hiçbir iletiye ulaşamadığı ifade edilmektedir.

Araştırmada en sık yer verilen olumsuz davranışlar “öfkeli olma, hakaret etme, hırslı olma”dır. Alanyazın olumsuz davranışlar açısından incelendiğinde *Rafadan Tayfa* çizgi filminde Basri Amca karakterinin öfkeli davranışlar gösterdiği ifade edilmektedir (Turp Özdemir, 2020, 54). Şahin (2019, 194)'in, ilgili araştırmasında *Arı Maya*, *Vikingler* ve *Harika Kanatlar* çizgi filmlerinde argo ifadeler yer verildiği belirtilmiştir. Ay (2021, 97)'in, ilgili araştırmasında da *Kral Şakir* çizgi filminin “1 Nisan” bölümünde sıkça “Şapşal” kelimesinin kullanıldığı ve “Babalar Yarışıyor” bölümünde rekabete teşvikin bulunduğu belirtilmiştir.

Mevcut araştırmada en az yer verilen olumsuz davranışlardan bazıları ise ‘hırsızlık, inat etme, nefret, şiddet kullanımı, tehlikeli madde kullanımı, iftira ve kavga olmuştur. Literatürde benzer sonuçlara rastlandığı görülmüştür. Ay (2021, 98)'in çalışmasında kutsal kemik avcıları bölümünde hırsızlığa; inatçı keçi bölümünde inat etmeye, pembik ev bölümünde nefrete ve internet bağımlılığı bölümünde ise kavgaya yer verildiği ifade edilmiştir. Turhan (2018, 32)'in çalışmasında Tostos adlı kahramanın “kötüleri döverek” yardımlaşma davranışında bulunduğu tespit edilmiştir. Cebeci ve Demir (2018, 166)'in, ilgili çalışmasında ise *Doraemon* çizgi filminde zorbalık ve şiddet sahnelerinin bulunduğu belirtilmektedir.

Kral Şakir çizgi filmine ilişkin öğrenci görüşleri incelendiğinde öğrencilerin çizgi filmi genel itibarıyla komik bulduğu, seyredirken eğlendikleri ve karakterleri kendilerine yakın hissettikleri görülmüştür. Erkek öğrencilerin daha çok Şakir karakterini; kız öğrencilerin ise daha çok Canan karakterini rol model aldığı ortaya çıkmıştır. Öğrenciler, çizgi filme ilişkin olumsuz davranış olarak kötülük yapılması, düzenli olunmaması, hırsızlık, sorumsuzluk, kötü karakterlerin bulunması, fiziksel şiddet, yalan söylenmesi, aldatılma, izinsiz yemek yenilmesi, çıkar için iyilik yapılması, psikolojik şiddet, laf taşınması bulunduğunu belirtmiştir. Çizgi filme ilişkin olumlu değerler olarak

ise sevgi, saygı, dostluk, yardımlaşma, temizlik, sorumluluk, dürüstlük, iyilik, mutluluk, hoşgörü, paylaşma, estetik ve adaleti belirtmişlerdir. Değerler eğitimi açısından çizgi filmler oldukça etkili materyallerdir. Çalışma sonucunda ilkokul düzeyindeki tüm çocuklara hitap eden *Kral Şakir* çizgi filminin olumlu değerleri yoğun olarak içermesi sebebiyle çocukların değer gelişimine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Fakat bu çizgi filmin değerler eğitiminde etkili bir şekilde kullanılabilmesi için ebeveyn kontrolünde izlenmesi ve olumsuz davranışlara yönelik ikazların yapılması yerinde olacaktır.

Araştırmacılara Öneriler:

- Çalışmada nitel araştırma yöntemi ve durum çalışması deseni kullanılmıştır. Bunun yanı sıra çizgi film ve değerler eğitimi üzerine yapılan çalışmalarda deneysel çalışmalar ve eylem araştırmalarına yer verilmesi yerinde olacaktır.
- Çalışmamızda *Kral Şakir* çizgi filminin rastgele seçilmiş 60 bölümü incelenmiştir. Araştırmacılar farklı bölümleri inceleyerek benzer çalışmalar yapabilirler.

KAYNAKÇA

- Akıncı, A. (2013). *Okul döneme yönelik hazırlanan çizgi filmlerde değerlerin sunumu: TRT Çocuk Kanalı örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Ay, H. (2021). *Kral Şakir çizgi filminin değerler eğitimi açısından incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Dumlupınar Üniversitesi.
- Beldağ, A. ve Yarar Kaptan, S. (2017). “Arabalar” filminin içerdiği değerlere ilişkin bir inceleme. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 487-499.
- Cebeci, S. ve Demir, R. (2018). Çizgi filmler çocuklara neyi vaat ediyor? *Diyanet İlmî Dergi*, 54(1), 139-170.
- Creswell, J. W. (2021). *Nitel araştırma yöntemleri beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Siyasal Kitabevi.

- Çimen, M. F. (2019). *Kamu yayıncısı TRT Çocuk Kanalında yayınlanan Rafadan Tayfa çizgi filminin değerler eğitimi açısından incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Güden Altmış, Z. (2021a). *9-11 yaş grubu çocuklara yönelik Türk yapımı çizgi filmlerde değerler eğitimi (TRT Çocuk Örneği)* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Güden Altmış, Z. ve Altun, M. (2021b). "Pırıl" çizgi filminin değerler eğitimi açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(38), 5384-5411. <https://doi.org/10.26466/opus.752885>.
- Karaca, S. S. (2019). *Çizgi filmlerde değerler eğitimi, değerler eğitimi açısından Rafadan Tayfa çizgi filminin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi.
- Karakuş, N. (2015). Okul öncesi döneme hitap eden tema içerikli çizgi filmlerin değerler eğitimine katkısı yönünden değerlendirilmesi (Niloya Örneği). *Değerler Eğitimi Dergisi*, 12(30), 251-277.
- Kocaman, K., ve Uslu, R. (2021). Ramazan Tayfa çizgi filminin din ve değerler eğitimi açısından incelenmesi. *Talim: Journal of Education in Muslim Societies*, 5(2), 128-142. <http://dx.doi.org/10.37344/talim.2022.22>.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2006). *İlköğretim çağındaki çocukların televizyon izleme alışkanlıkları araştırması*. RTÜK.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2018). *Çocukların yeni medya kullanım alışkanlıkları ve siber zorbalık*. RTÜK.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2021). *RTÜK*. RTÜK: <https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/1749>.
- Şahin, S. (2019). *Türkçe dersi öğretim programında yer alan kök değerler açısından Rafadan Tayfa çizgi filminin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

- Şen, M. (2020). *Temel eğitimde değerler eğitimi kapsamında Türk ve yabancı animasyon filmlerinin incelenmesi* [Yayınlammamış Yüksek Lisans Tezi]. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Turhan, H. B. (2018). *Türk yapımı animasyon filmlerinde değer aktarımı üzerine inceleme* [Yayınlammamış Yüksek Lisans Tezi]. Siirt Üniversitesi.
- Turp Özdemir, Z. (2020). *Türkiye'de çocuk kanallarında yayınlanan çizgi filmlerin değerler eğitimi açısından incelenmesi ve bu çizgi filmlerin Türkçe öğretimine katkısı* [Yayınlammamış Yüksek Lisans Tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Yener, Y., Yılmaz, M. ve Şen, M. (2021). Çizgi filmlerde değerler eğitimi: TRT Çocuk örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7(2), 114-128. <https://doi.org/10.24289/ijsser.846419>.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yorulmaz, B. (2013b). "Pepee" çizgi filminin din ve değerler eğitimi açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(24), 438-448.

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

17/12/2022

Kabul Tarihi / Accepted Date:

17/01/2023

Tarih öncesinden gelen bir zanaat: Kastamonu’da geleneksel Küçüksu *Caba* üretimi

Rabia AKTAŞ¹

Öz

Günümüzde modern seramik üretimlerine ek olarak geleneksel seramik üretimleri de devam etmektedir. Kastamonu merkeze yaklaşık 17 km. mesafede olan Küçüksu, geleneksel tekniklerle seramik üretimi yapan ender atölyelerden birini barındırmaktadır. Bu çalışmanın amacı, tarihsel süreç içinde seramik üretiminin gelişimini sunmak; yok olmakta olan Küçüksu geleneksel seramik üretiminin Antik Dönem seramik üretim süreci ile olan benzerliklerini ortaya koymak; Küçüksu seramik üretiminin son temsilci olan Hasan Ünal’ın binlerce yıllık gelenek ile kendi tekniğini nasıl harmanladığını anlamak ve kendine has geliştirdiği üretim tekniğini belgelemek ve gelecek nesillere sunabilmektir. Bu amaç doğrultusunda Antik Dönem yöntemleri ve Küçüksu üretimini karşılaştırabilmek adına; literatür çalışmasının yanı sıra Küçüksu atölyesinin üretim teknikleri incelenmiştir. İnceleme sonuçlarına göre bir kültürel miras ögesi olarak geleneksel seramik üretiminin korunması ve yaşatılması noktasında değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Antik Dönem seramik üretimi, Kastamonu, Küçüksu, *Caba*, Geleneksel seramik üretimi.

An art from prehistory: Küçüksu traditional *Caba* production in Kastamonu

Abstract

At the present time, traditional ceramic productions continue in addition to modern ceramic productions. The aim of this study is to present the development of ceramic production in the historical process; to reveal the similarities of the vanishing Küçüksu traditional ceramic production with the Ancient ceramic production; to understand how Hasan Ünal that the last representative of Küçüksu ceramic production, blended his own technique with thousands of years of tradition and to document the production technique he developed uniquely and present it to future generations. In accordance with this purpose; In order to compare the ancient methods and Küçüksu production, the production techniques of Küçüksu workshop

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, Kastamonu, Türkiye

E-mail: raktas@kastamonu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5257-9814

Atf İçin / For Citation: AKTAŞ, R. (2023). Tarih öncesinden gelen bir zanaat: Kastamonu’da geleneksel Küçüksu *Caba* üretimi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 31-64. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

were examined in addition to the literature study. According to the results of the study, evaluations were made at the point of protection and survival of traditional ceramic production as a cultural heritage item.

Keywords, Antique ceramic production, Kastamonu, Küçüksu, *Caba*, Traditional Ceramic Production.

GİRİŞ

Günlük ihtiyaçlarını karşılamak zorunda olan insanlık, bu amaç doğrultusunda üretim sürecine girmiştir. İlk etapta hammadde olarak kemik, deri, ahşap ve taş gibi farklı materyalleri kullanmıştır (Resim 1a) (Tez, 2021, 9). Ancak, kullanımı en kolay ve en zengin hammadde kaynağı olduğunun keşfedilmesinden sonra, kil günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Kil, erken dönemlerden itibaren idol, tanrı-tanrıça (Resim 1b) yapımında kullanılmasının yanı sıra Neolitik Dönemden itibaren yaygın olarak günlük kullanım kapları, sofrta takımları, taşıma ve saklama kaplarının üretiminde de kullanılmıştır (Resim 1c-d). Bunun akabinde mimaride yapı malzemesi ve süsleme ögesi, ticari faaliyetlerde mühür, aynı zamanda süs eşyası, oyuncak, aydınlatma aracı vd. olarak birçok farklı alanda kullanılmıştır (Acartürk, 2012b, 1-2; Çetintaş, 2018, 94; Erman, 2012, 19-20; Kalyoncu, 2021, 1-5; Kahraman, 2018, 240).



Resim 1:

a: Dokuma sepeti, İsrail, Yahudiye çölü, G.Ö. 10500

b: Ana tanrıça figürini, Köşkhöyük, Neolitik Dönem

c: Sacayağı üzerinde pişirme kabı, Çatalhöyük, M.Ö. 6600-6300

d: Dört ayaklı pişirme kabı, Çatalhöyük, M.Ö. 6600-6300.

Kaynak:

Resim 1a: https://www.arkeolojisanat.com/shop/blog/israilde-10500-yillik-dokuma-sepet-bulundu_3_1229467.html

Resim 1b: Erman, 2012, 21

Resim 1c-d: Acartürk, 2012b, 3

Bu bağlamda Paleolitik Dönemden itibaren görülen ilk kil kullanımı dini ritüellerle ilişkilidir. Neolitik Dönemde ise evsel bir üretim olarak çömlekçilik geleneği doğmuş, ahşap ve taş kapların yanı sıra pişmiş topraktan üretilmiş kap kacaklar da kullanılmaya başlanmıştır. Kalkolitik Dönemde kentleşme ve ticari faaliyetler gibi etkenler sonucunda “Ekonomik Çıkar Bölgeleri” olarak tanımlanan avantajlı gruplar öne çıkmaya başlamıştır. Bu etkenler sonucunda seri ve standart mal üretmek ve piyasaya sürmek için çömlekçi, tüccar gibi farklı grupların oluşmaya başladığı, daha önce evsel bir üretim olan seramik üretiminin de bu dönemde profesyonel bir meslek dalı haline geldiği gözlemlenir. Erken Dönemde elde üretilen seramik kaplar, bu süreç içinde “turnet” olarak tanımlanan “yavaş dönen bir plaka/çark” üzerinde yapılmaya başlanmıştır. Daha sonraki süreçte ise bu mekanizmanın yerini “hızlı dönen çarklar” almıştır. Mezopotamya’da karşımıza çıkan bu gelişim sürecinde üretimin hızlanması ve artış göstermesi ile birlikte, genişleyen ticaret ağı içinde Mezopotamya ve Anadolu ilişkileri artmıştır. Asur Ticaret Kolonileri Döneminde Anadolu’ya ulaşan seramik üretim geleneği, Anadolu’da hakimiyet kuran Hitit, Phryg, Urartu, Lydia, Yunan ve Roma Dönemlerinde farklı teknikler ve kendilerine özgü üsluplar ile gelişip devam etmiştir. 11. yüzyılda Anadolu’yu ele geçiren Türkler de binlerce yıldır devam eden bu geleneği kendi kültürlerine dahil ederek, seramik üretimine farklı bir boyut kazandırmışlardır. Söz konusu üretim Selçuklular Döneminde teknik olarak en üst seviyeye çıkmıştır. Hem Selçuklular hem de Osmanlı Döneminde mutfak kaplarına ek olarak mimari süsleme öğesi olarak da sıklıkla kullanılmıştır. Cumhuriyet Döneminde ise Türk seramik sanatı farklı bir boyut kazanmış, mutfak kullanımı için üretilen seramiklere ilaveten çağdaş bakış açıları ile birlikte sanatın da bir parçası haline gelmiştir.

Son dönemlerde üretime teknolojinin de adapte edilmesiyle birlikte, seramik yapımında motorlu çarkların ve doğalgazlı fırınların kullanılması mümkün olmuştur. Buna karşın, temelde modern yöntemlerin Antik Dönem geleneklerinden çok fazla farklılık sergilemediği gözlemlenmiştir. Teknolojik ürünleri kullanan büyük işletmelerin / fabrikaların kurulmasına karşın, az sayıda da olsa geleneksel üretim yapan yerel atölyelerin varlığı bilinmektedir. Bu kapsamda geleneksel yöntemlerle seramik üretim yapanlardan birisi, Kastamonu, Küçüksu, Çömlekçiler köyünde *Caba* (Güveç) üretimi

yapan Hasan Ünal’dır. 85 yaşında olan Hasan Ünal bu geleneği devam ettiren köyün son temsilcisidir. Antik Dönemde “turnet” olarak nitelendirilen çarklara benzer yavaş dönen çark kullanan usta, yaşının getirdiği zorluklarla beraber Antik Dönem çark ve kalıp kullanımını kendine özgü yorumlayarak üretim sürecini devam ettirmektedir. Pişirme sürecinde de erken dönemde kullanıldığı bilinen “Açık ateşte pişirme” yöntemini kullandığı görülmektedir.

Kastamonu kültüründe ve mutfağında önemli bir yere sahip olan *Caba*, binlerce yıllık bir geleneğin günümüze yansımadır. Bu çalışmanın amacı da binlerce yıldır devam eden bu geleneğin gelişim sürecini anlatmak; Küçüksu *Caba* üretiminin Antik Dönem gelenekleri ile olan bağını ve benzerliklerini ortaya koymak; Hasan Ünal’ın Antik Dönem üretim tekniği ile kendi tekniğini nasıl harmanladığını anlamaktır. Ayrıca Kastamonu’nun önemli kültürel miras öğeleri arasında yer alan Küçüksu *Caba* üretimini belgelemek ve gelecek nesillere sunabilmektir.

SERAMİK ÜRETİMİNİN KÖKENİ

Yüksek ısıda pişirilen topraktan üretilen çanak, çömlek vd. objeler için kullanılan “seramik” kelimesinin kökeni Yunanca “*Keramos*” kelimesine dayanmaktadır (Karatağ, 2020, 217; Liddell & Scott, 1843, κερραμοῦς, Perseus Digital Library). Bu kelime Almanca’da “Keramik”, İngilizce’de “Ceramic”, Fransızca’da “Ceramique” olarak kullanılmaktadır (Ökse, 1999, 1). Arkeolojik açıdan her ikisi de (Seramik, Keramik) kullanılmakla beraber, ana malzemesi “kil” olan “seramik” en sade hali ile “pişmiş toprak” olarak tanımlanmaktadır (Erman, 2012, 19). *Dionysos*’la *Ariadne*’nin oğlu olan *Keramos* ise çömlekçilik sanatının kurucusu ve Atina’nın *Kerameikos* mahallesine adını veren efsane kişi olarak karşımıza çıkar (Pausanias 1.3.1; Erhat, 1996, 172).

Seramik üretiminin tam olarak ne zaman başladığı ve insanların bu zanaatı ne şekilde öğrendiği sorusu bilim dünyasını her zaman meşgul etmiştir. Kilin kullanımının kökenine dair görüşler incelendiğinde, ilk olarak karşımıza mitolojik hikâyeler çıkar. Kil kullanımına dair ilk verilere dini ve kutsal metinlerde insanlığın yaratılış hikâyelerinde rastlanır. İlk insan olarak tanımlanan “*Âdem/Adam*” kelimesi, İbranice’de “*Adama/Adamah*” yani “*kızıl toprak, kil, çamur*” kelimesinden gelmektedir. Yunanca “*Humus*” (*kara toprak*) kelimesinden türeyen Latince “*Homo (İnsan)*” sözcüğünün ise

insanın topraktan yaratıldığı düşüncesinin bir ürünü olduğu ileri sürülür (Tez, 2021, 43). Sümer ile başlayan bu süreç Mısır, Babil, Antik Yunan ve Yahudi kaynaklarında da devam eder. Yine Etnografik veriler incelendiğinde benzer hikâyeler Avustralya, Yeni Zelanda, Hindistan, Pasifik adaları, Filipinler, Afrika kabileleri, Kuzey ve Güney Amerika kabileleri gibi birçok toplulukta da karşımıza çıkar. (Acartürk, 2012a, 9-23; Eren, 2012, 209-221; Genç & Karakaya, 2012, 221-233; Tsetlin, 2018, 193; Fraser, 1918).

Linguistik verilerden yola çıkan bazı bilim insanları seramik üretiminin hasır kapların dış yüzlerinin kille kaplanması ile başladığına dair öneriler sunar. Bu önerilerin temeli bazı Hint-Avrupa dillerinde yer alan “hasır çit”, “kil” ve “kil kaplar” kelimelerinin aynı kökene ait olduğu düşüncesine dayanmaktadır (Çakı, 1999, 6-7; Rick, 2022, 1-24). Bu konuda Slav dilbilimci O. N. Trubachev, “*Prehistorik seramik üretiminin başlangıçta hasır işinin bir versiyonu olduğunu ve Antik seramiklerin gövdeleri (duvarı), antik bir konutun hasır duvarının akrabasıdır*” şeklinde düşüncesini belirtir (Tsetlin, 2018, 194; Trubachev, 1966, 416). Bu teoriye karşı görüşe sahip olanlar ise kilin kuruduktan/piştikten sonra içindeki suyu kaybedeceği için büzüleceğini, buna bağlı olarak ahşap ya da hasır üzerine yapılan bir kil kaplamanın kaçınılmaz olarak çatlayıp parçalanacağını öne sürerek, böyle bir uygulamanın kullanışlı olmayacağını belirtirler (Tsetlin, 2018, 194).

Bir başka görüşte ise insanlığın gelişmesinde en önemli adımlardan bir olarak kabul edilen ateşin keşfi ile birlikte, insanların kili pişirmeyi öğrendiği, bunun sonucunda da pişmiş toprak ürünlerin ilk defa bu keşiften sonra üretilmeye başlandığı öne sürülmektedir. Bu görüşe göre ilk seramik malzemenin rastlantısal olarak Taş Devrinde ateş yakılan yerlerde ortaya çıktığı düşünülür. Yaşam alanlarında yer alan ocağın etrafına dizilen taşların arasına doldurulan balçığın ateşin etkisi ile su geçirmez sert bir malzemeye döndüğünü gören insanlar, kilden seramik kaplar hazırlayarak kuruttuktan sonra ateşte pişirmeyi öğrenmiştir (Tez, 2021, 43). Öne sürülen başka bir görüşe göre pişmiş toprak çömlek olarak nitelendirilebilecek ilk seramik kapların, balçık ile sıvanmış sepetlerin bir yangın sırasında pişerek su sızdırmaz hale gelmesi ile üretilmiştir (Kalyoncu, 2021, 9). Bu bağlamda pişmiş toprak idol ve kült seramik

kapların ilk üretimlerinin günümüzden 30.000 ile 20.000 yıl öncesine ait olduğu düşünülmektedir (Kalyoncu, 2021, 3-4).

SERAMİK ÜRETİMİNİN GELİŞİM SÜRECİ

İnsanlığın ortaya çıktığı düşünülen 2 milyon yıl öncesinden M.Ö. 10 bin yıllarına kadar devam eden Paleolitik Döneme ait Anadolu'da pişmiş toprak objelere rastlamazken, Orta Avrupa'da Üst Paleolitik Döneme (50 bin-10 bin) ait pişmiş toprak örnekler görülmektedir. *Dolni Vestonice Venüs*'ü adıyla anılan ve Orta Avrupa'da (Çek Cumhuriyeti) ele geçen eser M.Ö. 25.000'e ait olup, en eski seramik örneklerden biri olarak bilinmektedir (Resim 2a) (Vandiver vd., 1989, 1002-1008; Kalyoncu, 2021, 5; Erman, 2009, 62-63; Erman, 2012, 19-20; Tez, 2021, 9-15). Çin'de 2012 yılında Xianrendong Mağarasında bulunan bir diğer örnek ise M.Ö. 18.000 yılına aittir ve günümüze kadar bulunmuş en eski evsel seramik malzeme olarak değerlendirilir (Resim 2b) (Wu vd., 2012, 1696-1700; Kalyoncu, 2021, 10).

M.Ö. 8000 - 5500 yılları arasına tarihlendirilen Neolitik Dönem, insanların avcılık ve toplayıcılığa dayalı göçebe yaşamdan, çiftçiliği temel alan yerleşik yaşama geçtikleri en önemli kültürel dönemlerden birini oluşturur. Bu süreç, yerleşik düzene geçişin ardından gelişen mimari, sanat, zanaat, toplumsal örgütlenme vd. barındıran yeni bir toplumsal sistemin kurulduğu ve geliştiği bir süreci kapsar (Başgelen, 2006, 108-109; Çakı, 1999, 3-7). Erken Neolitik Dönemde evsel yaşamda kullanılan malzemeler (çanak/çömlek) taş ve ahşaptan yapılırken, daha sonraki dönemde yerleşik düzene geçen insanlık kili kurutup sertleştirerek ilk başta mimaride kullanmıştır. Yerleşik düzenin getirdiği gereksinimler içinde tarım ve hayvancılık gelişmiştir. Bunun sonucunda ürünlerin taşınması, pişirilmesi ve saklanması amacıyla kullanılan sepetlerin yağlı kille sıvanarak ateşte pişirmesi ile çömlekçilik geleneğinin doğduğu düşünülür (Çakı, 1999, 6-7; Tez, 2021, 46). Bu bağlamda mutfak kültürünün gelişmesi ile ahşap ve taş kapların yanı sıra seramik malzemelerden üretilmiş kap kacaklar da kullanılmaya başlanmıştır (Başaran, 1989, 3; Mutlu, 2007, 72-73).

Buluntulardan yola çıkılarak; Neolitik Döneme dair ilk seramik (pişmiş toprak) örnekler 1998'de Japonya'da Fukui-Höhle bölgesinde yapılan kazılarda ortaya çıkarılan ve M.Ö. 10.000 civarına (Jomon Dönemi) tarihlenen seramik malzemelerdir (Resim 2c)

(Kobayashi, 2004, 7-51). Ayrıca Mezopotamya'da Tell Mureybet'te M.Ö. 8.000 yıllarına tarihlenen buluntulara rastlanmıştır (Zengin, 2007, 1; Alper, 2018, 34, Kalyoncu, 2021, 13; Tez, 2021; 9). Anadolu'da ise ilk örneklerin Çatalhöyük ve Hacılar'da olduğu düşünülmektedir. Çatalhöyük'te, bu tarih M.Ö. 6.000'li yıllara kadar geriye gider (Acartürk, 2012b, 4; Erman, 2012, 20). Ancak, yukarıda değindiniz gibi her ne kadar erken dönemde kullanım amaçlı seramik malzemeler bilinse de seramik üretimi yaygın biçimde M.Ö. 7.000-6.000 civarında ortaya çıkar (Kalyoncu, 2021, 12; Erman, 2012, 20; Tez, 2021, 23). Pişmiş toprak çömlek yapımının bu dönemde başlamasına ve bilinçli bir şekilde gelişmesine ek olarak, pişmiş toprak üretimi, toplumun dini ve sosyal yaşantısını da oldukça etkilemiştir (Ünal, 2020, 929-930; Childe, 2006, 36).



Resim 2:

a: Dolni Vestonice Venüsü

b: Xianrendong Mağarası seramiği, M.Ö. 18.000

c: Jomon Dönemi çömlek, M.Ö. 10000-8000

Kaynak:

Resim 2a: Erman, 2009, 63

Resim 2b: <https://www.snexplores.org/article/worlds-oldest-pots>

Resim 2c, https://hmn.wiki/tr/J%C5%8Dmon_pottery

Erken dönemlerde kullanıma yönelik olarak daha sade ve kaba olan seramik malzemeler Geç Neolitik Dönemde daha iyi fırınlanmıştır. Bunun yanı sıra artık perdah uygulaması görülmektedir. Renk olarak ise kahverengi, kırmızı, sarı renkler yoğun olarak kullanılır. Kapların üzerinde geometrik bezemelerin yanı sıra aplikelerin yapıldığı görülür. Ayrıca, daha çok ritüel amaçlı kullanıldığı düşünülen hayvan biçimli kaplar da karşımıza çıkar. Çömlekçiliğin farklı bölgelerde farklı zaman dilimlerinde geliştiğini gösteren arkeolojik

araştırmalar aynı zamanda çömlekçilik kültürünün ticaret yoluyla yayıldığını da bizlere göstermektedir (Acartürk, 2012b, 2-3; Alper, 2018, 34).

Genel olarak M.Ö. 5.000-3.000 yılları arasına tarihlenen Kalkolitik Dönem, madenin keşfi ile birlikte metal ürünlerin üretildiği, takas edildiği, dolayısıyla ticaretin doğduğu, insanlık tarihinde oldukça önemli bir süreci kapsar. Bu dönemde, Geç Neolitik Dönemde görülen perdah ve geometrik bezemeler devam etmekle birlikte, pembe, sarı, kırmızı renkli bezemeler hâkimdir. Ayrıca form olarak oval ağızlı, küre gövdeli, dikdörtgen seramik kaplar ele geçmiştir. Geç Kalkolitik Dönemde, dönemin karakteristik özelliklerinden olan kafes örgü dolgulu bezemelerle birlikte, ince cidarlı, krem astarlı seramikler de bulunmuştur (Oral, 2020; 2074; Acartürk, 2012b, 1, 6).

Her ne kadar çark kullanımının Tunç Çağı içinde ortaya çıktığı kabul görse de bazı bilim insanları çark kullanımının daha erken dönemde başladığını, ancak sonradan ortadan kalktığını savunmaktadır. Bu görüşe göre, Güney Levant'ta Geç Kalkolitik “V biçimli tören kaseleri” çark üretimidir. Kalkolitik kültürler Erken Tunç I'de (M.Ö. 4. binyıl) çöktüğünde, çark yapımı çanak çömlek de ortadan kalkmıştır. Ancak, seramik üretimi Erken Tunç II-III'de (M.Ö. 3. binyıl) yeniden ortaya çıkmıştır (Berg, 2020, 7). Çömlekçi çarkının gerçek anlamda icadı ve ardından yaygın biçimde benimsenmesi Tunç Çağında görülmektedir. Çark, Sümerlerde M.Ö. 3250, Mısır'da M.Ö. 2750, Troia'da M.Ö. 2500 yıllarında karşımıza çıkar. Hititler ise M.Ö. 3000'li yıllardan itibaren Mezopotamya'dan Anadolu'ya ticaret amacıyla gelen Asurlular vasıtasıyla çömlekçi çarkını öğrenmiştir (Tez, 2021, 46).

Kalkolitik Dönemde, kentleşme sürecine giden topluluklarda “ekonomik çıkar bölgeleri” oluşmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak bu dönemde kent devlet ekonomisi, yönetici sınıfların yanı sıra organize ticaretin ortaya çıktığı ve rekabet ortamının oluşmaya başladığı gözlemlenmiştir. Ticari gelişmelere ve kentleşme sürecine paralel olarak seri ve standart kapları üretme gereksiniminin bu dönemde oluşmaya başladığı anlaşılır. Buna bağlı olarak, daha önce elle biçimlendirilen seramikler, artık “yavaş dönen çark” ya da “Turnet” adı verilen ve kendi ekseni etrafında yavaş da olsa dönebilen bir altlık/çark ile üretilmeye başlanmıştır. Ancak Kalkolitik Dönem sonuna doğru (M.Ö. 3200) “Turnet”in yerini “hızlı dönen çömlekçi çarkı” almıştır.

Mezopotamya’da ortaya çıkan bu tip çarklar ticaretin de etkisiyle Suriye, Mısır ve Anadolu’ya yayılmıştır. Ayrıca, bu dönemde profesyonel zanaatkârların da ortaya çıkmasıyla, daha öncesinde kadınların uğraşı olan çarkta seramik üretimi, erkek uğraşı/mesleği haline gelmiştir.

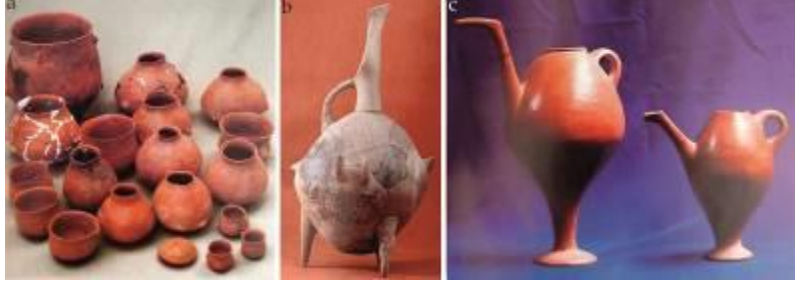
Tunç Çağı ile birlikte bilinen dünya üzerinde farklı uygarlıklar kurulmuş ve gelişmiştir. Hem elle hem de çarkla seramik üretimi de bu topluluklara ticaret yolu ile aktarılmıştır. Söz konusu dönem içinde, seramik üretimi, tarihsel süreç içinde önemli bir yere sahip olan Anadolu’da da gelişim göstermiştir. Bu bağlamda, makalenin konusunu oluşturan Kastamonu Küçüksu geleneksel yöntemlerle seramik üretimi kapsamında, Anadolu’daki erken dönem seramik üretimine daha yakından bakmak faydalı olacaktır.

ANADOLU’DA SERAMİK ÜRETİMİ

Anadolu’nun tarihsel süreci içinde; Paleolitik Dönemde pişmiş toprak eser görülmez (Kalyoncu, 2021, 5, 70; Erman, 2012, 19-20). Erken Neolitik Dönemde diğer bölgelerde olduğu gibi evsel malzemeler taş veya ahşaptan yapılırken, sonraki süreçte pişmiş topraktan yapılan pişirme kapları, taşıma kapları ve depolama kapları görülür. Bu bağlamda en erken kayıtlar Beldibi’nde (Antalya) M.Ö. 7000, Çatalhöyük’te ise M.Ö. 6000 yılına kadar geriye gitmektedir (Utkan, 2012, 56; Acartürk, 2012b, 2-3; Kalyoncu, 2021, 71-74). Geç Neolitik Dönem merkezleri arasında Kuruçay, Hacılar ve Ilıpınar gelmektedir (Resim 3a). Kalkolitik Dönemde ise Hacılar, Canhasan, Kuruçay, Canhisar ve Beycesultan en önemli merkezler arasında yer alır (Acartürk, 2012b, 1, 6; Başaran, 1989, 33; Kalyoncu, 2021, 74-77; Tez, 2021, 47).

Anadolu’da henüz çark yokken, elde yapılmış seramik içki kapları Depaslar karşımıza çıkar. Ayrıca, İlk Tunç Çağının ikinci döneminde Anadolu’da seramik formlarının üstünde stilize insan yüzleri görülmektedir. Batı Anadolu’nun karakteristik kaplarından sayılan Yortan tipi seramikler bu döneme aittir (Resim 3b). Asur ticareti ile birlikte, M.Ö. 2000 civarında yazının Anadolu’ya ulaşması sonucunda, Anadolu’nun gelişimi hızlanmıştır (Kalyoncu, 2021, 78-82). Tunç Çağında çarkın keşfi ile birlikte, diğer bölgelerde olduğu gibi Anadolu’da da seramik üretimi nicel ve nitelik olarak yükselişe geçmiştir. Bunun nedeni ticaret kolonilerine bağlı olarak ilk etapta sadece Kayseri bölgesinde kullanılan çarkın, bu dönemde Orta Anadolu’da da tanınmış olmasıdır

(Resim 3c) (Acartürk, 2012b, 8; Kalyoncu, 2021, 83-91; Darga, 1992, 46-67, 212-217; Erman, 2012, 21; Özgüç, 2002, 500-501; Başaran, 1989, 33).



Resim 3:

a: Neolitik dönem seramik örnekleri, Ilıpınar, Orhangazi

b: Erken Tunç Çağı Yortan seramiği

c: Hitit seramiği

Kaynak:

Resim 3a-b-c: Ökse, 1999, 96-97.

Sonraki süreçte Anadolu’da görülen Antik Çağ kültürlerinin hepsinde seramik üretimi aralıksız olarak devam etmiştir. Tunç Çağ’ın güçlü devletlerinden biri olan ve pişmiş toprak sanatında üst düzey bir gelişim yakalamış olan Hititlerden sonra, Demir Çağında Anadolu’da egemenlik kuran devletlerden Phrygler seramikte kendine özgü bir üslup geliştirmişlerdir (Resim 4a). Stilize hayvan betimli, geometrik desenli kapların yanı sıra tapınakların dış cephelerini seramik levhalarla kaplamışlardır (Pekyaman, 2008, 21-23; Başaran, 1989, 34; Kalyoncu, 2021, 117-132). Phryglerin yıkılmasından sonra bölgeye hâkim olan Lydialılar ise bölgede oldukça güçlü bir uygarlık kurmuştur. M.Ö. 7 ve 6. yüzyılda yerel Lydia seramiği, öncelikle Lydia’nın başkenti olan Sardes’te görülmele beraber, Daskyleion ve Gordion’da da karşımıza çıkar. Lydia seramiğinin etnik nitelikte olmaktan ziyade bölgesel bir yapısının olduğu ve daha çok Batı Anadolu seramik geleneğinin etkisinde kaldığı gözlemlenir. Ancak, Lydia’ya özgü *Lydion* olarak tanımlanan parfüm şişeleri de bilinmektedir (Resim 4b) (Greenewalt, 2010, 107-108; Başaran, 1989, 34; Kalyoncu, 2021, 132-137).

Urartu seramik sanatı ise daha çok saray ve üst yönetim için üretilen kırmızı perdahlı ve özel işçilik gösteren kaplarla tanınır (Resim 4c). Bu seramik grubu, genel olarak kraliyet

ailesi veya elitleri temsil etmesi ve Urartu'ya özgü özellikler taşıması nedeniyle *Saray Malı* ya da *Bianili Seramiği* olarak isimlendirilmiştir. Seramikler kırmızı ve kırmızının farklı tonlarından oluşan astara ve parlak yüzey özelliklerine sahiptir. Bu rengin kaynağının metal kaplara öykünme olduğu düşünülmektedir. Buna ek olarak saray mallarına öykünen düşük kalite üretimlerin de olduğu bilinmektedir (Batmaz, 2020, 81-82; Başaran, 1989, 33; Kalyoncu, 2021, 92-116).



Resim 4:

a: Phryg seramiği

b: Lydia'ya özgü Lydion

c: Urartu seramiği

Kaynak:

Resim 4a, c: Ökse, 1999, 96-97

Resim 4b: Greenewalt, 2010, 515

Yunan toplumunda seramik sanatının oldukça erkene dayandığı görülmektedir. Önce elde yapılan üretim, çarkın kullanılmaya başlanmasıyla birlikte yeni bir aşamaya ulaşmıştır. Yunan toplumunda ilk seramik üretimi Minos ve Mykenli ustalar tarafından Erken Tunç Döneminde karşımıza çıkar (Resim 5a-b) (Zengin, 2007, 19-20; Başaran, 1989, 34; Çetintaş, 2018, 94; Kalyoncu, 2021, 180-190). M.Ö. 10. ve 9. yüzyıldan itibaren Minos ve Mykenli ustaların gözdesi olan denizle ilgili betimler, deniz canlıları, bitkisel semboller ve çok eğrili çizgilerden oluşmuş desenler, yerini geometrik motiflere bırakır (Kalyoncu, 2021, 192-198). Yunan seramik üretiminde çark kullanımı M.Ö. 800 civarında en üst seviyesine ulaşmıştır. Yunan çömlekçiliği ve vazo ressamlığı ise en yüksek kalitesine M.Ö. 6-5. yüzyılda Atina seramik üretimi ile ulaşmıştır. M.Ö. 7. yüzyıldan itibaren figüratif sahnelerin yoğun olarak görüldüğü Siyah Figür ve Kırmızı Figür vazolar karşımıza çıkar (Resim 5c-d). Yunan seramik sanatının bu üstün dönemi,

özellikle Kıta Yunanistan, Batı Anadolu kıyıları ve İtalya’da devam eden Roma Dönemi seramiklerine de öncülük etmiştir (Başaran, 1989, 34-35; Kalyoncu, 2021, 199-208). M.Ö. 4. yüzyıldan itibaren ise figüratif sahnelerin yerini düz siyah firnisli kaplar almıştır.



Resim 5:

a: Minos seramiği

b: Myken seramiği

c: Siyah figür tekniği

d: Kırmızı figür tekniği

Kaynak:

Resim 5a: <https://arkeofili.com/girit-uygarliginin-yukselisi-ve-cokusu/>

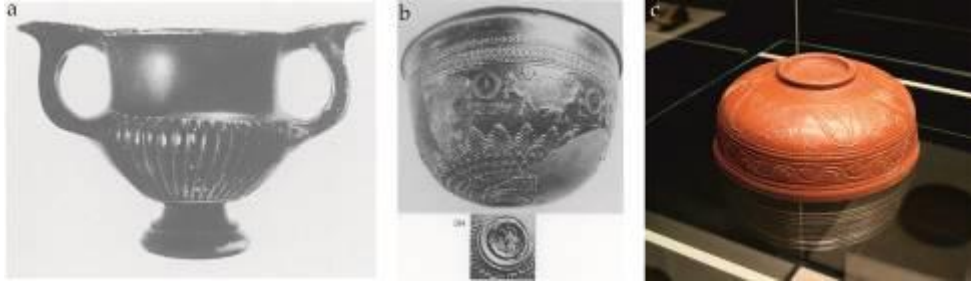
Resim 5b, <https://aktuelarkeoloji.com.tr/kategori/arkeoloji/ege-bolgesinde-ticaret>

Resim 5c-d, https://tr.wikipedia.org/wiki/Antik_Yunan_sanat%C4%B1

Hellenistik Dönemde (M.Ö. 330-30) Anadolu’da yaygın bir şekilde siyah firnis tekniğinin kullanıldığı bilinmektedir (Resim 6a). M.Ö. 2. yüzyılım ortasından itibaren ise popüler olan Yunan tipi seramiklerin azalmaya başladığı görülürken, Anadolu’da, Roma İmparatorluk Döneminde karakteristik özellik olacak kırmızı firnis tekniği kullanılmaya başlanmıştır. Yunanistan’da ise siyah firnis geleneği devam etmekle birlikte, seramik üretimi doğudaki yeni üretimlerden kademeli olarak etkilenmiştir. Kırmızı firnisli üretimlerin yanı sıra eski Hellenistik kaplar da kullanılmaya devam etmiştir. Yeni seramiklerin kalitesi daha iyi ve daha standarttır. Kalıp yapımı örnekler, en erken Megara stili ile eşdeğerken, düz, tek renkli sofraya takımlarına uygulanan sade bezemelerin varlığı da bilinir (Resim 6b) (Jones, 1950, 172-176; Aktaş, 2018; 16).

Roma İmparatorluk Döneminden itibaren kullanılmaya başlanan parlak ve kırmızı yüzeyli (Fine Ware) ince seramik kaplar için kullanılan “*Terra Sigillata*” terimi, Latince

kökenli olup “terra” toprak, “sigillata” mühür anlamına gelmektedir. Esasında kabartmalı ve mühürlü kapları ifade eden bu tanımlama daha sonrasında tüm ince seramik grupları için kullanılmıştır. Roma İmparatorluğunun ana seramik grubu olarak niteleyebileceğimiz Terra Sigillata’lardaki kırmızı renk, M.Ö. 1. yüzyıl - M.S. 7. yüzyıl aralığında Roma seramiklerinin ortak özelliği haline gelmiştir (Resim 6c) (Charleston, 1955, 5-25; Kenyon vd., 1957, 281-282; Hayes, 2008, 1-3; Aktaş, 2018, 14-17). Bizans Döneminde ise (330-1453) beyaz astar ve ince kazıma teknikleri pişmiş toprak kaplar üzerinde kendini gösterir (Erman, 2012, 22; Kalyoncu, 2021, 138-141, 246-249). Buna ek olarak Roma Döneminde çark yapımı üretimin devam ettiği bilinmekle birlikte, seri üretime bağlı olarak kalıp yapımı üretimin yoğun olarak kullanıldığı bilinmektedir.



Resim 6:

a: Siyah firnisli seramik

b: Kalıp yapımı Hellenistik seramik

c: Roma Dönemi Terra Sigillata

Kaynak:

Resim 6a: Hayes, 2008, pl. 1, no. 6

Resim 6b, Rotroff, 1982, pl.18, no.104

Resim 6c, https://en.wikipedia.org/wiki/Terra_sigillata

Ana malzemesi toprak olan seramik, erken dönemlerden itibaren insanın günlük yaşamına girmiş ve bugüne kadar kesintisiz kullanılmıştır. Anadolu’da da binlerce yıldır kesintisiz devam eden seramik sanatı Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemlerinde de devam etmiş ve var olan işlevlerinin dışında çini olarak da estetik bir düzeye ulaşmıştır (Resim 7a-c) (Acartürk, 2012b, 2). Ancak, göçebe toplumlarda seramik sanatının az geliştiği düşünülmektedir. Bunun nedeni olarak ise seramik malzemenin kırılğan yapısına bağlı olarak göçebe toplumlarının hareketli yaşam koşullarına uygun

olmadığı düşüncesidir. Türklerin de Orta Asya'daki konar-göçer yaşam tarzlarının bir sonucu olarak Türk seramik sanatının gelişimini takip etmek oldukça zordur. Ancak, Türklerin yerleşik düzene geçmeleri ile birlikte seramik sanatı da gelişim göstermeye başlamıştır. Bu süreç içinde Arap ve Türk devletlerinin seramik sanatına katkıları bilinmekle beraber, teknik gelişim Selçuklular döneminde en üst seviyeye ulaşmıştır. Türkler 11. yüzyıldan sonra Anadolu'yu ele geçirdikten sonra, bölgede 8000 yıldır devam eden seramik sanatını da bünyesine katmış ve seramik üretimi farklı bir boyut kazanmıştır (Erman, 2012, 22-32; Acartürk, 2012b, 11-14; Kalyoncu, 2021, 142-147, 219-234).

Osmanlı Döneminde İznik, Çanakkale ve Kütahya'nın öncülüğünde mimari süslemelerde ve mutfak/sofra takımlarında seramik üretiminin devam ettiği bilinmektedir. Cumhuriyet Dönemi ile birlikte ise Türk seramik sanatı yeni bir döneme girmiştir. Günümüzde ise Çağdaş Türk Seramik Sanatı ve endüstrisi hem Antik Dönem Anadolu geleneklerini hem de Türk kültür birikimini harmanlayarak gelişimini devam ettirmektedir (Kalyoncu, 2021, 148-161; Mutlu, 2007, 73-74).



Resim 7:

a: Sivas I. Keykavus Türbesi

b: İznik, Lale motifli kapaklı kavanoz, 1575

c: Aslan biçiminde kap, Çanakkale, 20. yüzyıl başı.

Kaynak:

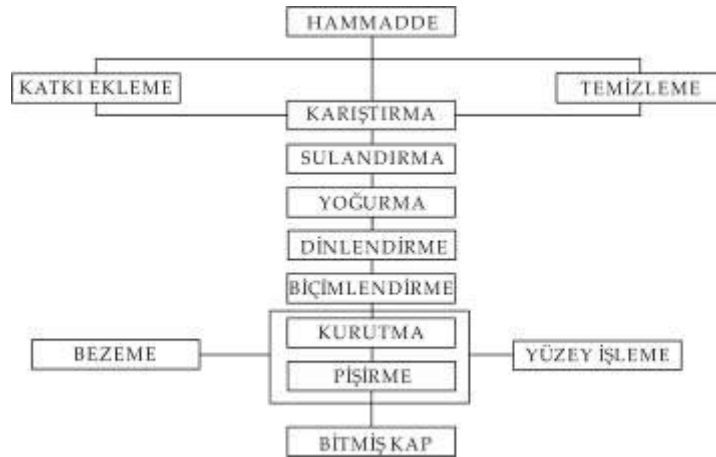
Resim 7a-c, Erman, 2012, 24-28.

SERAMİK YAPIM TEKNİKLERİ

Tarihsel akış içerisinde seramik üretiminin gelişimi takip edildiğinde Mezopotamya, İran, Anadolu, Kuzey Afrika, Kıta Yunanistan, İtalya, Asya, Avrupa ve Amerika gibi

toplumlarda kendi kültürlerine özgü seramik üretim tekniklerinin ve üsluplarının gelişmiş olduğu gözlemlenir (Kahraman, 2018; 240). Yunanca “*keramos*” sözcüğü “kil, killi toprak, topraktan yapılmış kap” anlamına gelmekle beraber, günümüzde pişmiş toprak kaplara farklı dillerde Latince kökenli “*Potum*” kelimesinden gelişmiş olan “*pottert*, *töpferware*, *poteria*” gibi isimler verilmektedir. Farsça “*gil*” sözcüğünden gelen “kil” kelimesi ise “ısladığı zaman kolayca biçimlendirilebilen yumuşak ve yağlı toprak” anlamına gelmektedir (Ökse, 1999, 1-2).

Kilin pişmiş toprak seramik malzeme haline gelme sürecinde birçok aşamadan geçtiği görülür (Şekil 1). Oldukça yumuşak bir yapıya sahip olan kilin iki tipi vardır. Bunlardan birisi orijinal çukurunda oluşan, doğa şartlarının (su, rüzgâr, buzul vd.) etkisiyle yerinden hareket etmeyen *ilk ya da artık kil* ve doğa şartlarının etkisiyle taşınan ve bu sırada çeşitlik katkı maddeleri (mineral ya da organik) toplayan (tortu) ve onlarla birleşen *tortu kil*. Tortu killer yoğurabilme, gözeneklilik ve camlaşma açısından daha kullanışlı bir yapıya sahiptir. Antik Dönemde madenlerden ya da açık alanlardan çıkarılan kil (Resim 8a-b) ilk olarak ışıkların avlusunda dinlenmeye bırakılmıştır. Daha sonrasında ise içinde çok fazla yabancı madde barındıran kil yıkanmıştır. Yıkama aşamasından sonra suyla karıştırılan kil içindeki kaba parçaların dibe çökmesi ve rafine katmanın üste çıkması için geniş havuzlarda dinlendirilmiştir. Daha sonra su başka bir havuza alınmış ve kilin içindeki havanın alınması için kil çignenmiş ve dövülmüştür (Resim 8c). Sonraki süreçte ise şekillendirme aşamasına geçilmiştir (İren, 2003, 2-10; Başaran, 1989, 9).



Şekil 1. Seramik üretiminin aşamaları.

Kaynak, Ökse, 1999, 157.



Resim 8:

a: Kırmızı figür tekniğinde Attika Kylix tondosu – Kazmayla toprağı kazan bir Ephebos

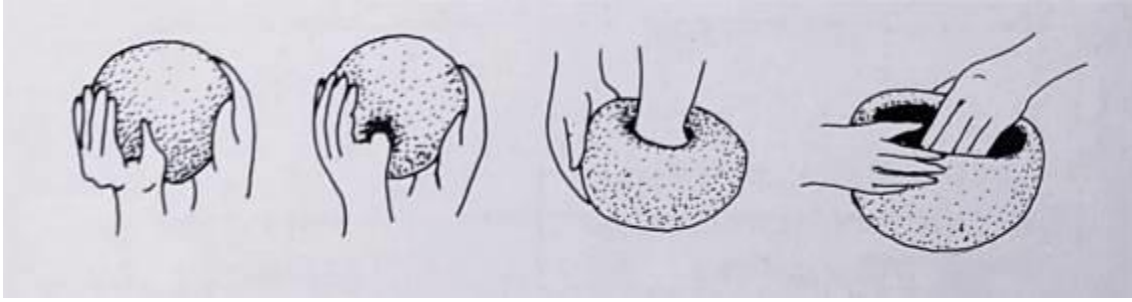
b: Siyah figür Korinth pinaksı – Kilin topraktan çıkarılması

c: Siyah figür Korinth pinaksı - Yaşlı bir adam yukarıdan sarkan bir kayışa tutunmuş kili çığnıyor, yanında bir kadın ise çark için toprağı hazırlıyor.

Kaynak:

Resim 8a-c: İren, 2003, 4-8.

Seramik üretiminde en önemli aşamalardan biri şekillendirme aşamasıdır. Bu bağlamda, seramik üretiminin gelişim sürecine bakıldığında şekillendirme sürecinde elde, çarkta ve kalıpta olmak üzere 3 farklı teknik kullanılmış olduğunu görülür. Bir kil topağının içinin elle çukurlaştırılıp kap şekline sokulması yöntemi olarak tanımlanacak olan elde üretimde kapların cidarlarında düzensiz dalgalanmalar görmek mümkündür (Şekil 2) (Ökse, 1999, 8; Başaran, 1989, 10). Seramik üretiminde ilk uygulama olan elle şekillendirmenin Neolitik Dönemde (M.Ö. 8000-5500) ortaya çıktığı kabul edilmekte birlikte, son veriler bu süreci çok daha erken bir döneme çekmektedir. İlk örnekleri Japonya, Ürdün, Irak ve İran’da gözlemlenmekle birlikte, Sümer’de M.Ö. 3250, Mısır’da M.Ö. 2750 yıllarında, Kıta Yunanistan, Kıbrıs ve Girit’te Erken Tunç Çağ boyunca el yapımı örnekler karşımıza çıkar. Ancak çarkta üretim sanatı geliştikçe elde üretim tekniği terk edilmekle birlikte, kaba mutfak kaplarında elde üretimin devam ettiği görülmüştür (İren, 2003, 11, 28; Çetintaş, 2018, 94).

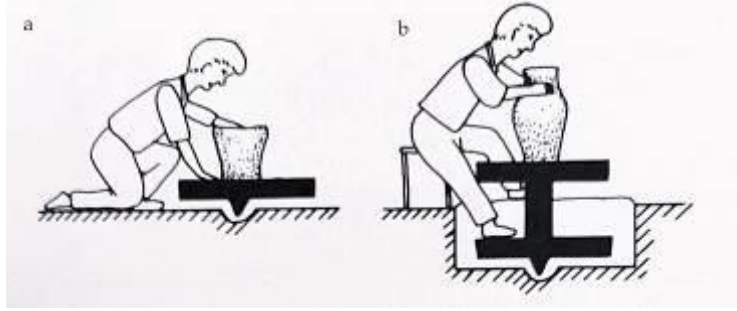


Şekil 2. Elle seramik üretiminin aşamaları

Kaynak: Ökse, 1999, 158.

Çömlek yapmak için hazırlanmış kili şekillendirmeye yarayan alet olarak tanımlanabilecek çömlekçi çarkının günümüze ulaşabilmiş örnekleri oldukça azdır. Bu konuda yazılı kaynaklar sınırlı bilgi vermekle birlikte, vazo üzerindeki betimlemeler konu hakkında bilgi edinmemize olanak vermektedir (Resim 9a) (İren, 2003, 10-11).

Kalkolitik Dönem kent devlet ekonomisinin temellerinin atıldığı, organize ticaretin ortaya çıktığı bir dönemdir. Bu kentleşme süreci içerisinde seri olarak standart forma sahip seramik kapların üretiminde gelişim gözlenir. Bunun ilk aşamasında “yavaş dönen çark, döner-tabla ya da yatay dönen çark” olarak da tanımlanan ve bilinen çömlekçi çarklarının öncüsü olan *turnet*ler kullanılmıştır (Şekil 3a). Alt yüzünde, bir oyuğa oturacak olan çıkıntısı bulunan ahşap bir tabla biçimindeki *turnet*, seramiklerin boyutlarının standart olmasına olanak sağlamıştır (Ökse, 1999, 10; Başaran, 1989, 11; Köpüklü, 2019, 242-244; Canpolat, 2011, 7; Gökbel & Gökbel Kaya, 2020, 148-149). Ancak, Kalkolitik Çağ’ın sonuna doğru (M.Ö. 3200) “hızlı dönen çömlekçi çarkı” Mezopotamya’da ortaya çıkmıştır (Şekil 3b). Elle ve ayakla çevrilen tipleri mevcut olan bu çarklar, genellikle 60 cm çapına sahip disk formu ve ahşap, pişmiş toprak ya da taştan yapılmıştır. Bu çarklar disk formu plakaların bir mil yatağı ile sabit bir yere oturtulmasıyla oluşturulmuştur. Milin rahat dönmesi için yağlanmış bir dönme yatağı bulunmaktadır (Resim 9b).



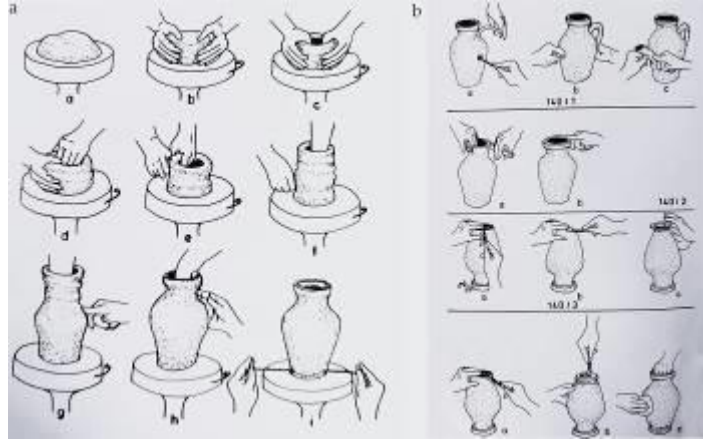
Şekil 3.

a: Yavaş dönen çark (Turnet)

b: Hızlı dönen çark

Kaynak: Ökse, 1999, 158.

Şekillendirilecek kil/çamur, plaka/çark üzerine yerleştirilmiş ve dönen çark üzerinde sürekli su ekleyerek işi yapan kişinin çarkın çevresinde dönmesiyle ya da ara sıra plakayı döndürmesiyle, elle ve bant usulüyle biçimlendirilmiştir (Şekil 4a) (Kalyoncu, 2021, 63; Kahraman, 2018, 240). Çark üzerinde şekillendirilen vazolar deri sertliğinde kurutulduktan sonra tekrar çarka getirilmiş ve metal aletler ile fazlalıklar alınmıştır. Yüzeyi pürüzsüzleştirmek için metal kalemler ve süngerler kullanılmış, daha sonra ise kulplar, kabartmalar ve diğer eklentiler eklenmiştir (Şekil 4b). Çömlekçi çarkında şekillendirilen seramik kapların çatlamaması için gölgeli ve serin bir yerde kurumaya bırakılmıştır (İren, 2003, 12-14; Başaran, 1989, 10-12). Depo için kullanılan büyük boyutlu kaplar (pithos vd.) için toprak kazılarak çark içine oturtulmuştur. Böylece daha rahat çalışma imkânı yakalanmıştır. Bu tip çarklarda elle döndürülebilen kollar mevcuttur. Bu çarklar M.Ö. 2. yüzyıldan itibaren kullanılan ayakla çalışan çarkların öncüsü olmuştur (İren, 2003, 12; Ökse, 1999, 9-10).



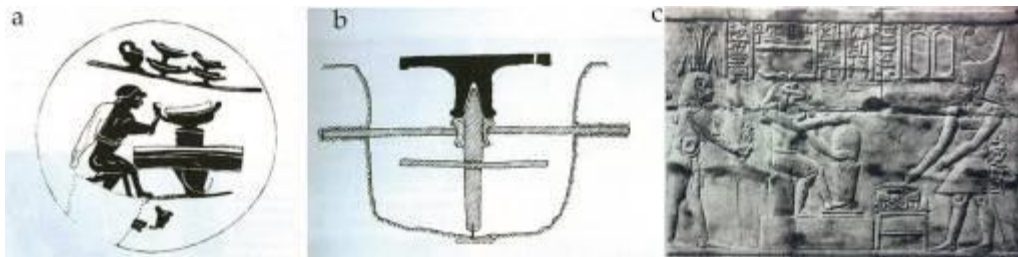
Şekil 4.

a: Çarkta seramik üretiminin aşamaları

b: Çarkta seramik üretimi sonrası rötuş ve eklemelerin yapılma aşamaları

Kaynak, Ökse, 1999, 159-160.

Ne zaman ve kimler tarafından icat edildiği net olarak bilinmese de bilinen en eski çömlekçi çarkı Mezopotamya'daki Halaf, Obeyd ve Uruk Dönemi (M.Ö. 6000-4000) yerleşimlerinde tespit edilmiştir (Kalyoncu, 2021, 62, 164-167; Canpolat, 2011, 7). Ancak, ilk hızlı çömlekçi çarkı M.Ö. 3400 civarında Uruk Döneminde Mezopotamya'da kullanılmıştır. Batıda ise M.Ö. 2400 civarında çömlekçi çarkı kullanımına geçilmiştir (Başaran, 1989, 11). Çarkın yayılım sürecine bakıldığında ise M.Ö. 3000'lerde Kuzey Mezopotamya'dan, Batı Hindistan'a, Suriye'ye, Mısır'a, Avrupa'ya ve Ön Asya'ya yayılmış olduğu arkeolojik verilerle anlaşılmaktadır. Anadolu'da ise olasılıkla ticari faaliyetlere bağlı olarak ilk kez M.Ö. 3000-2000 yılları arasında Kayseri dolaylarında, Alishar'da, Boğazköy'de ve Troia'da çark kullanımı gözlemlenir (Canpolat, 2011, 7; Mutlu, 2007, 73). Ayakla çevrilen çömlekçi çarkı ise ilk kez Yukarı Mısır'da Osiris kutsal alanının duvar kabartmalarında karşımıza çıkar (Resim 9c) (Zengin, 2007, 20; Çetintaş, 2018, 94; Erman, 2012, 21; Kahraman, 2018, 240).



Resim 9:

a: Siyah figür Attika kyliks - Çark önünde oturmuş çömlekçi

b: Çömlekçi çarkı kesiti

c: Ayakla çevrilen çark betimlemesi - Mısır Osiris kutsal alanı duvar kabartması- M.Ö. 300.

Kaynak:

Resim 9a-b: İren, 2003, 13, 20

Resim 9c, Zengin, 2007, 20.

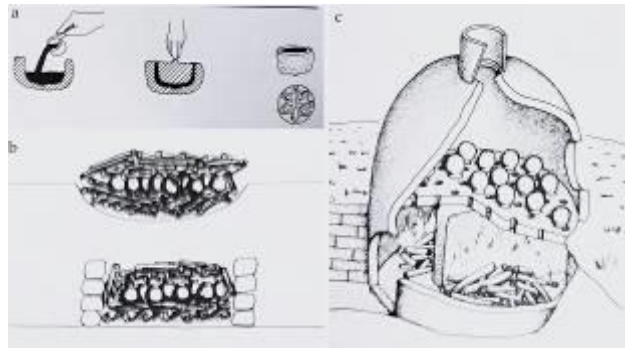
Bir diğer uygulama ise Yunan toplumunda Arkaik Dönemden itibaren bilinen kalıpla şekillendirilen seramik kaplardır. Bu yöntemde orijinal modelin şekillendirilmesi ile işlem başlamıştır. Patriks olarak tanımlanan bu ilk model bir heykeltıraş tarafından yapılmıştır. Bu ilk örnekten pişmiş toprak iki parçalı kalıp alınmıştır. Bu kalıpların içine basılan seramik sertleşmeye bırakılmıştır. Daha sonra kalıptan çıkarılan bu iki parça sıvı kil ile birbirine birleştirilmiştir (Şekil 5a). Erken dönemde kalıpta alınan hayvan ya da insan başlı kaplarda, ağız ya da gövde gibi bazı bölümler ise çark üzerinde forma eklenmiştir (İren, 2003, 28; Zengin, 2007, 29; Ökse, 1999, 9).

Vazoların hızlı su kaybetmesine bağlı olarak çatlamaların önüne geçmek adına pişirme öncesinde vazolar gölge bir alanda kurutulmuştur. Bu süreç hamurdaki nem oranının havadaki nem oranıyla eşit olana kadar devam etmiştir (Ökse, 1999, 12-14). Sonrasında pişirme işlemi başlamıştır. Erken çömlekçilikte fırın kullanımı yoktur. Sonraki süreçte kurutulmuş kil kaplar sabit bir yapı olmaksızın, “açık pişirme” yöntemi olarak tanımlanan yöntemi kullanarak pişirilmiştir. Tarih öncesi devirlerde kurutulan kapların mutfak ocaklarında pişirildikleri düşünülmektedir. Kapların içine sıcak kül yerleştirilmiş ve çevreleri de yanan kor ile kaplanmıştır (İren, 2003, 39). Bir başka ilkel seramik pişirme yöntemi olan “açık ateşte” pişirme uygulamasında, toprak içine açılan bir çukura yerleştirilen odun vd. yanıcı maddelerin üzerine pişirilecek kaplar ağızları aşağı gelecek şekilde yerleştirilmiştir. Kapların üzeri ise yine çalı, dal ve tezek gibi yanıcı malzeme ile kaplandıktan sonra ateş yakılmıştır. Bir diğer uygulamada ise bu ateş çukurunun çevresi taş ya da kil ile kaplanmıştır (Şekil 5b). Söz konusu yöntemde ateşin ısısının 750-800 derecenin üzerine çıkamaması sonucunda kapların her tarafı eşit

miktarda pişmez. Buna bağlı olarak yer yer islenme nedeniyle alacalı bir görünüm oluşur (Ökse, 1999, 14; İren, 2003, 39).

Erken dönem fırınları ise oldukça ilkel yapılardır. Bu tipler belli bir kurala göre inşa edilmemiş ve form bakımından oldukça farklılık göstermiştir. Fırınların temelleri ve alt kısımları taştan iken, üst kısmı sorgun ağacı ve büyük dallarla örülmüştür. Pişirme sonrasında bu kısım yıkılarak seramik kaplar dışarı alınmıştır. Fırınlar eğimden yararlanmak ve düz zeminde çukur kazmamak amacıyla tepelerin yamacına yerleştirilmiştir. Yanma haznesi, tepenin yüksekliğine bağlı olarak yamaca doğrudan kazılmıştır. Bu durum daha iyi ısı yalıtımı ve yanma sırasında ısı şoklarına karşı daha fazla istikrar sağlamıştır. Ayrıca, ateşin körüklenmesini de kolaylaştırmıştır. Ateşleme için yakıt, çevre ormanlık alanlardan toplanmıştır (Ökse, 1999, 15; İren, 2003, 39-55).

Açık ateşte pişirmenin yerini alan ilk fırınlar 1050°-1200° C sıcaklık aralığında pişirim yapmaya olanak sağlamıştır (Şekil 5c). Böylece ilk etapta bir aile içi uğraş olan seramik üretimi, çömlekçi çarkının ve daha ileri fırınların ortaya çıkması ile birlikte profesyonel bir meslek haline gelmiş ve atölyeler ortaya çıkmıştır. Çömlekçilik zaman içinde bir endüstriye dönüşmüş ve şehirlerin belli bölgelerinde toplanarak çömlekçi mahalleleri oluşmuştur. Bunlardan en bileneni ise Atina, *Kerameikos* çömlekçi mahallesidir (Kalyoncu, 2021, 10, 62; İren, 2003, 11).



Şekil 5.

a: Kalıpta seramik üretiminin aşamaları

b, Açık ateşte pişirme yöntemi

c: Kapalı ortamda (fırında) pişirme yöntemi

Kaynak: Ökse, 1999, 158, 161.

Piştirme işlemi 3 aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk aşama olan Oksidasyon (Fırına hava verilmesi) aşamasında 800 C° dumansız ve alevli yanma sürecinin sonunda oksitleyici atmosferde vazunun rengi kırmızı olmuştur. Yaklaşık 8 saat süren bu aşamada fırının cehennemliği ve baca kapakları açık bırakılmıştır. İkinci aşama olan Redüksiyon (Fırına duman verilmesi) sürecinde fırını içine duman oluşturacak olan maddeler (yağ, talaş, ıslak odun vd.) atılmış ve fırının ısısı duman ve karbonmonoksit elde edilene kadar kısılmıştır (780 C° - siyah demir oksit elde edilir). 10-15 dakika süren bu aşamada fırının kapakları ve hava delikleri kapalı tutulmuştur. Süreç sonunda vazunun kil rengi ve astar koyulaşmış ya da kurşini renk almıştır. Son aşamada (Oksidasyon- Fırının açılması) ise fırının hava delikleri ve kapaklar tekrar açılmıştır. İçeriye tekrar oksijen girdiğinde, kabın yüzeyinde redüksiyon sürecinde siyah renk alan astar ve bezemeler gözeneksiz yapısı nedeniyle siyah rengini kaybetmemiştir. Ancak astar ya da bezeme oluşturmayan alanlar gözenekli yapıya sahip olduğu için içlerine giren oksijen nedeniyle tekrar kırmızı rengini almıştır. Böylece boyama sırasında istenen desenler vazunun renginden farklılık göstermiştir (Tez, 2021, 26; İren, 2003, 40-42; Ökse, 1999, 15-16).

GELENEKSEL YÖNTEMLER İLE KASTAMONU’DA CABA ÜRETİMİ

Tunç Çağından itibaren hızlı bir gelişim gösteren Antik Dönem seramik üretimi ile modern uygulamaların çok farklılık göstermediği anlaşılmaktadır. Söz konusu üretimlere teknolojinin dahil olmasına karşın hem üretim ve piştirme tekniklerinde hem de form çeşitliliğinde büyük değişiklikler gözlenmemektedir. Günümüzde seramik üretiminde rol oynayan büyük işletmelerin kurulması, küçük atölyelerin azalmasına neden olmaktadır. Ancak, bazı bölgelerde Antik Dönem gelenekleri ile üretimin sürdürüldüğü görülmektedir. Kastamonu merkezine yaklaşık 17 km mesafede, eski Devrekani yolu üzerinde yer alan adını da seramik üretimi geleneğinden alan Çömlekçiler köyünde Küçüksu seramik üretim geleneğinin son temsilcisi bulunmaktadır. Bölgede 1970’li yıllarda 50 hanenin, Kastamonu yöresinde “Caba” olarak tanımlanan toprak kap/güveç üretimi yaptığı bilinmektedir. Bu tarihlerde büyük çoğunluğu kadın olan seramik üreticilerinden, 2016 yılına gelindiğinde ise geriye iki kişi kalmıştır (Çalışıcı Pala, 2017, 4). Günümüzde ise sadece tek kişi bu sanatı devam

ettirmektedir. Söz konusu sanatın son temsilcisi olan Hasan Ünal geleneksel yöntem ile seramik üretmektedir. Köyde daha önce köy kadınlarının seramik üretimi yaptığı, Hasan ustanın ise bu seramik malzemeyi (*Caba*) şehre götürüp sattığı bilinmektedir. Ancak bu işi devam ettiren köy kadınların vefat etmeleri ya da işi devam ettirmemelerine bağlı olarak, Hasan usta son 15 yıldır üretime de kendisi geçmiştir.

Kastamonu, Küçüksu köyü yakınlarından elde edilen kil, direk ateşe dayanıklı olmasına bağlı olarak Türkiye’de ender bulunan kil tipleri arasında yer almaktadır. Ancak, kilin kaba yapısına bağlı olarak elle şekillendirilmesi daha kolay olmakla birlikte, kil iyice elendikten sonra çarkta şekillendirmeye uygun hale gelmektedir (Çalışıcı Pala, 2017, 4). Kastamonu Küçüksu seramik üretiminin son temsilcisi olan Hasan ustanın üretim sürecinde ilk adım, üretim için gerekli olan toprağın elde edilmesidir. Kil kaynağı olarak, Hasan ustanın atölyesine yaklaşık 2 km uzaklıkta, birbirine yaklaşık 150 m. uzaklıktaki iki tepe üzerinde yer alan iki kil yatağı kullanılır. Bunlardan birinden kırmızı toprak, diğerinden gök toprak (kayın) olarak tanımlanan iki çeşit toprak temin edilmektedir (Resim 10a-b). Kalbur ile birkaç defa elenen iki toprak birbirine eşit miktarda karıştırılmaktadır. İki toprağın karıştırılmasındaki ana neden ise kırmızı toprağın tek başına kullanıldığı takdirde üretim sırasında çatlamasıdır. Ahşap bir teknede karıştırılan iki toprak sulandırıldıktan sonra bir gün boyunca dinlendirilir (Resim 10c).



Resim 10:

a: Kırmızı toprak ve gök toprak konum

b-c, Kırmızı toprak ve gök toprağın kuru ve sulandırılmış hali

Çamurun dinlenmesi sonrasında ise seramiğin şekillendirme süreci başlar. Bu aşamada usta iki teknik kullanmaktadır, kalıp üretimi ve çark üretimi. Ancak, Hasan usta, ileri yaşı nedeniyle üretiminde zorlandığı çarkta üretim yapmayı çok fazla tercih etmediğini,

bunun yerine, kendi geliştirdiği kalıp tekniği ve çark kullanımını birleştirerek seramiklere şekil verdiğini belirtir. Kalıp olarak farklı boyutlarda özel olarak yaptırmış olduğu metal kalıpları, kaba şekil vermek için ise şimsir kaşık, meşin, bıçak ve metal saç kullanır (Resim 11a-d). Çark olarak ise bir kütük üstüne yerleştirmiş olduğu Antik Dönemde “turnet” olarak tanımlanan oldukça basit ve elle çevrilen yavaş dönen çark kullandığı görülmektedir (Resim 11e-f).



Resim 11: Kullanılan kalıplar ve şekillendirmede kullanılan aletler

a-b-c: Kalıplar

d: Şekillendirmede kullanılan deri, şimsir kaşık, bıçak

e-f: Yavaş dönen çark “Turnet”

Kalıp tekniği, Her ne kadar kalıp tekniği olarak nitelendirmiş olsak da Hasan ustanın bu aşamada kendine has bir teknik geliştirdiği ve kalıp ile çark kullanımını birleştirerek üretim yaptığı görülür. Bu sürecin en başında dinlenen çamur (kil), altına naylon serili olan ahşap bir çerçeve içine yerleştirilir. Bunun üzerini ise tekrar bir naylon ile kapatıp, merdane ile çamurun içindeki hava kabarcıklarının yok etmesi için ezmeye ve dövmeye başlar (Resim 12a-b). Dikdörtgen şeklindeki kalıbın içine yaydığı çamuru yarım santim kalınlığında inceltir. Hasan ustanın daha önceden yaptırdığı ve farklı boyutlara sahip olan metal kalıplar taban oluşturmak amacıyla, uygun boyutlara getirilen kilin üstüne yerleştirilir (Resim 12c-d). Kalıp boyutunda kesilen kil, bir ahşap plaka yardımı ile çark üzerine alınır. Dikdörtgen kalıp içinde kalan parçalar ise *Cabanın* (Güveç) gövdesini oluşturmak için kalıp içine parçalar halinde yerleştirilir. Çamurun kalıba yapışmaması

için kalıp ile kil arasına naylon yerleştirir. Sonraki süreçte kalıba parçalar halinde yerleştirdiği kil kalıplarını, ıslattığı bir şimşir kaşık yardımı ile birleştirir (Resim 12e-f).



Resim 12:

a-b: Çamurun içindeki hava kabarcıklarının yok edilmesi

c-d: Kalıbın hazırlanması

e-f: Kalıpların çark üzerinde birleştirilmesi ve şimşir kaşık ile düzeltilmesi

Şimşir kaşığı özellikle kullandığını belirten Hasan usta, bu tip kaşığın daha kaygan olduğunu, bu özelliği sayesinde kile yapışmadığını ve kilin daha hızlı ve düzgün şekillendirildiğini belirtir. Elle çevirdiği çark üzerinde *Cabanın* gövdesini birleştirdikten sonra, kalıp altında kalan taban ile gövdeyi birleştirmek için kalıp içine küçük kil parçaları ekleyerek alt ve yan parçaları çarkta elle çevirerek birleştirir. Bu işlem bittikten sonra ise kalıbın üstünde ve tabanında kalan fazla parçaları bir bıçak yardımı ile alır. Kalıbı çıkarmadan önce, yine kil parçalar ekleyerek *Cabanın* ağzını oluşturur (Resim 13a-c). Kili ekledikten sonra ise başparmağına tabaklanmış ince bir sığır deri parçası (meşin) dolayarak bir eli ile çarkı döndürürken, bir eli ile kabın ağız ve iç kısmı düzeltilir (Resim 13d). Bu işlem sonrasında, kalıp ve naylonlar çıkarılır (Resim 13e-f). Alt ve üst parçalar bir bıçak ve su yardımı ile birbirine birleştirilir. Daha sonra yine meşin parçası ile bu sefer kabın dış yüzü düzeltilir (Resim 13g-h). Bu süreç boyunca elinin kile yapışmasını engellemek ve daha kolay şekillendirmek adına devamlı olarak su kullanmaktadır. Asıl amacı gözenekleri kapatarak çömleği geçirimsiz hale getirmek olan bir deri parçası ile perdah uygulaması yapılır. Ancak işlemi son bulmamış olan *Caba*, son düzeltilmeler ve eklemeler için bir saatliğine kurumaya bırakılır (Resim 14a-b).

Sonrasında düz olan gövde biraz daha bombeli bir yapıya kavuşturulduktan sonra (Resim 14c-d), yine metal bir saç, bıçak ve şimşir kaşık yardımı kabın dip kısmına yuvarlak bir form verilir (Resim 14e-1).



Resim 13:

a: Taban ve gövdenin birleştirmesi

b: Ağızın eklenmesi

c-d: Fazlalıkların alınması ve perdahlama

e-f: Kalıp ve naylonlar çıkarılması

g-h: Alt ve üst parçaların birleştirilmesi ve kabın içinin dışının düzeltilmesi



Resim 14:

a-b: Kurumaya bırakılan Caba

c-d: Kabın dışbükey profilinin verilmesi

e-1, Kabın dip kısmının düzeltilmesi

Kaynak:

Resim e-1: Çalışıcı Pala, 2017, 7.

Eklentileri de yapılan kaplar pişirme aşamasını kadar kurumaya bırakılır (Resim 15a-d). Bunun dışında Cabalar için, modern bir metal kapak yardımı ile kapak oluşturulmaktadır. Burada modern kapağın içi kısmına yerleştirilen kilin çökmemesi

için kuruma sürecinde kapağın orta kısmı naylon ile desteklenmektedir. İki saat kuramaya bırakılan kapağa, sonrasında tutamak eklenir. (Resim 15-e-h). Üretilen seramik malzeme fırınlanmadan önce en az 3-4 gün gölgede dinlendirilerek kurutulur. Ayrıca fırınlama öncesinde, farklı bir koyu kırmızı toprak ile malzeme astarlanmaktadır/cilalanmaktadır. Bu astarlama süreci ise fırınlama öncesi yapılmaktadır. Malzemenin üzerine yağ iken sürülmemektedir.

Çarkta üretim, İlk olarak, üretilecek kabın boyutuna göre uygun miktarda kil topağı çark üzerine yerleştirilir. Daha sonra ise bir el ile çark çevrilirken, diğer el ile kile istenen şekil kabaca verilir. Sonraki aşamada daha ince detaylar için bıçak ve deri parçası kullanılarak kaba son şekli verilir (Resim 16-a-f).



Resim 15:

a-b: Kabın dışbükey profilinin verilmesi ve eklentilerin yapılması

c-d: Pişirme öncesi kurutma

e-h: Kapak üretimi



Resim 16:

a-f: Çark üretimi

Hasan usta pişirme aşamasında, yine Antik Dönemde kullanılan bir yöntem olan açık alanda pişirme tekniği kullanmaktadır. Rüzgârın yardımı ile yapılan bu pişirmede

rüzgârın şiddetine göre pişirme iki saat kadar devam etmektedir. Odun olarak çam kabuğu, çam dalı, meşe kullanılmaktadır. Bu uygulamada bazen düz zeminde bazen ise derin olmayan bir çukur hazırlanır ve kaplar bu alana ters bir şekilde dizilir. Sonrasında ise seramik malzemenin üzerine odunlar atılarak pişirme işlemi başlatılır (Resim 17a-b). Yaklaşık iki saat süren bu uygulamada, odun az geldiği takdirde gerekli bölümler tekrar odun ile beslenmektedir. Pişirme işlemi son bulan kaplar yan tarafa alınarak soğutulur, sonrasında satışa sunmak için saman dolu kasalara alınır (Resim 17c).



Resim 17:

a-b: Pişirme Süreci

c: Satışa sunmak için saman dolu kasalara Cabalar

Kaynak: Çalışıcı Pala 2017, 9

SONUÇ

Temel malzemesi kil/toprak/çamur olan seramik, tarihin erken dönemlerinden itibaren insan yaşamının bir parçası olmuştur. İlk olarak pişirmeksizin kullanılan kil daha çok dini ritüllerin bir parçası olan idol, tanrı ve tanrıça heykelticilerinin yapımında kullanılırken, yerleşik yaşamın getirdiği dinamiklerle birlikte, mutfağın da önemli bir unsuru olmuştur. İlk aşamada evsel bir üretim olan seramik malzeme, özellikle Kalkolitik Dönem itibarıyla kentleşme, üretimde standartlaşma ve ticari gelişmeler ile birlikte, profesyonel bir zanaat halini almıştır. Tunç Çağına kadar daha ilkel yöntemlerle devam ettirilen seramik üretimi, bu dönemden sonra gelişen teknoloji ile hızlı bir gelişim ivmesi kazanmıştır. İlk etapta Anadolu dışında başlayan gelişim süreci, Asur Ticaret Kolonileri Dönemi ile Anadolu'ya ulaşmış, bu süreçten sonra ise Anadolu'daki tüm uygarlıklarda gelişim kaydederek devam etmiş ve bir sanat haline gelmiştir. Türklerin Anadolu'ya gelmesi ile birlikte, bölgede binlerce yıldır devam eden bu seramik sanatı, taşıdığı geleneksel özellikleri de bünyesine katarak yeni bir bakış açısı

ve boyut geliştirmiştir. Osmanlı Döneminde İznik, Kütahya ve Çanakkale başta olmak üzere çok sayıda üretim merkezinde üretilmiştir. Cumhuriyet dönemi ile birlikte ise Türk seramik sanatı hem Antik Dönemden getirdiği gelenekleri hem de Türk-İslam geleneklerini bir potada harmanlayarak yeni bir bakış açısı geliştirmiştir. Günümüzde modern seramik sanatı, bu muazzam gelenek üzerinde teknolojinin de yardımı ile yükselmeye ve gelişmeye devam etmektedir.

Her ne kadar seramik üretimine son dönemde teknolojinin de dahil olması ile birlikte, çağdaş seramik sanatında büyük gelişmeler görölse de, Antik Dönem seramik üretimi ile modern uygulamaların temelinde çok farklılık göstermediği anlaşılmaktadır. Hatta bazı bölgelerde binlerce yıllık geleneksel seramik üretiminin devam ettiği bilinmektedir. Kastamonu, Küçüksu Çömlekçiler mahallesinde devam eden ve Kastamonu yemek kültürünün bir parçası olan “*Caba*, toprak kap/güveç” üretimi de bunlardan biridir. Son temsilcisi olan Hasan usta tarafından çok iptidai koşullarda yürütölen bu üretim sürecinde Kalkolitik Dönemde karşılaştığımız “Turnet, yavaş dönen çark” kullanımı ve ilkel “açık ateşte pişirme” gibi binlerce yıllık üretim tekniklerinin hala yaşamaya devam ettirildiği görölür (Bakır, 1984, 35-53; Öney, 2020, 620-629). Bu seramik üretimi ile üretilen “*Cabaların* yemek, güveç, ekmek için ayrı formlarının olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda köklü bir geçmişe sahip olan Kastamonu yemek kültüründe *Caba*’nın da oldukça önemli bir yeri vardır (Çam & Çılgınoğlu, 2021, 183).

Küçüksu seramik geleneğin son temsilcisi olan Hasan ustanın yaşının 80 civarında olduğu düşünöldüğünde, bu geleneksel üretimin yok olmakta olan bir kültürel miras olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, söz konusu geleneği korumak için bazı öneriler sunulabilir. Yapılan araştırmalar, geleneksel *Caba* çamurunun açık ateşe dayanıklı yapısına bağlı olarak günlük yaşamda kullanılmasının yanı sıra seramik sanatları derslerinde de öğretim amaçlı kullanılabileceği anlaşılmaktadır (Çalışıcı Pala, 2017, 19). Ayrıca, yapılacak projeler vasıtasıyla Üniversite ya da Halk Eğitim Merkezlerinde verilecek eğitimler ile bu geleneksel üretim tekniği gelecek kuşaklara aktarılabilir ve Kastamonu ilinin bir değerisi olan *Caba* üretiminin devam etmesi sağlanabilir. Buna ek olarak, günlük kullanım kabı olmanın yanı sıra süs eşyası olarak farklı ve yeni formları ile hediye stantlarında da yer alabilir. Ayrıca, turistik alan ve mekanlarda geleneksel

üretim ile oluşturulacak atölyeler turistlerin de ilgisini çekecek ve Kastamonu turizmine ve ekonomisine katkı sağlayacaktır.

Son söz olarak, binlerce yıldır süregelen geleneksel Küçüksu seramik üretiminin devam etmesi; *Caba*’nın köklü Kastamonu mutfağı içinde varlığını koruması ve binlerce yıldır devam eden bu geleneğin genç nesillere aktarılması aşamasında önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra ayrıca süs eşyası olarak hediye stantlarında yer almasına ve turistik seramik atölyelerin oluşturulmasına bağlı olarak kentin turizm gelirine katkı sağlayacağı yadsınamaz.

KAYNAKLAR

- Acartürk, B. (2012a). Mısır (pastası) çamurlarında kuru ve sulu sementasyon yöntemleri ile pişirim. 6. *Eskişehir Pişmiş Toprak Sempozyumu*, 10-23 Eylül 2012, 9-23.
- Acartürk, B. (2012b). Toprağın binlerce yıllık macerası. *ACTA TURCICA*, IV(1), 1-17.
- Alper, S. (2018). Çömlekçilik risalesi ve doğu Türklük sahasında çömlek kültürüne ait sözcükler. 9. *Milletlerarası Türk Halk Kültür Kongresi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, (20-24 Kasım 2017, Ordu)*, 5. Cilt, *Maddi Kültür*, 33-40.
- Aktaş, R. (2018). Antandros kazısı yamaç ev roma dönemi seramikleri [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Ege Üniversitesi.
- Bakır, T. (1984). Ananevi seramik yapımına Doğu Anadolu’dan bir örnek; Erzurum Yiğittaşı Köyü’nden (sos) nazlı nene seramik yapıyor. IV. *Ulusal El Sanatları Sempozyumu, (21-24 Kasım 1984, İzmir)*, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, 35-53.
- Başaran, C. (1989). *Arkeolojiye giriş II*. Fen Edebiyat Fakültesi Ofset Tesisleri.
- Başgelen, N. (2006). Seramiğin bulunup geliştiği Anadolu’nun benzersiz dönemi Neolitik Çağ. *Seramik Türkiye Dergisi*, 13, 108-113.
- Batmaz, A. (2020). Urartu’dan Osmanlı’ya kalan bir miras, parlak kırmızı astar. *Seramik Araştırma Dergisi (SRMKA)*, 2, 80-90.

- Berg, I. (2020). The potter's wheel. Eds. C. Smith *Encyclopedia of Global Archaeology*, 1-13. Springer Nature Switzerland AG. https://doi.org/10.1007/978-3-319-51726-1_3443-1.
- Canpolat, A. (2011). Seramik şekillendirme yöntemlerinde tornanın kullanımı ve seramik tornalar [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Charleston, R. J. (1950). *Roman pottery*, London.
- Childe, G. (2006). *Kendini yaratan insan* (Çev. F. Ofluğlu), Varlık Yayınları.
- Çakı, M. (1999). Neolitik dönemden İlk Çağa seramiğin kültürel nesne olarak insan yaşamındaki yeri, [Sanatta Yeterlilik Tezi]. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çalışıcı Pala, İ. (2017). Kastamonu Küçükso çömlekçiliğinin günümüzdeki durumu ve kullanılan *Caba* çamurunun güncel tasarımlarla değerlendirilmesi. *Uluslararası Taşköprü Pompeiopolis Bilim Kültür Sanat Araştırmaları Sempozyumu*, 10-12. Tam Metin Kitabı.
- Çam, O. & Çılğınoğlu, H. (2021). Yöresel mutfakların gastronomi turizmindeki önemi, Kastamonu mutfağı örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 176-192.
- Çetintaş, E. (2018). Antik dönemde seramik üretim tekniklerine dair izler, Rhodiapolis örneği. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (21), 93-105.
- Darga, M. (1992). *Hitit Sanatı*. Akbank Kültür ve Sanat Kitapları, 56.
- Eren, M.E. (2012) Avrupa mimarisinde çini sanatının 19. yy. Osmanlı mimarisine etkileri. 6. *Eskişehir Pişmiş Toprak Sempzyumu*, 10-23 Eylül 2012, 209-221.
- Erhat, A. (1996). *Mitoloji sözlüğü*. Remzi Kitapevi.
- Erman, D. O. (2009). Seramik sanatında kuş figürü üzerine kişisel uygulamalar [Sanatta Yeterlilik Eseri Çalışma Raporu]. Hacettepe Üniversitesi.
- Erman, D. O. (2012). Türk seramik sanatının gelişimi, toprağın ateşle dansı. *ACTA TURCICA*, IV(1), 18-33.

- Fraser, J. G. (1918). *Folklore in the old testament, studies in comparative religion, legend, and law, II*. Macmillan and Co.
- Genç, S. & Karakaya, B.D. (2012). Antik Mısır çamuru araştırması. 6. *Eskişehir Pişmiş Toprak Sempzoyumu*, 10-23 Eylül 2012, 221-233.
- Gökbel, F.M. & Gökbel Kaya, N.M. (2020). Sanatsal ifade biçimi olarak çömlekçi çarkının kullanımı, *Kalemisi*, 17, 148–164. doi, 10.7816/kalemisi-08-17-12
- Greenewalt, C. H. Jr. (2010). Lydia çömlekçilik. *Lidyalılar ve Dünyaları*, 107-124. Yapı Kredi Yayınları.
- Hayes, J. W. (2008). *Roman pottery fine-ware imports, the Athenian Agora*, 32. New Jersey.
- İren, K. (2003). *Vazo resimleri ışığında eski Yunan çömlekçiliği*. Ege Yayınları.
- Jones, F. F. (1950). Pottery. (Ed.) H. Goldman, *Excavations at Gözlü Kule, Tarsus, The Hellenistik and Roman Period*, 1, 149-296.
- Kahraman, D. (2018). Lombok adası çömlekçiliği. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 8(1), 238-255.
- Kalyoncu, H. (2021). *Tarih öncesi çağlarda “Seramik”*. Cinius Yayınları.
- Karatağ, M. (2020). *Klasik arkeoloji sözlüğü, Yunan-Roma*. Töz Yayınları.
- Kenyon, K. M., Crowfoot, J. W. & Crowfoot, G. M. (1957). *Samaria Sabaste III, The Objects from Samaria*, London.
- Kobayashi, T. (2004). *Jomon Reflections, Forager Life and Culture in The Prehistoric Japanese Archipelago*, Oxbow Books.
- Köpüklü, M. (2019). Silindirik yüksek formların seramik tornasında şekillendirilmesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 23, 241-261.
- Liddell, H. G. & Scott, R. (1843). A Greek-english lexicon “κεραμεοῦς”. *Perseus DigitalLibrary*.<http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.04.0057%3Aentry%3Dkerameou%3Ds> (12.11.2022).
- Mutlu, H.S. (2007). Zamanın çarkında Anadolu’da seramik, *Anadolu Sanat*, 18, 71-75.

- Oral, E. (2020). Anadolu Kalkolitik Dönem boyalı seramik geleneği. *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(34), 2073-2082.
- Ökse, A.T. (1999). *Önasya arkeolojisi seramik terimleri*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Öney, D. (2020). Anadolu çömlekçiliğinde gelenek ve inanışlar. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 26(45), 620-629. doi,<https://doi.org/10.35247/ataunigsed.765301>
- Özgüç, T. (2002). Eski Hitit Çağı seramiği, kült vazoları, (Ed. Jacob, W.) *Hititler ve Hitit İmparatorluğu*, 500-501.
- Pausanias, *Description of Greece*.
(<http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.01.0160%3Abook%3D1%3Achapter%3D3%3Asection%3D1>)
- Pekyaman, H. (2008). Frig uygarlığı seramik sanatı ve kişisel yorumlar [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Rick, D. (2022). Basket weaving and woven-fiber technology in the pre-pottery neolithic (PPN), 1-24, Doi, [10.13140/RG.2.2.22741.91361](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22741.91361). (https://www.researchgate.net/publication/358797643_Basket_Weaving_and_Woven-Fiber_Technology_in_the_Pre-Pottery_Neolithic_PPN)
- Rotroff, S.I. (1982). *Hellenistik pottery, athenian and imported moldmade bowls, The Athenian Agora*, 22.
- Tez, Z. (2021). *Toprağın ateşle dansı, seramik sanatının soylu tarihi*. Doruk Yayımcılık.
- Tsetlin, Y. B. (2018). The origin of ancient pottery production. *Journal of Historical Archaeology & Anthropological Sciences (JHAAS)*, 3(2), 193-198.
- Trubachev, O. N. (1966). *Handicraft terminology in Slavic Languages*. Moscow, Nauka.
- Utkan, M.S. (2012). Çatalhöyük. *ACTA TURCICA*, 4(1), 51-61.

- Ünal, S. (2020). Çağların akışında Anadolu pişmiş toprak kültürü, *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 2(4,4), 928-950.
- Vandiver, B. P., Soffer, O., Klima, B. & Svoboda, J. (1989). The Origins of Ceramic Technology at Dolni Vestonice, Czechoslovakia. *Science (New York, N.Y.)*, 246, 1002-1008.
- Wu, X., Cohen, D. J., Goldberg, P. & Arpin, T. (2012). Early pottery at 20,000 years ago in Xianrendong cave, China, 1696-1700. Doi, 10.1126/science.1218643.
https://www.researchgate.net/publication/228089260_Early_Pottery_at_20000_Years_Ago_in_Xianrendong_Cave_China
- Zengin, F. E. (2007). Antik Yunan seramiklerinde çömlekçilik konulu sahneler, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

13/12/2022

Kabul Tarihi / Accepted Date:

24/01/2023

Impacts of COVID-19 on Unemployment: Bangladesh Perspectives

Md. Ikhtiar Uddin BHUIYAN¹ Md. Meshkat MOLLIK² & Most Arafat Jahan TULY³

Abstract

Bangladesh must continue to struggle and create room for young empowerment, notwithstanding its remarkable economic growth. Inducing a recession, the economic impact of the pandemic has serious ramifications for the Bangladeshi economy. Considering secondary data obtained from websites, newspapers, journals, and reports, this research examines how the COVID-19 pandemic has affected unemployment in Bangladesh. The youth population has increased by a big margin, which means that the total number of unemployed youths in Bangladesh has actually risen much more than what seems on the surface, and the Bangladesh economy has experienced jobless growth in recent years. Even during the COVID-19 pandemic lockdown, private enterprises laid off workers, worsening unemployment. Many of them are disadvantaged and lack access to opportunities.

Keywords: Covid-19, Lockdown, Unemployment, Jobless growth, Bangladesh.

INTRODUCTION

In numerous emerging and developed nations, unemployment has become a major issue. Bangladesh's ranking of 126 out of 181 on the global youth index explains this phenomenon (The Business Standard, 2021). The United Nations Sustainable Development Cooperation Framework (UNSDCF) 2022-2026 identifies youth as a key agent of transformational change for Bangladesh (The Financial Express, 2022a). The UNDP country program for 2022–2026 emphasized giving young people the resources

¹ Assoc. Professor; Department of Government and Politics, Jahangirnagar University, Savar, Dhaka, Bangladesh

E-mail: ikhtiar.bhuiyan@juniv.edu

ORCID: 0000-0003-4300-3925

² Student; Department of Government and Politics, Jahangirnagar University, Savar, Dhaka, Bangladesh

E-mail: meshkatsmr@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8541-3717

³ Student; Department of Government and Politics, Jahangirnagar University, Savar, Dhaka, Bangladesh

E-mail: arafatjahan66@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8406-5711

Atf İçin / For Citation: BHUIYAN, M. H. I., MOLLIK, M. M., & TULY, M. A. J. (2023). Impacts of COVID-19 on Unemployment: Bangladesh Perspectives. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 65-92. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

and opportunity they need to achieve their potential as one of the country's most significant economic actors. Therefore, the growth of youth continues to be a primary emphasis (Zaman, 2019).

The unemployment problem in Bangladesh is the most difficult socioeconomic element. When the unemployment rate rises, households, society, and economy affected in several ways. Unemployment has a negative effect on household consumption due to a lack of money (Tasneem, 2020). Long-term unemployment compels individuals to commit societal offenses. At the economic level, unemployment affects savings, output, and the amount of taxes the government collects, resulting in an increase in the budget deficit. Bangladesh's most difficult macroeconomic challenge is unemployment. The issue cannot be resolved with a single wave of the wand; Long-term planning is the only way to reduce unemployment. (Roy et al., 2021). In Bangladesh, unemployment regarded as an impediment to economic growth, especially among the literate unemployed. Bangladesh is experiencing fast growth, and a growing number of Bangladeshi women hold key positions in the governmental and private sectors. Government must sustain this trend and ensure gender equality in all facets of life. Men should play an essential role in achieving gender equality since they, too, are susceptible to limiting gender norms. The employment rate for Bangladeshi women is under 40% and of them, ninety percent work in the informal economy. Consequently, it can infer that the majority of educated women in Bangladesh continue to be unemployed. This issue requires a comprehensive investigation (Pritu, 2018).

Every year, over 25 lakh young adults enter the labor force, but nearly half remain unemployed. This is the fundamental reason for all social problems (The Financial Express, 2022b). The education system of Bangladesh designed largely to serve the formal sector, despite the fact that the informal SME sector is the largest source of employment in the country. In recent years, a mentality has arisen in which everyone aspires to enter the privileged and stable government sector, and as a result, it has neglected to pursue wider prospects. This way of thinking must change.

A recent survey conducted by the Bangladesh Institute of Development Studies (BIDS) indicated that 66 percent of National University graduates are unemployed. The number

of educated unemployed people continues to rise, owing primarily to three factors. First, there is a significant disparity between job market demand and supply. Government cannot generate the individuals that the labor market requires. Moreover, each year, educated individuals who enter the job market are unable to find acceptable employment. Since 2000, the number of graduate students in the United States has nearly doubled. Because the number of public and private universities in the United States is constantly growing, even 10 years ago, two to two and a half million graduates or postgraduates entered the job market. This figure has now climbed to 4.5 million. In our current socioeconomic environment, the majority of educated job applicants desire metropolitan and attractive positions. However, while many job seekers generated in the city each year, the number of job openings does not increase proportionally. Furthermore, the country's manufacturing and agricultural sectors are experiencing a rise in employment prospects. In two industries, there are fewer employment chances for college graduates and postgraduates. In both of these industries, technical expertise is in high demand. The educated millennials on the job market, however, are not interested in these positions. As a result, the educated youth who were self-employed through small firms are now unemployed as well. The government incentives did not reach these small business owners. Many have been compelled to close their enterprises as a result. Furthermore, the number of educated unemployed has grown. This is the third cause of rising educated unemployment in the United States.

There has been a significant shift in the thinking and tastes of young job seekers during the past five to seven years. Previously, educated youth were more attracted to private sector occupations in the hope of earning a higher salary; this is no longer the case. The private sector is much behind the government in terms of employment chances. Talented and educated youth now prioritize government employment over private employment. Additionally, they prepared independently for this. In addition, throughout this period, they actively opted to be unemployed. The unemployment rate among the educated is likewise rising. The time has come to prioritize market-oriented education. To create an educated population without raising unemployment by attracting students to demand-based education. There is a demand for technical education in the market. In addition, government is building new institutions and universities with BBA and MBA programs.

However, does Bangladesh need so many BBA-MBA degrees? The effectiveness of conventional methods to alleviate unemployment is limited.

Method

This paper deals with unemployment during the COVID-19 period. Bangladesh is a research study field and special attention has been paid to the significant capital cities of Dhaka and Chittagong in Bangladesh. Some of the most heavily employed sectors in cities have been thoroughly discussed. The main goal of this paper is to deal with all the mentioned unemployment rates from March 8, 2020, to December 1, 2022. Along with the largest media in Bangladesh, careful attention has been paid to the activities of different service sectors at different times. News from Daily Prothom Alo, Bangladesh Pratidin, Daily Jugantor, Kaler Kantho, The Daily Star, Samakal, The Daily Ittefaq, Daily Inqilab, Daily Naya Diganta, BBC Bangla, Jamuna TV, and Independent TV spelled out newspapers and television with special importance. Besides, social media, especially Facebook, has also collected the opinions and reactions of the people of that country. Note that the number of likes, comments, and shares for each unemployment-related post has recorded.

This study examines the COVID-19 outbreak's influence on Bangladeshi unemployment. The core of the database is composed of secondary sources. The resources come from daily newspaper and television news updates, as well as the social report. Here are some indications that the unemployment rate differs from city to city, even during a pandemic, when considering regional variances from various angles. The research hypothesis is that the pandemic legacy will lower employment and employee dissatisfaction. The graduate jobless rate is rising even faster. Education focused on the workplace has failed to offer new opportunities. What is the actual solution to the problem? What types of measures should be taken to curb the worrying pace of unemployment growth? A hypothetical inquiry must be posed as to whether or not the government's policies result in enormous changes. Therefore, narrow the gap between the unemployment rate and the employment rate. In addition, provide some measures for anticipatory action on a crucial matter.

The information was collected from the Bangladesh Bureau of Statistics, World Bank, UNDP, Statista, ADB and Trading Economics. Before and after the pandemic, the

unemployment rate has been compared using plot graphs. It has concerned itself with three dimensions of unemployment and underemployment during the COVID-19 pandemic.

First, to determine the extent to which individuals are being denied employment possibilities. Second, using the phrase "the production aspect of employment," estimate the proportion of the working population that consists of those who lost their jobs for no other reason than the pandemic. Finally, for those who are unemployed and/or physically employed based on the "time criterion," the extent to which they meet the minimum salary requirements and had to leave their jobs to settle in the village.

LITERATURE REVIEW

According to a study conducted by the Centre for Policy Dialogue (CPD), the Covid-19 pandemic-induced economic shutdown and lockout rendered almost 60 percent of informal sector workers unemployed and unable to find work for 95 days (Shovon, 2020). Many families slipped into poverty, and many jobless worked in agriculture despite the low salary. Almost 45 percent of households had lower incomes pre-Covid-19, according to the CPD (Khan, 2020). Prof. Mustafizur Rahman, a core group member of the Citizen's Platform for SDGs in Bangladesh and a member of the CPD, recently drew attention to the substantial impact of unemployment.

Households must immediately endure the immediate loss of income and decreased expenditures. In addition to bolstering domestic demand and fostering employment prospects, increased consumer expenditures will also contribute to the expansion of the economy (Daily Star, 2020).

Due to COVID-19 it has advised expanding the scope and budgetary allocation for cash transfer-based social safety net initiatives (Byron & Alamgir, 2019).

According to The Daily Star, investing in labor-intensive rural roads and infrastructure will assist low-income individuals recover from the economic crisis. According to Statista, Bangladesh's jobless rate would rise from 3.38 to 5.30 percent by 2020. In the first year of the outbreak, it rose from 4.22 to 5.33 percent (Ataur, 2020). A 2019 World Bank survey found that 32 percent of graduates from public universities and 44 percent of graduates from private universities were unemployed. According to a poll performed

by the Bangladesh Institute for Development Studies (BIDS) between February and June of this year, 66 percent of National University graduates are unemployed (Akhtar, 2022). Those (21 percent) who could find employment earn an average of Tk 30,000 per year. Seven percent of the population is still seeking post-graduate education, whereas only three percent have become entrepreneurs (Zaman, 2019).

Another study by CPD and Oxfam in Bangladesh found that 61.57 percent of working people lost their employment in March and April because to the Covid closure. 15% of them returned to work after a month, while most remained unemployed for months (Khan, 2020). Poor and marginalized people are more likely to lose their livelihood. In Bangladesh, the epidemic has had a lasting negative effect on women's employment. As of January 2021, when economic operations resumed in Bangladesh, one-third of the country's young working women were unemployed, according to a poll done by the Brac Institute of Governance and Development (BIGD) (Daily Star, 2020).

Several reports have showed that, because of Covid-19, the income generation of the working class has decreased dramatically, and there are now 24.5 million new poor in the country. World Bank report: 68% of individuals who stopped working in Dhaka and Chattogram owing to the pandemic lost their employment (Khatun, 2019).

According to a paper titled "Losing Livelihoods: The labor market impacts of Covid-19 in Bangladesh", the rate of job losses in the capital was 76%, while in the port city it was 59%. According to research by the World Bank, revenue reductions were prevalent throughout all three regions (Daily Star, 2020). Nearly 80% of wage workers and 94% of business owners in Dhaka and Chattogram reported reduced incomes. Before the Covid-19 outbreak, median salaries for salaried and hourly workers were around 37% higher than they were shortly before the outbreak. In Dhaka, the reduction was 42 percent, while in Chattogram it was 33 percent (The Financial Express, 2022b).

Among those who lost jobs, cleaning workers or housemaids were hit the hardest, as 54 percent of job losses were reported in these arenas (Bidisha, 2022). The Daily Star stated on 19 August 2022 that informal laborers' revenues and overseas remittances would plummet by 50%. The economists stated that around 20 million people, involved in informal sector, have already become temporarily unemployed because of coronavirus,

putting a significant strain on the economy (Daily Star, 2020). In the near future, unemployment will be at an all-time high in the country. About 2.5 million individuals are employed exclusively in the service industry, which includes hotels, restaurants, and resorts (Zaman, 2019). The small and medium-sized enterprise (SME) sector employs roughly 70-80 lakh individuals, whereas the RGM industry employs approximately 4.5 million individuals. Due to the coronavirus shutdown, many workers have already been temporarily unemployed and many others are at risk of losing their jobs.

According to data issued by the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA) on March 31, 1048, companies reported export cancellations of 907.14 million units worth \$2.87 billion. "There is a possibility that many SME employees may be laid off if the government does not financially support the entrepreneurs and if public holidays are extended further," the executive director of the PRI stated (Statista, 2021).

According to a survey by the Bangladesh Economic Association, more than 36 million individuals, the vast majority from the informal sector, have lost their jobs because of the pandemic. According to the International Labor Organization, one in four young people in Bangladesh are unemployed because of the coronavirus outbreak. According to a survey by the Bangladesh Economic Association, more than 36 million informal sector workers have lost their jobs as a result of the pandemic (The Financial Express, 2022a).

FINDINGS

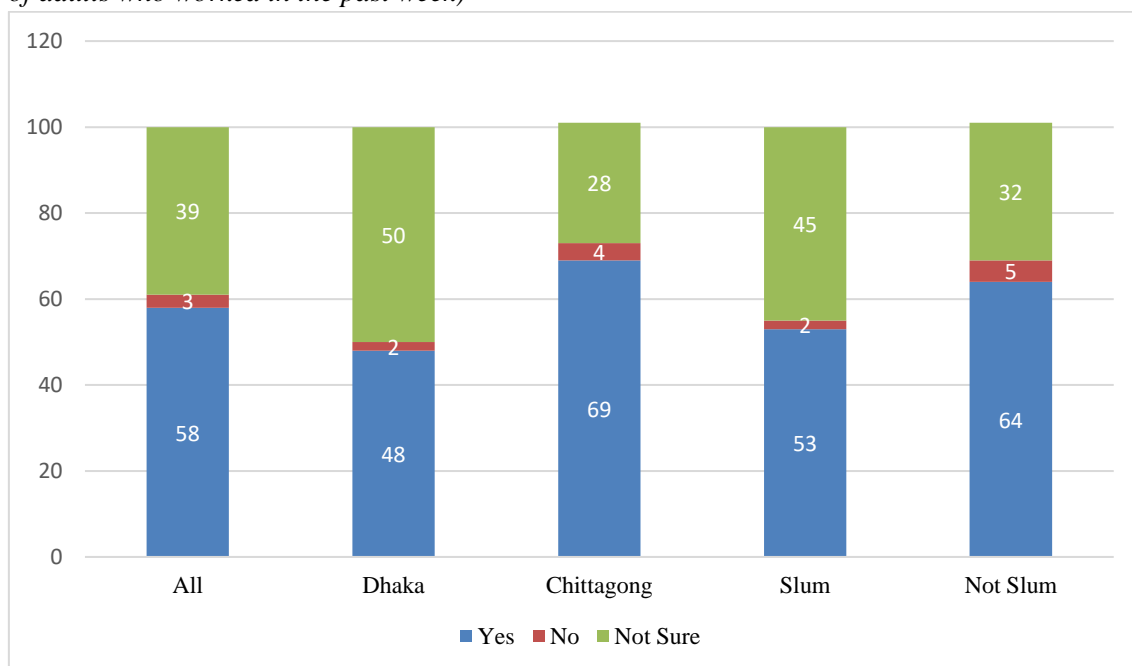
The unemployment rate has been a serious issue for policymakers and the government in recent years. Each strategy seeks to eradicate unemployment by accelerating economic growth and creating more jobs. This notion has yet to be confirmed, but the majority of economists believe that a greater rate of economic growth can reduce the backlog of unemployed workers and create new jobs (Zaman, 2019). The Covid-19 pandemic has had a greater impact on underprivileged and poor youth. To help these teens overcome the impacts of the pandemic on school, employment, mental health, and the digital gap, all stakeholders must be involved.

The road ahead is difficult, but the 2030 Agenda and its 17 SDGs provide us with direction. As a long-standing development partner of Bangladesh, UNDP continues dedicated to remaining involved with young people in order to maximize their potential as agents of good change who will significantly contribute to the country's development (Daily Star, 2020).

The relation between covid-19 and unemployment

Due to the COVID-19-caused lockout and economic slowdown in Bangladesh, many people have lost their employment. Over 85% of Bangladesh's informal work is vulnerable, harming low-wage independent contractors and day workers, according to ILO estimates. Due to college graduates' difficulties obtaining work, this issue impacts urban employment and contributes to poverty, reverse migration, and inequality. The COVID-19 epidemic hurts young people's career chances and skill development.

Figure 1. Dhaka and Chittagong-Predictions for retaining present work the following month (% of adults who worked in the past week)



Source: Genoni et al., 2020

In Dhaka and Chittagong, 23 and 24 percent of men and women quit their jobs between March 25 and the interview date, respectively. However, due to their low labor force participation, women's employment decreased more than men's. Women were more likely

to quit their jobs than males. In Dhaka and Chittagong, just two out of every ten males who stopped working exited the labor force, compared to one out of every three women.

Table 1

Percentage of employees in all jobs by employment status and gender in 2020, by occupation (Males)

Males				
Occupation	Worked in 2020	Worked past week	Stopped active work since March 25	Lost job since March 25
Drivers	13%	16%	5%	6%
Garments worker	6%	7%	6%	7%
Transport worker	7%	6%	10%	13%
Construction worker	8%	8%	10%	13%
Retail or sales worker	3%	3%	3%	5%
Porter	14%	14%	13%	13%
Cleaning or housemaid	1%	1%	0%	0%
Wage - other	8%	8%	8%	5%
Professional skilled	6%	5%	11%	7%
Own account - retail or trade	22%	24%	18%	15%
Own account - other	11%	9%	16%	16%
Total	100%	100%	100%	100%

Source: Genoni et al., 2020

Table 2*Percentage of workers across occupations by work status in 2020 and by gender (Females)*

Females				
Occupation	<i>Worked in 2020</i>	<i>Worked past week</i>	<i>Stopped active work since March 25</i>	<i>Lost job since March 25</i>
Drivers	0%	0%	0%	0%
Garments worker	28%	42%	16%	19%
Transport worker	0%	0%	0%	0%
Construction worker	1%	0%	2%	3%
Retail or sales worker	0%	0%	1%	1%
Porter	1%	0%	1%	1%
Cleaning or housemaid	43%	28%	56%	54%
Wage - other	7%	9%	6%	4%
Professional skilled	4%	2%	5%	1%
Own account - retail or trade	11%	14%	9%	10%
Own account - other	5%	5%	5%	7%
Total	100%	100%	100%	100%

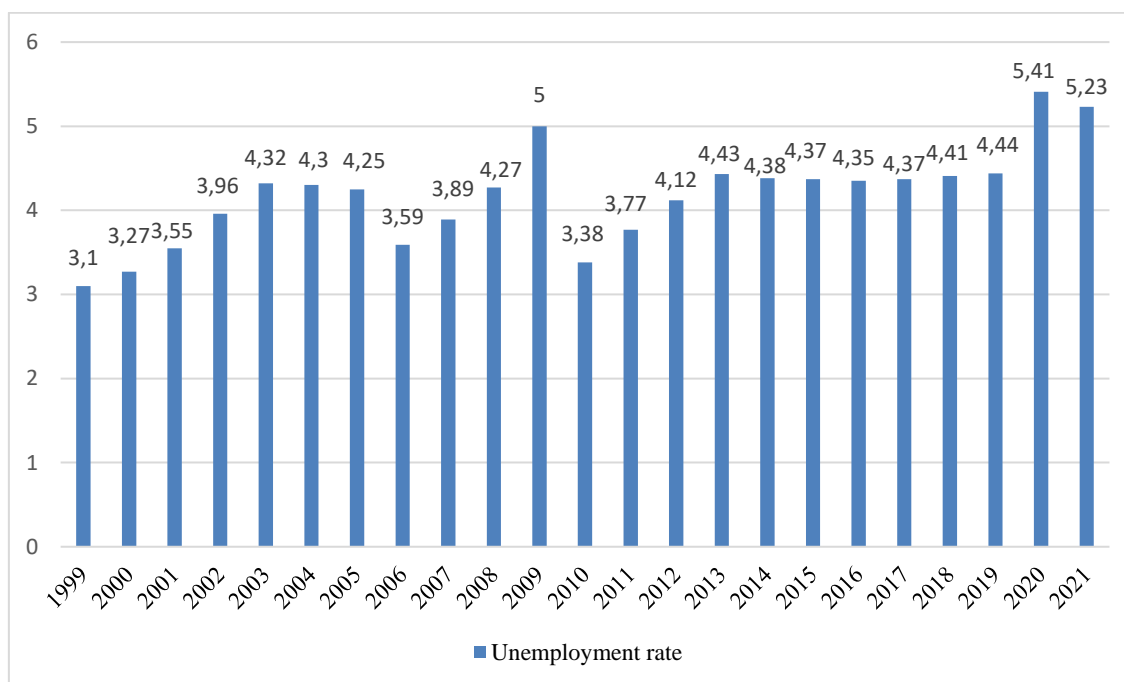
Note: "Wage - other" groups occupational categories of less than 2% for the total sample.

Source: Genoni et al., 2020

In addition, women who remained to actively work in Dhaka and Chittagong saw sharper income drops and increased job insecurity. This appears to be a result of their employment in badly afflicted professions. This is consistent with women's considerable engagement in the garment industry and maid services, which have been severely hit by COVID-19. For women, the median pay loss was 43%, while for men it was 33%. The majority of active working women were employed in the garment sector (42 percent) or as housemaids or cleaners. (28 percent). Females were 13% more likely than males to report a wage decrease, and their reported salary decrease was 14% larger than males'. This differentiation depended on age, education, and place of residence. Moreover, although

59 percent of males anticipated remaining in their employment for the following month, just 52 percent of women held the same outlook (Figure 1).

Figure 2. Bangladesh unemployment rate from 1999 to 2021



Source: Statista, 2021.

Male and female workers in labor-intensive industries such as hotels and restaurants, wholesale and retail commerce, and labor-intensive manufacturing ceased working in Bangladesh. Female domestic employees have the lowest work ability. More women (16%) than men (10%) among small company owners became jobless. Unskilled women (31% unemployment) outnumber men (20%). (Statista, 2021). By mid-2020, more women than males had found new work after losing their ones. ILO predicts 1.6 billion informal sector workers by April 2020. Lockdowns or other restrictions to prevent Covid-19 might affect 80% of the world's informal population and 50% of the global workforce (Statista, 2021).

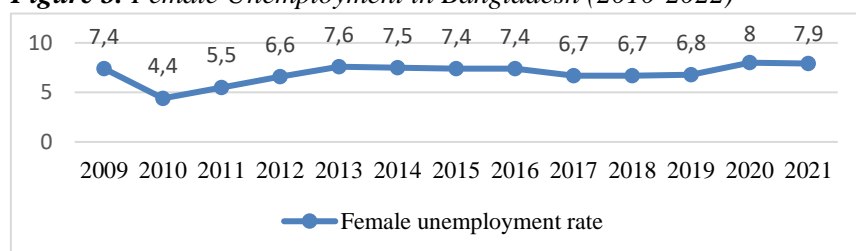
The ILO projected those informal workers worldwide lost 60% of their income in the first month of the crisis: over 80% in Africa and the Americas, 70% in Europe and Central Asia, and 22% in Asia and the Pacific, indicating the progressive spread of the virus in these regions (Ibid: 1-2). Since then, more study on the impact of COVID-19 on informal

workers has confirmed the ILO's estimate (ADB, 2021). Recent WIEGO working papers examine the impact of the COVID-19 problem on informal workers in eleven cities across five world regions (Asia, Africa, Latin America, North America, and Eastern Europe). The capacity of informal laborers to work has been impacted by the economic downturn, according to a WIEGO study of 11 cities (Nawmi, 2022).

74% of informal laborers couldn't work during April 2020 lockdowns. By mid-2020, when lockdowns or prohibitions were substantially lessened, 21% of informal workers were still unable to work, and average working days and salaries were lower than in February 2020. (Daily Star, 2020). According to research, Covid-19 affects Bangladesh's informal sector similarly. Research by PPRC and BIGD examined the impact of the pandemic and lockdowns on 7,236 families' principal source of income, family income levels, and food security in April and mid-2020, relative to February 2020. (pre-Covid-19). The statistics revealed a drop-in economic activity in April, notably in urban regions. It increased by mid-2020 when the stringent lockdown was lifted, but not to pre-Covid-19 levels (Roy et al., 2021).

By mid-2020, 76% of rural and urban families could continue pre-Covid-19 jobs, 7% had changed occupations, and 17% were unemployed. According to other study, formal vs. informal work and "occupation" within informal employment affected Bangladesh. Formal employment (factory labor or paid jobs) was least affected (between 16 and 18 per cent). By mid-2020, 54% of domestic workers were unemployed and 20% of unskilled laborers. (2022b Financial Express). Most Covid-19 workers became unskilled and earned less than before. Thousands of expatriate employees who went home are unemployed, and others work in agriculture with their families (The Financial Express, 2022a).

Figure 3. Female Unemployment in Bangladesh (2010-2022)

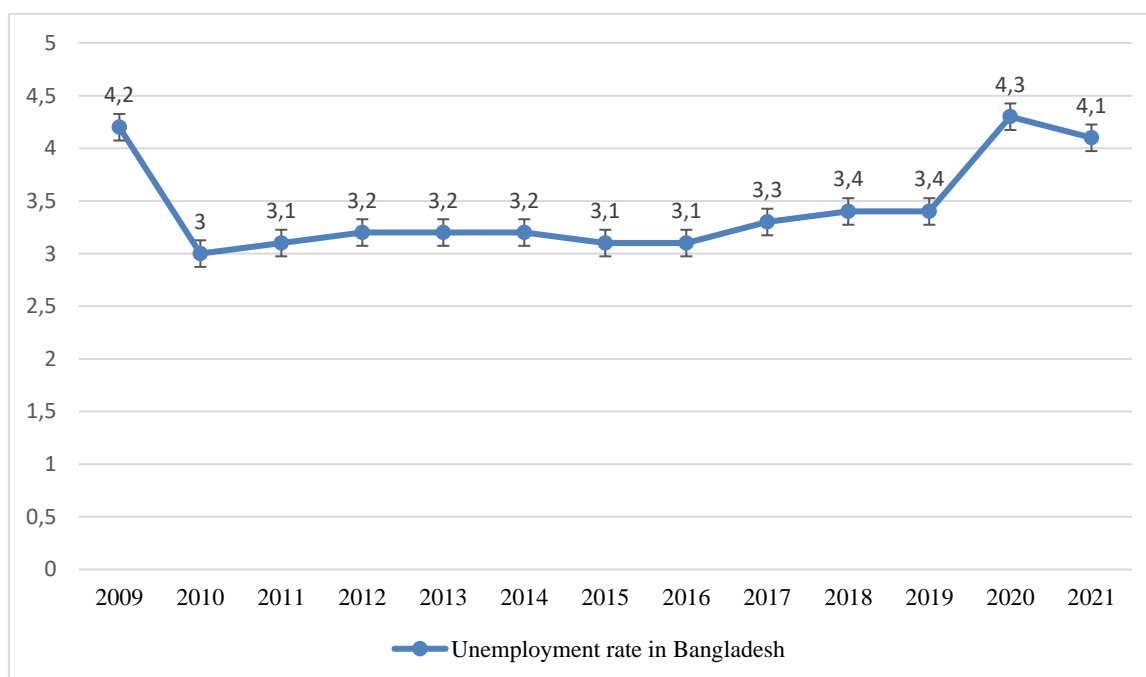


Source: Worldbank, 2022

Bangladesh has mostly female domestic workers. In some societies, women and men differed greatly. Women small company entrepreneurs (16%) are jobless more than men (10%). 31% vs. 20% of unskilled women got unemployed. By mid-2020, a bigger number of women remained jobless across all occupations, although more men than women who lost their jobs found new jobs (New Age, 2022).

The Bangladesh scenario predicts "high economic activity" but "little income recovery" by mid-2020. There was a considerable difference between households whose major source of income was formal labor (factory work and paid jobs) and other (mostly informal) activities. Industrial and salaried workers' incomes rose 84% and 82%, respectively, while transport workers and unskilled laborers rose 52%. (2022a, Financial Express). To recover, economies, especially in developing nations like Bangladesh, must recognize the plight of the informal sector and safeguard its workers and means of subsistence.

Figure 4. Unemployment male rate in Bangladesh from 2009 to 2021



Source: Macrotrends, 2022

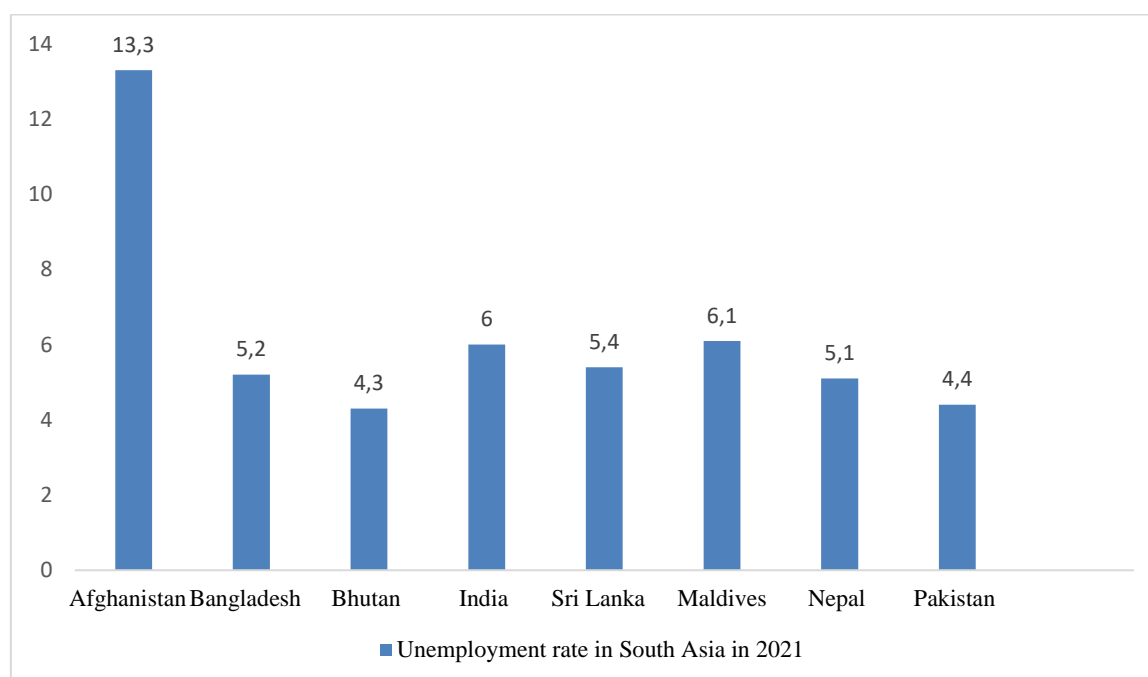
Regarding providing monetary stimulus aid to informal workers or their employers, the Bangladeshi government faces financial limits. In addition to several obstacles, the

distribution routes may divert aid to undeserving individuals. Some donor agencies have previously allocated cash to the plan of credit guarantee scheme for both formal and informal sectors of MSMEs. Concerning these programs, the Bangladesh Bank's policies and commercial banks' attitudes face numerous obstacles. To recognize the dilemma and likely solution, a shift in perspective and political will is required. Informal workers and their livelihood activities form the wide basis of the economy, generating goods and services for low-income customers, the public, and the formal economy (Bidisha, 2022).

South Asian countries

In South Asia, countries such as Pakistan and Nepal would experience a doubling of youth unemployment due to the pandemic.

Figure 5. Unemployment rate in South Asia in 2021



Source: Worldbank, 2022

In 2019, the young unemployment rate in Pakistan was 8.9 percent and projected to increase to 21.5% in the event of a lengthy containment. Similarly, young unemployment in Nepal would climb from 2.3% in 2019 to 4.8% in the event of a short containment and to 6.1% in the event of a protracted containment. In the case of continuing containment, India's young unemployment rate will rise to 32.5 percent from 23.3 percent a year ago.

The young unemployment rate in Sri Lanka will climb to 32.5% and 37.5%, respectively, in the short and long containment scenarios, from 21.1% in 2019. As the Maldives and Bhutan rely significantly on tourism, a lockdown would force their businesses to fail and unemployment to rise (The Financial Express, 2022b).

Covid-19 and New Youth Realities

The greatest barrier for COVID-19-affected youth is a decline in current and future career opportunities. Furthermore, the youth face significant challenges because of ongoing interruptions in education, training, and commercial activities.

Youths are unlikely to complete their studies on time due to disruptions in education and training. According to a survey of adolescents, 33 percent would experience a session gap as a result of the indefinite suspension of academic 306. A second poll found that around 48.6% and 27.1% of students did not graduate or complete their courses on time, respectively (Nawmi, 2022). This delay could be a significant barrier, particularly for young women. Women from low-income 308 families may be more likely to marry early because to social pressures if they are obliged to complete their education over a longer length of time (The Financial Express, 2022a).

Women's employment has two contradictory consequences. Female workers may feel more disheartened than male workers as jobs become harder to acquire; (ii) additional worker effect', women must enter the labor market to maintain household income. COVID-19 has cost female-headed households 80% of their income and male-headed households 75%. (Statista, 2021).

Table 3*Youth job loss (percentage of total youth job loss) in Bangladesh due to COVID-19*

Sectors	Youth job loss % due to COVID-19
Agriculture (Including, Forestry and Fishing)	22.9
Retail trade (Except motor vehicles and motorcycles; including repair of household goods)	12.1
Hotels and restaurants	2.6
Inland transport	7.6
Other services (Other community, social and personal services)	4.5
Construction	12.8
Textiles and textile product	13.6

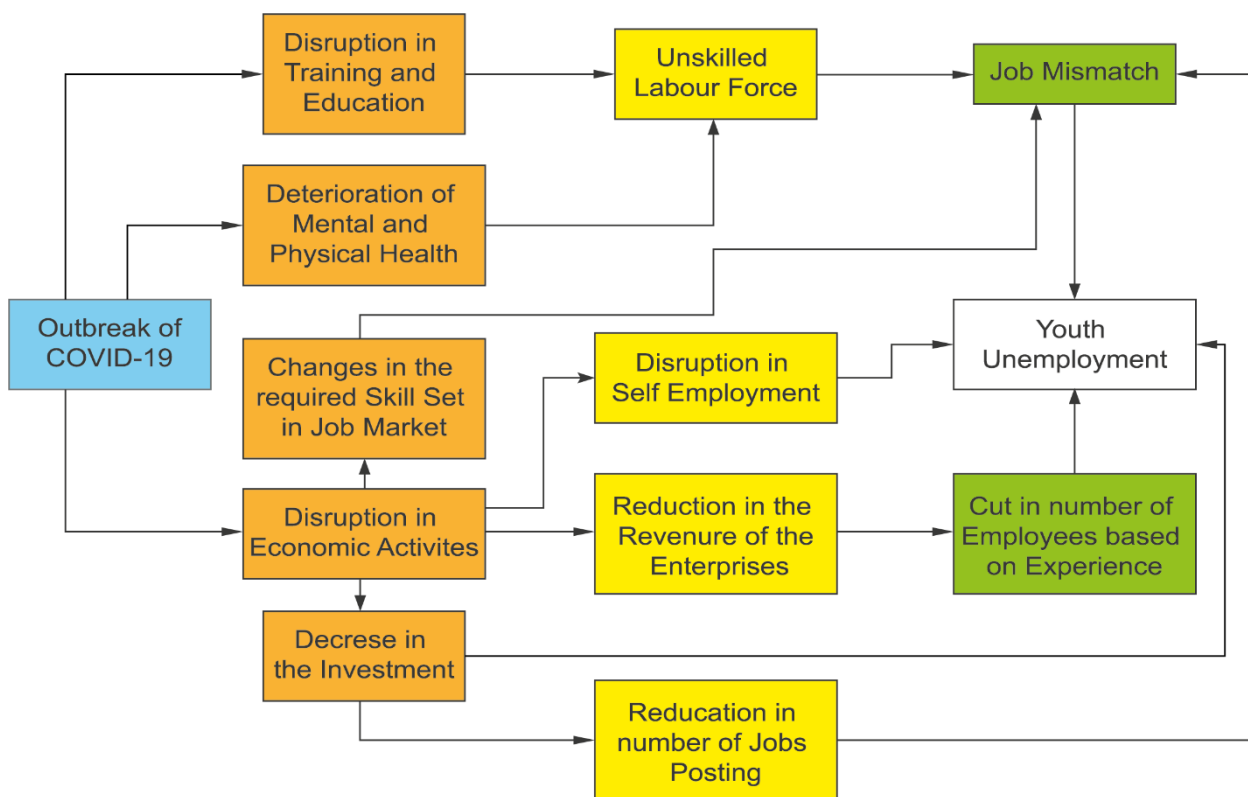
Source: Genoni et al., 2020

According to the ILO-ADB, 76% of young jobs in seven important sectors of Bangladesh could be lost owing to COVID 19. Agriculture may see the sharpest fall in young employment. In absolute terms, other industrial and service industries may lose the most jobs. The disruption in agro-based businesses during the epidemic could have an effect on ILO-prediction ADB's of young unemployment. The interruption includes the shutdown of transit channels, limitations and quarantine procedures, labor shortages, and product price hikes, which 294 hindered the sector's normal operations (Akhtar, 2022).

In spite of this, 295 it should emphasize that thanks to a variety of steps adopted by the Ministry of Agriculture, agricultural labor, products, and trucks were able to travel normally, resulting in the timely harvesting of early Boro crops. This may have reduced farm job losses. Readymade garments (RMG), Bangladesh's main industry, was a key source of young employment, with plans to grow it by 296. (Bidisha, 2022).

However, COVID-19, preserving the employment of young people in this industry has become a big challenge. By June 2020, 70,000 people had lost their jobs, and another million were at danger. There might be a 13.6% loss of 297 jobs for young adults aged 18 to 24 in this industry (The Financial Express, 2022b).

Figure 6. Different channels through which COVID 19 likely to induce youth unemployment

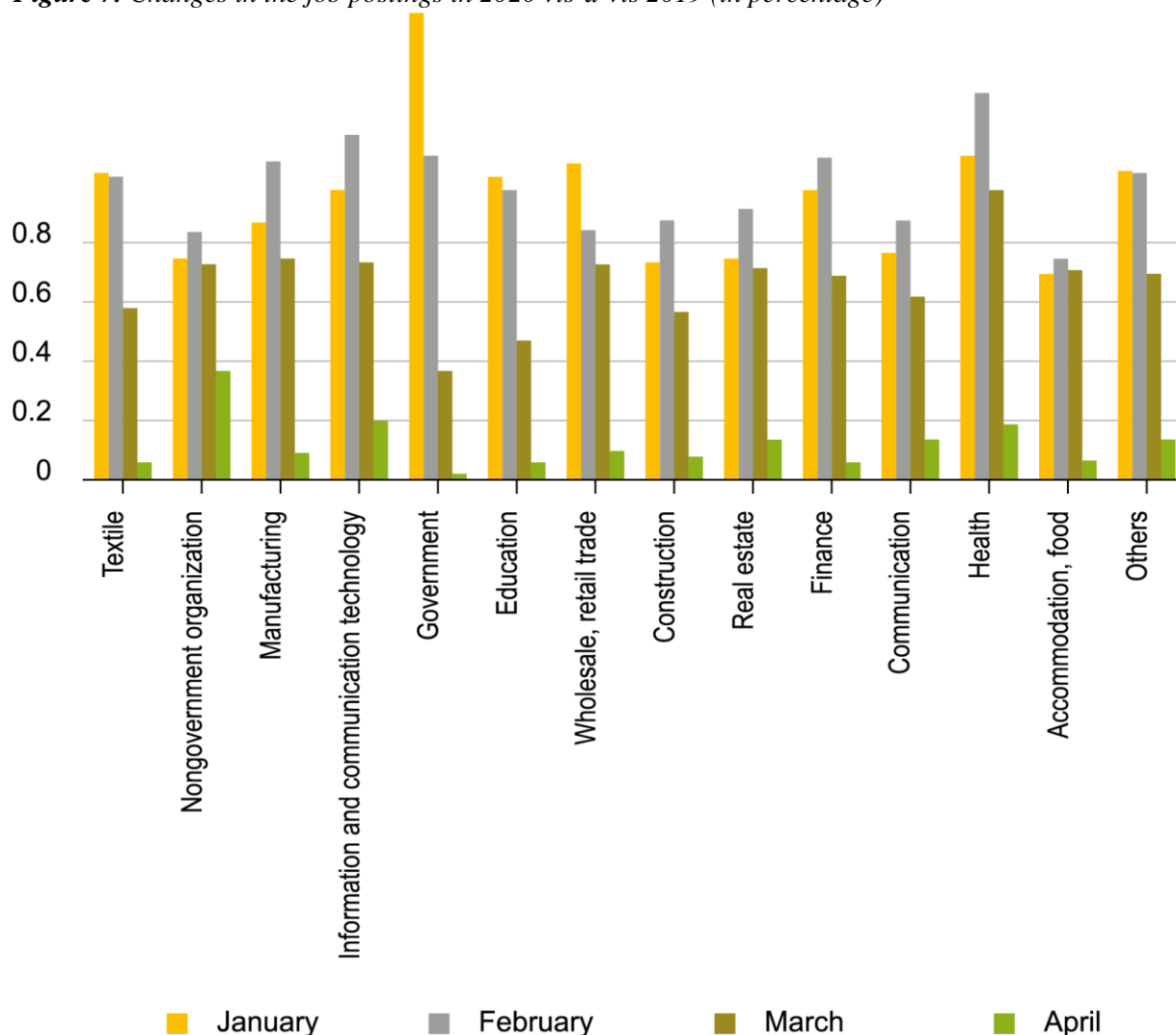


Source: Genoni et al., 2020

The onset of COVID-19 has precipitated a severe young job crisis in Bangladesh. As the epidemic wreaks havoc on the economy, it may become difficult to provide respectable jobs for youth. The negative effects of COVID-19 anticipated resulting in youth unemployment through a variety of direct and indirect pathways. However, the extent of these effects will rely significantly on the virus's containment. In Bangladesh, it discovered that the assumption that young people were more resistant to COVID-19 infection was not very accurate. As of 14 September 2020, 20% and 28% of COVID-19-infected patients in Bangladesh were aged 21 to 30 and 31 to 40. (Statista, 2021). In addition, around 7% of the total 274 COVID-19 deaths in Bangladesh occurred in individuals aged 21 to 40. COVID-19 infection can have long-lasting deleterious consequences, despite the fact that the recovery rate is high (71.7%). Consequently, young people may be hesitant to pursue careers in industries with significant infection risks, so reducing their employment opportunities. In Bangladesh, the onset of COVID-19 has a direct influence on youth employment by reducing the number of available jobs.

Because of the continued decline in economic activity, many young people have already lost their jobs. In an effort to survive the prolonged economic downturn, businesses are cutting their workforce, with millennials bearing the burden due to their lack of work experience (Nawmi, 2022). Depending on the virus's containment, 1.1 million to 1.6 million young jobs might be lost in Bangladesh; the unemployment rate among 15-24-year-olds in 2020 could reach 20.5-24.8 percent (previously 11.9% in 2019), according to ILO282 and ADB predictions. In light of the expected global economic crisis in the post-COVID era, future job losses could be substantial (Genoni et al., 2020).

Figure 7. Changes in the job postings in 2020 vis-à-vis 2019 (in percentage)



Source: Genoni et al., 2020

In addition, the persistent interruption of economic operations has reduced the scope of new investment in the economy, which further decreases the number of employment options for young people. In April of 2020, fewer jobs posted 87 percent on job-related websites than in March of the same year. The number of government job postings declined the greatest among all industries, by a factor of 283 (Genoni et al., 2020). Conversely, the development of young self-employment is also at danger. Youth may be less motivated to become entrepreneurs if the scope of new investments is limited.

Movement restrictions and the closing of educational institutions diminish many broad opportunities for self-employment, including as travel brokers, private tutors, and kindergarten teachers. The continued disruption of education and training is a further key route via which the emergence of COVID-19 could contribute to youth unemployment. The educational institutions of Bangladesh have been closed since March 17, 2020. All 2.1 million college and 1.1 million university students are apprehensive of their on-time graduation (Genoni et al., 2020).

Nevertheless, several universities, colleges, and schools have implemented online courses. In addition, the epidemic has rendered training institutes inoperable, hindering the government's efforts to develop a trained labor force. Delays and disruptions in education and training might harm young people's abilities and increase youth unemployment. In the post-COVID-19 era, essential skillsets may become increasingly technology-focused, and Bangladeshi youth may fall further behind in obtaining a competitive position on the global job market, which is expected to grow more competitive in the future.

COVID-19 has also raised concerns about the physical and emotional health of young people, which may in the future contribute to an increase in youth unemployment. 286 Hossain and Ullah observed that reduced mobility owing to COVID-19 is likely to impair people's mental health, including the mental health of adolescents, which could inhibit their normal maturation and diminish their analytical capacity. Therefore, the existing skills gap could grow, leading to a rise in youth unemployment in Bangladesh.

Teenage unemployment is the most likely immediate result of the epidemic, although other negative effects are also projected. Many Bangladeshi teens are losing wages and

money. Sharmeen & Ahmed found that 25% of 17- to 29-year-olds lost money due to the epidemic. 20 million teenagers were at risk of wage loss; 53% of working 18-34-year-olds in Bangladesh might slip into poverty (Genoni et al., 2020).

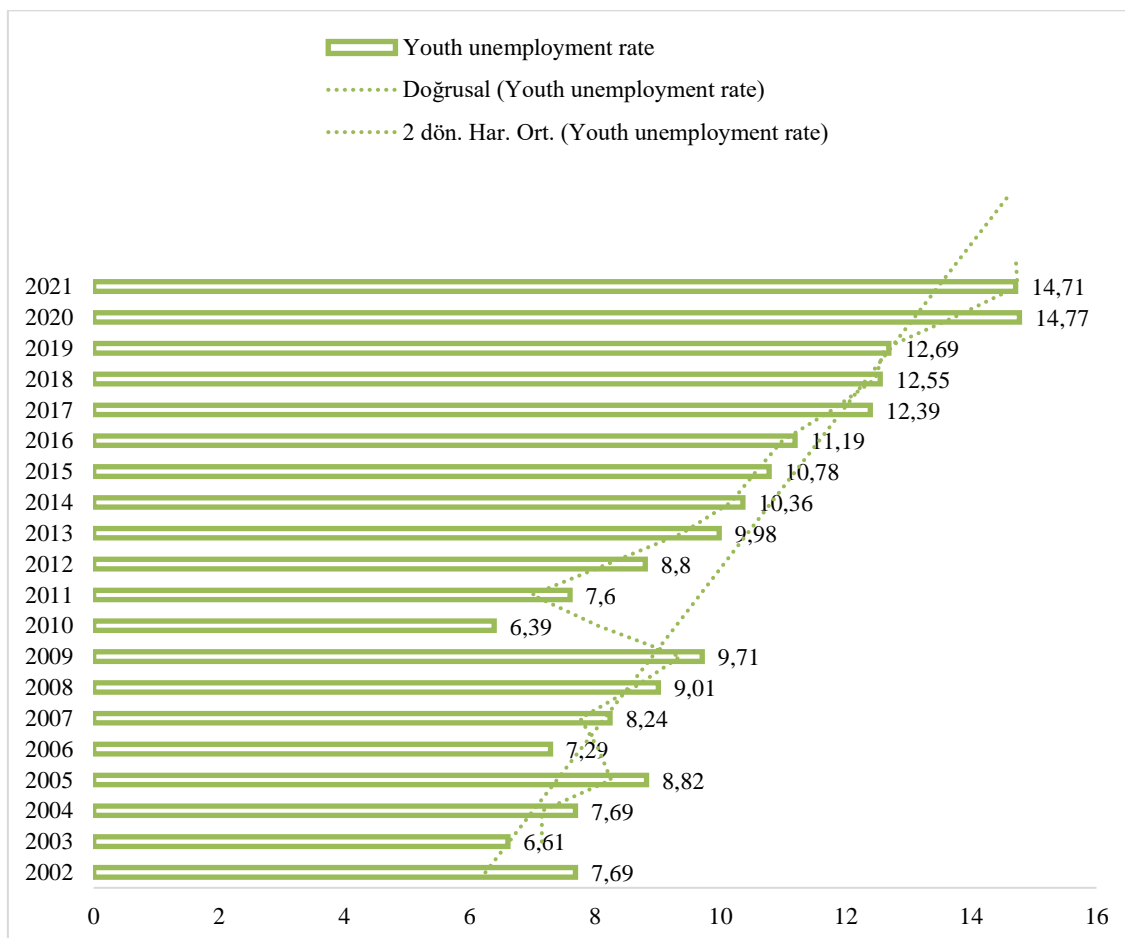
Therefore, COVID-19 have an effect on the country's human development. Youth's existing and future standard of living is uncertain as a result of a decline in available occupations. On the other side, disruptions in education and mental instability as a result of COVID-19 have hampered their ability to acquire knowledge, which is essential for improving human capability. Youth with declining incomes are socially vulnerable. Their freedom of choice may be limited. In addition, COVID-19 has raised concerns regarding the long-term health of kids. If the spread of the virus cannot be stopped quickly, this could become one of the greatest obstacles to human advancement (Roy et al., 2021).

Evaluating the sector-by-sector impact of COVID-19 on young employment could help acquire a greater understanding of the issue, despite COVID19 affecting all areas of employment. As a large percentage of Bangladesh's labor force is comprised of young people, any negative impact on the overall employment rate will also have a negative impact on youth 289 employment. In terms of employment, the informal sector has been impacted hardest by the contraction of economic activity caused by COVID 19; 89 percent of all employed youngsters aged 18 to 34 are working in the informal sector, therefore they face the greatest danger of job loss. Given the lack of adequate legal protection for informal sector workers, violations of labor rights, such as 292 unlawful terminations and partial or non-payment of wages, may be occurring more frequently than in the past, resulting in more hardship for young people participating in this sector (Genoni et al., 2020).

Concepts of graduate unemployment

Unemployed graduates have a tertiary degree. Graduate unemployment refers to job seekers with a degree and related abilities who are unable to find work. Unemployment is a measure of a country's economic health and talent pool's ability to find job (Neazy, 2019).

Figure 8. Youth unemployment rate in Bangladesh from 2002 to 2021



Source: Statista, 2021.

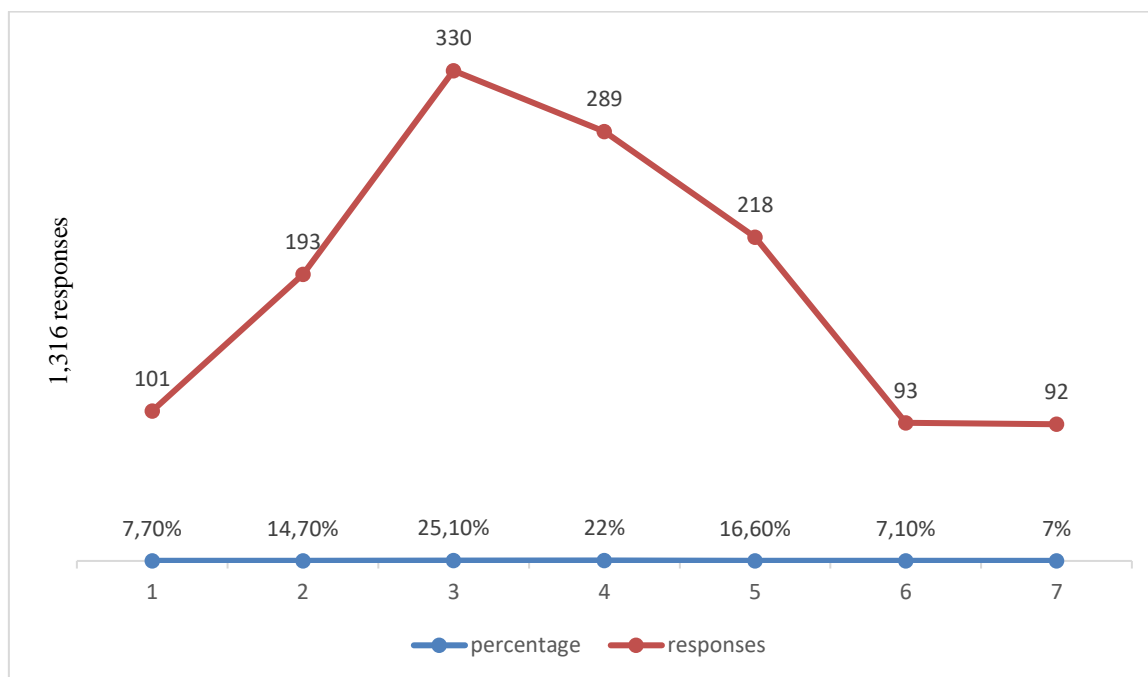
In 2015, graduate unemployment in Bangladesh was 32%; in 2019, it's 47%, according to the World Bank and Statista. Two-thirds of Bangladeshi job hopefuls are unemployed two or three years after graduation. Bangladesh's graduate unemployment rate is puzzling for many reasons, including graduates' lack of cognitive and soft skills (critical thinking, problem solving, and communication), poor education systems (outdated curriculum at public universities and poor quality at private universities), lack of job specialization, lobbying, corruption, and political affiliation (Statista, 2021).

Causes of youth unemployment in Bangladesh:

According to a global organization, tertiary graduates continually experience high unemployment rates. The utterances of a Trustee Board member of a prestigious private university in response to a question about whether his company would hire graduates of

his own university indicate that things have gone awry. "No!" was his unambiguous response. "I cannot use them" is the reason given (Daily Star, 2020).

Figure 8. To what extent do you feel that the quality of higher education in Bangladesh makes students competitive for the job market?



Source: Islam, 2019.

It is essential for Bangladesh's educational institutions to blend intellectual development with the new (4IR) abilities required to navigate a globalized environment. Employment possibilities are the second most essential aspect that students expect from academic institutions, according to studies. Our study posed the question, "To what extent do you believe that the quality of education in Bangladesh makes students competitive in the job market?" in order to determine how students at Bangladesh's top academic institutions felt about their educational experiences. There were 1,316 responses (see graph where 1 = very little and 7 = very much) (Roy et al., 2021).

The results are unsurprising: only 14.1% of respondents believed their degree made them competitive. Many lacked enthusiasms for their academic institutions, which deemed decent, average, acceptable, or not-so-good-not-terrible. Several people went on to elaborate on their disappointments (Roy et al., 2021).

CONCLUSION

The level of unemployment in an economy could directly affect to government policies. Many western governments give battling inflation precedence above tackling unemployment, which can view as a trade-off (Zaman, 2019). The term "trade-off" refers to the likelihood that battling inflation would lead to unemployment, and that fighting for full employment could lead to inflation. It has observed that interest rates are the most effective weapon against demand-pull inflation. Keeping interest rates low as part of a government's monetary strategy will reduce inflation, but may have a debilitating effect on existing enterprises and future investment (Pritu, 2018). High interest rates would make it impossible for borrowers to service their debt, which could result in business failure and the loss of jobs. In addition, prospective investors would refuse to borrow since the cost of borrowing would be too high, preventing the creation of new jobs and resulting in unemployment. A quest for full employment could have the opposite impact, namely a rise in inflation. Full employment might substantially raise aggregate demand for products and services in the economy because of higher purchasing power, which would result in price increases by producers (inflation).

A structure for transparency and accountability must be in place to prevent individuals in authority or accountable for planning and executing this strategy from abusing the system. When abuse occurs at the hands of individuals in authority, they should held fully accountable and punished. A structure should also be in place that allows the authorities to conduct periodic evaluations and assessments of the success of the established strategy, the persons implementing it, and its implementation (Tasneem, 2020). This will allow authorities to discover faults and deficiencies. Such an evaluation will tell the authorities at any time of their progress toward achieving the goals.

Employment offers happiness, pride, self-esteem, and confidence to the employed and their families. On the other hand, government officials have witnessed the detrimental consequences unemployment can have on both people and society as a whole. Unfortunately, many governments in the developing countries do not view unemployment reduction as a priority for a stable and growing economy (Genoni et al., 2020).

Making technical education mandatory inside the general school system could be one answer to this issue. A college or university can provide practical training in any technical topic to a student pursuing a BBA with honors in English or history or a Bachelor of Arts with honors in English or history. Involving industry in training could be another solution. The government may require each private institution to engage a set number of recent graduates as interns for three to six months each year. The government will pay them directly via mobile device. It will motivate institutions to provide youth with opportunities. Because there is no cost involved. Their primary task will be to deliver training on the job. After completing their training, a significant number of trainees will be able to obtain permanent employment at that institution. On the one hand, it will solve the problem of training, while on the other; it will provide numerous new employment opportunities.

REFERENCES

- Abdullah, M. (2022, February 7). Young, educated and jobless. *Dhaka Tribune*.
<https://www.dhakatribune.com/bangladesh/2022/02/08/young-educated-and-jobless>
- Akhtar, N. (2022, March). Female unemployment increases risk of domestic violence. *New Age*. <https://www.newagebd.net/article/164755/female-unemployment-increases-risk-of-domestic-violence>
- Ali, A. M. S. (1998). Toward an ecological explanation of agricultural unemployment in Bangladesh. *The Professional Geographer*, 50(2), 176-191.
- Andaleeb, S. S. (2022, September 24). “Higher education is slave-generating.” *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/opinion/views/news/higher-education-slave-generating-3126886>
- Asadullah, M. N. (2014, April 30). Is graduate unemployment rate really 47%? *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/is-graduate-unemployment-rate-really-47-22302>

- Ataur. (2020, September 7). Unemployment problem in Bangladesh and its solution. *BD Economy*. <https://oikosmist.com/unemployment-problem-in-bangladesh/>
- Bidisha, S. H. (2022, September 14). Post-Covid challenges for our labour market. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/opinion/views/news/post-covid-challenges-our-labour-market-3119351>
- Byron, R. K. (2020, August 19). Youth unemployment to double this year. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/business/news/youth-unemployment-double-year-1947961>
- Byron, R. K., & Alamgir, M. (2019, October 12). 1.38cr people underemployed. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/frontpage/unemployment-in-bangladesh-138cr-people-underemployed-1812961>
- Chowdhury, M., & Hossain, M. (2014). Determinants of unemployment in Bangladesh: A case study. *Developing Country Studies*, 4(3).
- Daily Star. (2020, November). Unemployment in RMG sector deepened in September: study. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/business/news/garment-jobless-crisis-deepens-sep-study-1987881>
- Hossain, M. T. (2022, May 26). Unemployment, seen and unseen. Prothomalo; *Prothom Alo English*. <https://en.prothomalo.com/opinion/op-ed/unemployment-seen-and-unseen>
- Hossen, M. B. (2021, February 11). Unemployment problem in Bangladesh: Causes and solution. *The Independent*. <https://m.theindependentbd.com/post/259269>
- Islam, R. (1980). Graduate unemployment in Bangladesh: A preliminary analysis. *The Bangladesh Development Studies*, 47-74.
- Jamal, E. O. (2019a, February 16). Some ways to reduce youth unemployment. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/supplements/28th-anniversary-supplements/entrepreneurship-key-youth-employment/news/some-ways-reduce-youth-unemployment-1702975>

- Jamal, E. O. (2019b, August 7). Jobs are the reason “it’s the economy, stupid!” *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/opinion/the-overton-window/news/jobs-are-the-reason-its-the-economy-stupid-1783123>
- Khan, S. (2020, March 25). Unemployment still a key challenge. *The Financial Express*. <https://thefinancialexpress.com.bd/views/views/unemployment-still-a-key-challenge-1585151594>
- Khatun, F. (2019, September 21). Time to address youth unemployment. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/opinion/macro-mirror/news/time-address-youth-unemployment-1803226>
- Mukit, M. M. H., & Abdel-Razzaq, A. I. (2021). Relationship between Unemployment and Macroeconomics Aggregates: Evidence from Bangladesh.
- Nawmi, T. S. (2022, June 29). The Financial Express. *The Financial Express*. <https://thefinancialexpress.com.bd/views/youth-entrepreneurship-through-smes-can-change-bangladeshs-economic-landscape-1656492318>
- Neazy, S. N. (2019, June 28). Rise of the educated unemployed. *Dhaka Tribune*. <https://archive.dhakatribune.com/opinion/op-ed/2019/06/28/rise-of-the-educated-unemployed>
- New Age. (2022, June 2). Bangladesh’s unemployment rate rises to 5.3pc: ILO. *New Age*. <https://www.newagebd.net/article/139530/bangladeshs-unemployment-rate-rises-to-53pc-ilo>
- Pritu, J. A. (2018, September 25). 4.4 million youths face unemployment in Bangladesh. *Dhaka Tribune*. <https://archive.dhakatribune.com/bangladesh/2018/09/25/4-4-million-youths-face-unemployment-in-bangladesh>
- Rafi, M. A., Mamun, M. A., Hsan, K., Hossain, M., & Gozal, D. (2019). Psychological implications of unemployment among Bangladesh Civil Service job seekers: a pilot study. *Frontiers in psychiatry*, 10, 578.
- Rahman, M., Farooq, M. O., & Selim, M. (2021). Mitigating educated youth unemployment in Bangladesh. *The Journal of Developing Areas*, 55(1).

- Rahman, M., Farooq, M. O., & Selim, M. (2021). Mitigating educated youth unemployment in Bangladesh. *The Journal of Developing Areas*, 55(1).
- Rashid, M. H., & Islam, M. A. (2020). Impacts of unemployment on graduates in Bangladesh: a case study. *Br. J. Arts Humanit*, 2(5), 87-94.
- Roy, J. S., Das, N., & Tanjim-Ul-Islam. (2021, December). *The Financial Express*. <https://thefinancialexpress.com.bd/views/views/vocational-training-integral-policy-measure-for-reducing-youth-unemployment-1640874982>
- Shovon, F. R. (2020, September 23). Covid-19: Employment takes a serious hit in Bangladesh. *Dhaka Tribune*. <https://archive.dhakatribune.com/health/coronavirus/2020/09/23/employment-during-an-economy-ravaged-by-covid-19>
- Statista. (2021). Bangladesh - unemployment rate 1999 to 2021. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/808225/unemployment-rate-in-bangladesh/>
- Tanha, R. (2018). Impact of economic growth and inflation on unemployment in Bangladesh: A time series analysis [Doctoral dissertation] United International University.
- Tasneem, S. T. (2020, February 19). How the free-rider problem affects youth employability. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/opinion/economics/news/how-the-free-rider-problem-affects-youth-employability-1870324>
- The Business Standard. (2022, March 29). No unemployment in Bangladesh: Salman F Rahman. *The Business Standard*. <https://www.tbsnews.net/economy/there-no-unemployment-bangladesh-salman-f-rahman-393362>
- The Business Standard. (2021, August 11). Bangladesh only ahead of Pakistan, Afghanistan in youth development in S Asia. *The Business Standard*. <https://www.tbsnews.net/bangladesh/bangladesh-only-ahead-pakistan-afghanistan-youth-development-s-asia-286993>

The Financial Express. (2022a, January). Disparity, youth unemployment among Bangladesh's key development challenges. *The Financial Express*.

<https://thefinancialexpress.com.bd/national/disparity-youth-unemployment-among-bangladeshs-key-development-challenges-1642128119>

The Financial Express. (2022b, August). Youth unemployment rate in Bangladesh stands at 10.6pc: ILO. *The Financial Express*.

<https://thefinancialexpress.com.bd/national/youth-unemployment-rate-in-bangladesh-stands-at-106pc-ilo-1660230652>

Zaman, A. (2019, June 23). A freelancing boom is reshaping Bangladesh and its economy. *ThePrint*. <https://theprint.in/world/a-freelancing-boom-is-reshaping-bangladesh-and-its-economy/252971/>

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article
Gönderilme Tarihi / Submission Date: 06/01/2023
Kabul Tarihi / Accepted Date: 03/02/2023

Viral pazarlama:

Avantajları, zorlukları ve stratejileri üzerine kavramsal bir çerçeve

Yasemin GEDİK¹

Öz

İnternetin tüm insanlar arasında yaygın kullanımı, işletmelerin müşterilere ulaşmak için yeni yollar keşfetmesini teşvik etmiştir. Web 2.0 ve sosyal medyanın ortaya çıkışı, ağızdan ağıza iletişimi, elektronik ağızdan ağıza pazarmaya dönüştürmüş ve viral pazarlamanın yayılımını kolaylaştırmıştır. Ağızdan ağıza pazarlamanın elektronik bir uzantısı olarak ortaya çıkan viral pazarlama, işletmelerin tüketicileri diğer tüketicilere ticari mesajları iletmelerini sağlamak için kullandığı çevrimiçi pazarlama yöntemleridir. Viral pazarlamada amaç, en kısa sürede ve en düşük maliyetle çok sayıda potansiyel müşteriye ulaşmaktır. Viral pazarlama işletmelere marka bilinirliğini, satışları ve web sitesi trafiğini artırma gibi birçok avantaj sunmaktadır. Bununla birlikte, bir içeriği viral hale getirmek ve viral pazarlamayı uygulamak kolay değildir; çeşitli zorluklar içermektedir. Bu çalışma viral pazarlama ile ilgili geniş bir kavramsal çerçeve oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışma viral pazarlamanın avantajları, zorlukları ve stratejilerini de inceleyerek işletme yöneticilerine ilgili pazarlama kararlarında yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Viral pazarlama, WOM, E-WOM

Viral marketing:

A conceptual framework on its advantages, challenges and strategies

Abstract

The widespread use of the internet among all people has encouraged businesses to discover new ways to reach customers. The advent of social media and Web 2.0 has transformed word-of-mouth into electronic word-of-mouth marketing and facilitated the spread of viral marketing. Emerging as an electronic extension of word-of-mouth marketing, viral marketing is the online marketing method businesses use to get consumers to deliver commercial messages to other consumers. In viral marketing, the aim is to reach many potential customers in the shortest time and at the lowest cost. Viral marketing offers businesses many advantages, such as increasing brand awareness, sales, and website traffic. However, it is not easy to go

¹ Ph.D.; Science Publishing Group, New York, United States of America

E-mail: dr.yasemingedik@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-1166-3227

Atf İçin / For Citation: GEDİK, Y.. (2023). Viral pazarlama: Avantajları, zorlukları ve stratejileri üzerine kavramsal bir çerçeve. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 93-124. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

viral and implement viral marketing as; it contains various difficulties. This study focuses on creating a broad conceptual framework for viral marketing. In addition, the study aims to help business managers make relevant marketing decisions by examining the advantages, challenges, and strategies of viral marketing.

Keywords: Viral marketing, WOM, E-WOM

GİRİŞ

Günümüzde iletişim, bilgi teknolojilerindeki ilerlemeyle birlikte, sadece geleneksel tek yönlü işletmeden tüketiciye yaklaşımı veya çift yönlü iletişim ile sınırlı değildir. Dahası, tüketicilerin işletmelere ve onların reklam mesajlarına olan güveninin giderek azaldığı bir zamanda, ağızdan ağıza iletişimi, özellikle de kaynak (bir mesajı ileten), mesaj alıcısı tarafından bilindiğinden ve bu nedenle tüketicilerin inançlarını ve tutumunu etkilediğinden giderek daha popüler hale gelmektedir (Camarero ve San Jose, 2011, 2292). Viral pazarlama, tüketiciler tarafından sosyal ağları aracılığıyla ürün veya hizmetlerle ilgili içerik veya kampanya materyalinin yayılması anlamına gelmektedir ve geleneksel pazarlama yöntemlerinden farklı olarak (örn. reklam yoluyla) pazarlama bilgilerini kullanıcılar arasında ağızdan ağıza yaymaktadır (Ewing vd. 2014, 205; Yang vd., 2010, 859).

Viral pazarlama, günümüzde herhangi bir bilginin kısa bir süre içinde milyonlarca insanda hızla çoğaldığı yenilikçi yolu tanımlamak için kullanılan kelimedir. Pazarlamacılar, bulaşıcı hale getirme yeteneği nedeniyle her türlü pazarlama mesajını sunmak için bu fırsattan yararlanmayı giderek daha fazla tercih etmektedir (Haryani ve Motwani, 2015b, 28). Mevcut pazarlama dünyasında sosyal medya, forumlar, bloglar, sosyal ağlar ve medya paylaşım web siteleri aracılığıyla dünyanın her yerindeki insanları birbirine bağlamaya yardımcı olur. Viral pazarlamanın popüleritesinin ana nedeni, internet üzerinden elektronik kanal kullanılarak bilginin hızı ve üstel olarak yayılmasıdır (Olannye ve Onobrakpeya, 2017, 215). Tüketicilerin TV veya gazete reklamları gibi geleneksel reklamcılık biçimlerine artan direnç göstermesiyle, işletmeler viral pazarlama da dâhil olmak üzere alternatif stratejilere yönelmektedir. Viral pazarlama, müşterileri ürün bilgilerini arkadaşlarıyla paylaşmaya teşvik etmek için mevcut sosyal ağlardan yararlanmaktadır (Shoeb ve Khalid, 2013, 186).

Viral pazarlama, dijital bir platform aracılığıyla yapılan ağızdan ağıza pazarlamadır ve özgün deneyimler yaratmak için ağızdan ağıza iletişim üreterek, tüm tüketici tetikleyicilerinin en güçlüsünü, yani kişisel önerileri kullanmaya odaklanır (Kaikati ve Kaikati, 2004, 9). Dobelev vd. (2005, 144), viral pazarlamayı, bireyleri hiper medya ortamında aldıkları olumlu veya ikna edici pazarlama bilgilerini iletmeye teşvik etme süreci olarak tanımlamaktadır. Sosyal medya platformları, pazarlamacıların mesajlarını özelleştirmelerine ve müşterilerle diyalog kurmalarına izin verir. Dahası, Facebook gibi siteleri yönlendiren veri tabanları, müşterileri demografi ve ilgi alanları gibi değişkenlere göre segmentlere ayırabildiğinden potansiyel müşterilerin daha iyi hedeflenmesini sağlar (Miller ve Lammas, 2010, 4).

Viral pazarlama, insanların, olumlu ağızdan ağıza iletişim ve ürün farkındalığı oluşturan bir pazarlama mesajını iletmelerine güvenir. E-ticaret şirketlerinin bugün karşı karşıya kaldığı şiddetli rekabetle, viral pazarlama gibi düşük maliyetli, yüksek etkili bir pazarlama stratejisi değerli hale gelmektedir. Viral pazarlamanın arkasındaki fikir, bir sosyal ağın etkili kullanıcılarını (tohumlar olarak adlandırılır) hedefleyerek, bir zincirleme reaksiyonunu etkinleştirmektir (Mochalova ve Nanopoulos, 2004, 1). Ampirik kanıtlar, tüketicilerin satın alma kararlarını verirken rehberlik için kişisel veya profesyonel ağlarındaki bireylerin tavsiyelerine giderek daha fazla güvendiklerini ortaya koymaktadır. Bu tür durumlarda kişiler arası iletişim önem kazanmaktadır ve bloglar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri gibi kullanıcı tarafından oluşturulan içerik barındıran web siteleri ve Facebook ve LinkedIn gibi çevrimiçi sosyal ağ platformları hızlı bir şekilde büyümekte olduğundan çevrimiçi iletişim için özellikle önemlidir (Hinz vd., 2011, 1).

Nielsen'in 2021 yılında 40.000 kişiyle gerçekleştirdiği Trust in Advertising Study'e göre, ankete katılanların %89'u en çok tanıdıklarının tavsiyelerine güvendiklerini belirtmiştir (Johnson, 2022). HubSpot, insanların %75'inin reklamlara inanmadığını, ancak %90'ının aile ve arkadaşlardan gelen önerilere güvendiklerinin altını çizmektedir (Ewing, 2019). İnsanların %88'i, bir arkadaş veya aile üyesi tavsiye ettiğinde, markaya en yüksek düzeyde güven duymaktadır. Bir işletmeyi önermenin en popüler yolu arasında ağızdan ağıza iletişim gelmekte; bunu Facebook, Google ve Twitter takip etmektedir (Todorov,

2021). Bright Local'ın hazırladığı 2020 Local Consumer Review Survey Report, tüketicilerin% 79'unun, arkadaşlarından veya ailelerinden gelen kişisel tavsiyeler kadar çevrimiçi incelemelere de güvendiklerini belirtmektedir. Tüketicilerin % 94'ü, olumlu incelemelerin bir işletmeyi kullanma olasılığını arttırdığını iletmektedir. Yüksek yıldız derecelendirmesi veya olumlu bir duyarlılığa sahip incelemeler, tüketicilerin bir işletmeyi kullanma kararları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Murphy, 2020).

Viral pazarlama popüler ve nispeten yeni bir fenomendir ve literatürde dijital ağızdan ağıza pazarlama, vızıltı (buzz) pazarlama, gizli (stealth) pazarlama, ağızdan ağıza pazarlama, müşteriden müşteriye pazarlama (C2C) veya eşler arası (P2P) pazarlama gibi çeşitli farklı terminolojiler altında tartışılmıştır (Bampo vd., 2008, 273; Kaplan ve Haenlein, 2011, 255). Günümüzde internetin yüksek potansiyeli ve sanal ortamda elektronik destekli etkileşimlerin büyümesi, işletmelerin elektronik destekli pazarlama ve reklam yaklaşımlarından paylarını artırmaları gerektiği anlamına gelmekte ve özellikle viral pazarlamaya yatırım, yüksek potansiyelli bir çözüm olarak önerilebilmektedir (Aghdaie vd., 2012, 89). Bununla birlikte, viral pazarlama alanında çok daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

Bu çalışma viral pazarlama ile ilgili geniş bir kavramsal çerçeve oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışma viral pazarlama avantajlarını, zorluklarını ve stratejilerini de inceleyerek işletme yöneticilerine ilgili pazarlama kararlarında yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, öncelikle viral pazarlama literatürü, ağızdan ağıza pazarlama (WOM), elektronik ağızdan ağıza pazarlama (E-WOM) ve viral pazarlama kavramları incelenmiş, ardından viral pazarlama özellikleri, viral pazarlama ve epidemi ilişkisi, viral pazarlama tarihi konuları anlatıldıktan sonra çalışma, viral pazarlama avantajları, viral pazarlamada karşılaşılan zorluklar ve viral pazarlama stratejileri incelenerek sonlandırılmıştır.

Viral Pazarlama Literatürü

Viral pazarlama araştırma alanı, geleneksel WOM üzerine yapılan araştırmalara güçlü bir şekilde bağlıdır. Bununla birlikte araştırmalar, ağızdan ağıza pazarlama ve elektronik ortamdaki etkilerine doğru kayarak, elektronik ağızdan ağıza pazarlamadaki (E-WOM) temel süreçlerin ve davranışların anlaşılmasına katkıda bulunmuştur (Odisho ve Kurtagic,

2014, 3). Nelson-Field vd. (2013), yüksek uyarılma duygularının video paylaşımının birincil itici gücü olduğunu bulmuştur. Guadagno vd. (2013), bir videoya güçlü duygusal tepkiler veren kişilerin videoyu yayma niyetinin daha yüksek olduğunu bildirmektedir. Botha ve Reyneke (2013, 168), belirli bir video içeriği söz konusu olduğunda, izleyicilerin bir video hakkındaki duygularının içeriğe aşinalıklarına bağlı olduğunu savunmaktadır. İzleyiciler, içeriğe aşına olduklarında genellikle videoya daha güçlü bir duygusal tepki vermektedir ve videoları arkadaşlarına ya da ailelerine göndermeden önce videolarla duygusal olarak bağlantı kurmaktadır. Videoya olumlu bir duygusal tepki veren çoğu izleyicinin, videoyu paylaşma olasılıkları daha yüksektir. Diğer taraftan, Berger ve Milkman (2012, 10), pozitif içeriğin negatif içerikten daha viral olduğunu ancak, duyu ve sosyal aktarım arasındaki ilişkinin tek başına değerlikten daha karmaşık olduğunu belirtmektedir. Virallite, kısmen fizyolojik uyarılma tarafından yönlendirilir. Yüksek uyarılma duyguları uyandıran çevrimiçi içerik, bu duyguların olumlu veya olumsuz nitelikte olup olmadığına bakılmaksızın daha viraldir.

Elliot (2013), videoyu viral hale getirmenin temel bileşenlerinin, neşe, mizah veya övgü gibi olumlu duyguları ortaya çıkaran mesaj ve video içeriğini yayan fikir liderleri olduğunu iddia etmektedir. Knossenburg vd. (2016), etkileşim ve sürprizin, çevrimiçi video reklamlarının viral olma şansını önemli ölçüde artıran iki ana içerik özelliği olduğunu belirtmektedir. Fan vd. (2016), viral paylaşım özellikleri ile ilgili olarak, görsel efekt, yeni bilgiler, maddi ödül ve konu tartışması içermesinin önemini öne çıkarmaktadır. Izawa (2010), videoları paylaşan izleyicilerin, paylaşmayanlara göre mutluluk, mizah, şaşkınlık, korku, üzüntü ve öfke hissettiğini bildirmektedir. Ayrıca paylaşma olasılığı daha yüksek olan izleyiciler, videoları daha eğlenceli, yoğun, bilgilendirici ve daha az kışkırtıcı bulmakta; videoların yararlı olduğunu ve zevklerini yansıttığını düşünmekte; videoları paylaştıkları için kendilerini mutlu hissetmekte ve en sık kullandıkları sosyal medya platformunu kullanarak içerik paylaşma eğilimindedir. Dilip vd. (2018, 6), popüler gönderilerin daha pozitif ve popüler olmayan gönderilerin daha fazla olumsuzluğa sahip olduğunu bulmuştur. Olumlu duygular, beklenti, neşe, şaşkınlık ve güveni içerirken olumsuz duygular arasında öfke, tiksinti, korku ve üzüntü bulunur. Ayrıca, popüler gönderilerde baskın duyu yüzdeleri, popüler olmayan gönderilere göre daha düşüktür

Rantalankila (2015), bir reklamın çevrimiçi platformlarda ne kadar başarılı olacağına duyguların merkezi bir rol oynadığının altını çizmektedir. Reklam, izleyicilerin ilişki kurabileceği içeriğe sahip olmalıdır. Ek olarak, çalışma katılımcıları içeriğin paylaşabilmesi için komik olması gerektiğinde hemfikirdir. Moldovan ve Steinhart (2019), hem yaratıcı hem de bilgilendirici reklamların, yalnızca yaratıcı veya bilgilendirici reklamlara kıyasla viral olma olasılığının daha yüksek olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla reklam yaratıcılığı, tek başına başarılı bir viral kampanya yürütmek için yeterli olmayabilmektedir. Reklam, bir işletmeden ziyade bir arkadaştan alındığında, katılımcıların reklamı iletme olasılıkları daha yüksektir (Ketelaar vd., 2016). Öte yandan, Phelps vd. (2004, 17), çalışmasında insanların bir mesajı iletmesi için 28 neden belirlemiştir. Bunlar arasında en önemlileri, eğlenceli olması, zevk almak, başkalarına yardım etmek, iyi vakit geçirmek, başkalarının duygularını önemseydiğinin bilinmesini sağlamak, teşekkür etmek, yapılan işten uzaklaşmak, başkalarına cesaret vermek, rahatlamak, yeni fikirleri teşvik etmek ve daha az gergin hissetmek bulunmaktadır.

Tablo 1, viral pazarlamayla ilgili literatürde yapılan araştırmalar ve sonuçlarının bir özetini sunmaktadır.

Tablo 1

Viral pazarlama literatürü

Yazar(lar)	Bulgular
Nguyen ve Nguyen, 2020	Viral pazarlamada etkileycilik, yayılma, inandırıcılık, eğlence ve influencer kullanımının marka bilincini olumlu yönde arttırdığı görülmüştür
Sawafah vd., 2020	Viral pazarlamanın müşteri satın alma niyetini etkilediğini görülmüştür. Ayrıca, viral reklamcılığın, müşterilerin satın alma niyetinde E-WOM'dan daha büyük bir etkisi olmuştur
Dafonte-Gomez vd., 2020	(i) Şaşırtıcı unsurlara sahip ve neşeyi tetikleyen videolar iletilmesi en yüksek olan videoların ilk sıralarındadır; (ii) Çoğu viral reklam, küresel bir karaktere sahip ve uluslararası bir pazara hitap etmektedir; (iii) Viral videolarda ünlülerin varlığı hala sınırlıdır ve bu, bu mesajların kültürel işaretlerden uzak olmaya çalıştığı ve bağı ünlülerin varlığından ziyade evrensel içerik ve duygular yoluyla geliştirildiği fikrini güçlendirmektedir
Saredorah vd., 2020	Bu çalışmanın amacı, sağlık turizminin gelişiminde viral pazarlamayı etkileyen faktörleri araştırmak ve önceliklendirmektir. Bulgular, farklı hizmetleri ayırt eden, güven ve inanılabilirlik oluşturan faktörlerin ve mesajın içeriğinin diğer faktörlere göre daha merkezi olduğunu ve bu nedenle bu faktörlere daha fazla dikkat edilmesi gerektiğini göstermektedir
Ahmad ve Lasi, 2020	(i) Algılanan bilgilendirme; (ii) Algılanan eğlence; (iii) Öfke algısı; (iv) Algılanan kaynak güvenilirliği ve (v) Teşvik algısı, Subang Jaya'da tüketicilerin viral pazarlamaya yönelik tutumları üzerinde önemli etkilere sahiptir

Sharma ve Kaur, 2020	Alicıların e-posta açma niyetlerinin, e-posta içeriğinin algılanan değerinden ve gönderenle olan pozitif ilişkisinden etkilendiği ve daha fazla yönlendirme olasılığını arttırdığını görülmüştür. Bununla birlikte, tüketiciler arasındaki ilişkiler, ticari e-postaları iletme niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Alıcılarda olumlu duygular uyandıran e-postalar iletilir. Çalışma, sadece olumlu duyguların değil, aynı zamanda içeriğin viral enfeksiyona yol açan olumlu duygularla yüksek uyarılmaya yol açtığı bulgusuna da ulaşmıştır
Liu ve Wang, 2019	Viral pazarlama mesajlarıyla etkileşimin, marka değerini veya satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemek için son derece önemli olduğu görülmüştür
Petrescu, 2018	Tüketicilerin sosyalleşmesi ile aileleriyle reklamcılıkla ilgili iletişim ve viral niyetleri arasında pozitif bir ilişkiyi destekleyerek referans gruplarının viral reklamcılık için önemli olduğunu görülmüştür. Reklama yönelik tutum, viral niyetlerin önemli bir etkileyicisidir ve reklam hakkında olumlu bir izlenim viral potansiyeli ile pozitif bir şekilde ilişkilidir
Hamed, 2017	Viral pazarlama ile müşteri satın alma kararları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür
Olannye ve Onobrakpeya, 2017	Viral pazarlama ile marka değeri arasında önemli bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışma, sosyal ağların kullanımının, coğrafi olarak daha fazla müşteriye ulaşmaya yardımcı olabileceği sonucuna varmıştır
Agam, 2017	İşletmenin sosyal medya aracılığıyla viral pazarlama faaliyetlerinin, tüketici marka bilgisi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmüştür
Rodrigues ve Fonseca, 2016	Bu çalışma, viral pazarlama stratejilerinin etkilerini incelemek için bir epidemiyolojik model SIR (Duyarlı Enfekte İyileştirilmiş) sunmaktadır. Kullanılan parametreler (bulaşıcılık ve iyileşme oranı) çok hassastır. Mesaj yayılmasında β (bulaşıcılık) değerinin etkisi çok büyüktür, bulaşıcılık arttıkça, ulaşılan hedef kitlenin oranı da artar. Diğer yandan, γ (iyileşme oranı) parametresinin büyümesi, viral mesaj paylaşımının azalması anlamına gelir
Dash ve Kumar, 2016	(i) Viral pazarlama, tüketicilerin farkındalığını arttırmaktadır (ii) Tüketiciler, viral pazarlamanın 5 aracısına (e-mail, video, bloglar, Facebook, Google+, Twitter vb. sosyal medya portalları ve forumlar) karşı farklı güven ve itibara sahiptir (iii) Tüketiciler, ürünlere kıyasla hizmetleri pazarlayan viral pazarlamaya daha açıktır (iv) Negatif viral pazarlama, tüketici üzerinde pozitif olandan daha yüksek bir etkiye sahiptir (v) Finansal teşvik, tüketicileri aktif olarak mesajları yaymaları için etkilemede en güçlü motivasyon kaynağı değildir
Haryani ve Motwani, 2015a	Mükemmel etkinlik, destekleyici erişim, iddia edilen güvenlik, mesaj içeriği ve tüketici bağlılığı viral pazarlamanın bir sonucu olarak satın alma niyetinin iyi bir öngörücüsüdür
Beverland vd., 2015	İçerikle etkileşim kurma seçimi, tüketicilerin kendi kendini doğrulama arzusundan, özellikle de kimlik doğrulama eylemiyle kişinin kimliğini ifade etme ve başarılı bir performans yoluyla bir kolektifin üyeliğini ifade etme arzusundan kaynaklanmaktadır
Purey, 2015	Tüketiciler, ürün/ hizmet satın alırken veya tavsiye ederken e-posta, blog ve forumları kullanmakta isteksizken, videoların ve sosyal ağ sitelerinin en güvenilir olduğunu düşünmektedir
Mishra ve Singh, 2014	Viral mesajlar, sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla hedef müşteri kitlesi arasında vızıltı yarattığı görülmüştür. Ayrıca, mesajdaki eğlenceli unsurlar, mesajın arkadaşlar ve diğer kişilerle paylaşılmasını teşvik etmektedir
Shoeb ve Khalid, 2013	Herhangi bir pazarlama iletişimi mesajının, içerdiği sosyal mesajın hedef kitle ile ilgili ve uygun viral mekânin yerinde olması koşuluyla viral olma potansiyeline sahip olduğu görülmüştür. Bir pazarlama iletişimi mesajının viral olma olasılığını artıran üç faktör tanımlanmıştır, Eğlence, olumlu mesajlar ve etkileşimli içerik
Aghdaie vd., 2012	Güvenin, viral pazarlamaya katılıma yönelik tutumda ve tüketicilerin ilgilenme niyetinde önemli bir rol oynadığı görülmüştür

Abedniya ve Mahmouei, 2010	Eğlenceli veya ilginç içerik, kullanıcı kitlesi, topluluk odaklılık, katılmak için akran baskısının derecesi, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda, viral pazarlamada hızlı yayılma bağlamında önemli bir pozitif etkiye sahiptir
Ho ve Dempsey, 2010	Daha bireysel ve / veya daha özgecil internet kullanıcılarının, diğerlerine göre daha fazla çevrimiçi içerik iletme eğiliminde olduğu görülmüştür. Bulgular ayrıca, çevrimiçi ortamda daha fazla zaman geçiren kişilerin, sosyal ağlarındaki bağlantılarına daha fazla bilgi iletiklerini göstermektedir

Ağızdan Ağıza ve Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama Kavramı

Ağızdan ağıza pazarlama (WOM), tüketiciler arasında bir ürün veya hizmet deneyimi hakkında yüz yüze görüşmeyi ifade eder. Bu yüz yüze görüşme genellikle özeldir ve iki taraf arasında yürütülür, Bilginin kaynağı ve alıcı. Kaynak ve alıcı genellikle arkadaşlar, akraba veya tanıdıklardır. WOM'un temel özelliği, kaynağın bağımsız olmasıdır. Kaynağın WOM sağlamakta hiçbir ticari ilgisi yoktur ve bu nedenle bu iletişim süreci, işletme tarafından oluşturulan bilgilerden daha güvenilirdir (Lopez ve Sicilia, 2014,.29). WOM, dünyanın en etkili, ancak en az anlaşılan pazarlama stratejisidir. Bir tedarikçinin ve / veya ürünlerinin ve hizmetlerinin özellikleri hakkında bireyler arasında hem olumlu hem de olumsuz gayri resmi iletişimi içerir. Genellikle negatif WOM'un pozitif emsalinden daha fazla yayıldığı varsayılır. Tüketicilerin ve kurumsal alıcıların karar verme süreçlerinde WOM'un etkililiğinin birçok nedeni vardır. Alıcının bakış açısından, kişisel iletişim yoluyla deneyim alışverişi çok önemlidir çünkü başkalarının deneyimi, dolaylı deneme olarak hizmet eder (Helm, 2000, 158-159).

Elektronik ağızdan ağıza pazarlama (E-WOM), çevrimiçi platformlar, bloglar, inceleme siteleri ve sosyal ağ siteleri (SNS) gibi birçok internet uygulaması tarafından yayılabilen internet üzerindeki bir iletişim olarak tanımlanabilir. E-WOM ortamlarına örnek olarak, Amazon gibi ticaret web siteleri, Facebook, Instagram veya Twitter gibi sosyal ağ siteleri ve TripAdvisor veya Expedia gibi platformlar verilebilir (Reyes-Menendez vd., 2019, 68868). Benzer şekilde Litvin vd. (2008, 9), E-WOM'u, belirli mal ve hizmetlerin veya bunların satıcılarının kullanımı veya özellikleri ile ilgili internet tabanlı teknoloji aracılığıyla tüketicilere yönelik tüm gayri resmi iletişimler olarak tanımlamıştır. Bu, üreticiler ve tüketiciler arasındaki ve tüketicilerin kendi aralarındaki iletişimi içerir, Her ikisi de WOM akışının ayrılmaz parçaları ve her ikisi de kitle iletişim araçları yoluyla iletişimden belirgin bir şekilde farklıdır. Viral pazarlama, WOM'nin elektronik formu olarak ortaya çıkmıştır ve kısa sürede satışları artıran, işletmelerle potansiyel alıcılar

arasındaki bağlantıları kolaylaştıran, uygun maliyetli ve oldukça etkili bir internet pazarlama iletişimidir (Fadil, 2015, 259). Hennig-Thurau vd. (2004, 1), tüketicilerin sosyal etkileşim arzusunun, ekonomik teşviklere olan arzusunun, diğer tüketicilere olan ilgisinin ve kendi öz değerlerini geliştirme potansiyelinin E-WOM davranışına yol açan başlıca faktörler olduğunu belirtmektedir.

1960'larda ağızdan ağıza iletişim araştırmalarının odak noktası ağızdan ağıza iletişimle reklam ve yenilik arasındaki ilişki üzerine olmuştur. Dichter (1966), ağızdan ağza pazarlamanın, tüketicilerin tutum ve algılarını nasıl etkilediğini araştıran ilk araştırmacılardan biridir. Ağızdan ağıza iletişimin psikolojik yönlerini analiz etmiştir. Bir yıl sonra Arndt (1967), ağızdan ağıza iletişimin kısa vadeli satın alma davranışı üzerindeki etkisini değerlendirmiştir (Clavijo, 2009; Meiners vd., 2010, 84). 1970'lerin başında, psikolog George Silverman, telekonferans ile akran etkileme grupları oluşturmuştur. Gruplar, hekimleri yeni farmasötik ürünler hakkında konuşmaya çekmek için tasarlanmıştır. Ancak Silverman, hekimlerin ilaç hakkındaki görüşlerinin bir veya iki meslektaşının olumlu görüşü ile etkilendiği ilginç bir fenomeni fark etmiştir. Bu ilginçtir çünkü bir ilaçla kötü deneyimler yaşamış olanlar bile, akranlarıyla bu ilaç hakkında olumlu bir incelemeden sonra fikirlerini değiştirmişlerdir. Böylece, ağızdan ağza pazarlama tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır (Ahmed, 2019).

1980'lerin ortalarında, müşteri memnuniyeti ve ağızdan ağıza iletişim arasındaki ilişki, özellikle memnuniyetsizlik ve olumsuz ağızdan ağza ilişkisine odaklanmıştır (Meiners vd., 2010, 84). Brown ve Reingen (1987), kişilerarası bir ağ perspektifinden, WOM süreçlerinde bağ gücünün oynayabileceği rolü incelemiştir. Beltramini (1989), müşteri yönlendirmelerinin profesyonel hizmetler için en önemli kaynağı olduğunu bulmuştur. Herr vd. (1991), WOM etkilerinin tüketicinin ikna edilmesi üzerindeki aracılığını araştırmıştır. Araştırmalarının sonuçları, WOM iletişimlerinin ürün kararları üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir (Clavijo, 2009; Christiansen ve Tax, 2010, 186). 90'lardan itibaren internet, bireylerin bilgi paylaşımını kolaylaştırarak, tüketicilerin olumlu ve olumsuz görüşlerini paylaşma şeklini değiştirmiştir (Meiners vd., 2010, 84).

Viral Pazarlama Kavramı

Rosen (2002, 8), dünyada 6 milyar insan ve dolayısıyla devasa bir ekranda ince parlak çizgilerle birbirine bağlanmış 6 milyar küçük mavi nokta olduğundan bahsetmektedir. Devasa diyagramlar, insanlar arasında kurulan bağlantılardan oluşan bir bilgi ağını temsil etmektedir. Bunlar görünmez ağlardır. Önemli görünmez ağlar, merkezler (bilgi paylaşmak için konumlanmış insanlar), kümeler (yoğun bağlantı alanları) ve kümeler arasındaki bağlantılardan oluşmaktadır yani nihayetinde herkes bir şekilde diğer herkesle bağlantılıdır. Viral pazarlama, bireyleri bir pazarlama mesajını başkalarına iletmeye teşvik eden ve mesajın etkisinde üstel büyüme potansiyeli yaratan herhangi bir stratejidir. Sosyal teoriye dayanan temel, insanların ortak çıkarları paylaşan başkalarıyla bağlantı kurma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Satın alma kararları, tüketicinin sosyal ağı ve topluluğu tarafından tanıdığı ve güvendiği kişilerden güçlü bir şekilde etkilenir. Viral mesajlar birçok alıcıya ulaşabilir ve genellikle tüketiciler tarafından işletme tarafından başlatılanlara göre daha güvenilir olarak algılanır (Abedniya ve Mahmoudi, 2010, 139).

Viral pazarlamanın en önemli amacı, mümkün olan en kısa sürede ve mümkün olan en düşük maliyetle çok sayıda potansiyel müşteriye ulaşmaktır (Sohn vd., 2013, 9). İnternetin, e-postanın, Web 2.0'in ve sosyal medyanın ortaya çıkışı, viral pazarlamanın yayılımını çok büyük oranda arttırmıştır. Ortalama olarak, memnun tüketicilerin memnuniyetlerini diğer üç kişiye ve memnun olmayan tüketicilerin 11 kişiye aktardığı kabul edilirken, bilgi işlem teknolojileriyle birlikte, bu tür mesajların kapsamının ve erişiminin üstelin de ötesine geçebileceği görülmektedir (Camarero ve San Jose, 2011, 2292). Mevcut literatürün incelenmesi, viral pazarlamanın tanımı konusunda fikir birliği eksikliği olduğunu göstermektedir. Viral pazarlama, farklı yazarlar tarafından farklı açılardan tanımlanmıştır. Reichstein ve Bruschi (2019, 1064), bu farklılıkların, teknolojik gelişmelerden ve viral pazarlamada kullanılan kanallarının sayısının artmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Geçmişte, e-posta genellikle en iyi dağıtım yöntemi olarak gösterilirken günümüzde içerik, çoğunlukla sosyal medya aracılığıyla dağıtılmaktadır.

Viral pazarlama terimi, başlangıçta pazarlamacılar tarafından WOM'u teşvik etmek ve ondan yararlanmak amacıyla gönderilen, pazarlamayla ilgili bilgileri karşılıklı olarak

paylaşan ve yayan bireyler olgusunu tanımlamak için kullanılmıştır. Viral pazarlama özellikleri, bulaşıcı hastalıkların özelliklerine oldukça benzerdir; bu nedenle birçok viral pazarlama fikri epidemiyolojiden elde edilen bulgulara dayanmaktadır (Hinz vd., 2011, 1). Wilson (2000, 1), viral pazarlamayı, bireyleri bir pazarlama mesajını başkalarına iletmeye teşvik eden ve mesajın etkisinde üstel büyüme potansiyeli yaratan herhangi bir strateji olarak tanımlamaktadır. Virüsler gibi, bu tür stratejiler mesajı binlerce ve hatta milyonlarca kişiye yaymak için hızlı çoğalmadan yararlanmaktadır. Viral pazarlama, geleneksel olmayan bir pazarlama biçimidir. Pazarlamacılar için mevcut en etkili pazarlama yöntemlerinden biri olan, insanlar arasındaki bilgilerin kirlenmesine ve mesajın katlanarak yayılmasına dayanmaktadır (Carida ve Colurcio, 2013, 99).

Petrescu ve Korgaonkar (2011, 218), viral pazarlamayı, tüketicilerin diğer tüketicilere ticari mesajları iletmelerinde etkilemek için gerçekleştirilen çevrimiçi ve çevrimdışı pazarlama faaliyetleri olarak tanımlamaktadır ve amacı işletme tarafından üretilen ticari mesajların internet üzerinden, işletmelerden tüketicilere ve ardından diğer tüketicilere iletilmesidir. Reichstein ve Bruschi (2019, 1064), viral pazarlamayı, nispeten az çabayla en kısa sürede ağ tabanlı kanallardaki içeriğin üstel dağıtımına izin veren, içerik aracılığıyla ölçülebilir katma değer üreten ve yüksek maliyet-fayda etkisine yol açan pazarlama stratejileri olarak tanımlanmaktadır. Viral pazarlama, pazarlamacılar tarafından oluşturulan çekici bir mesajın kendi kendini kopyalaması kavramına dayanan bir tekniktir. Sosyal ağ potansiyeli olan bireylerin ilgisini çekmek için video, resim, sesli görsel vb. viral mesajlar oluşturularak yapılabilir (Mishra ve Singh, 2014, 310). Viral pazarlama, ürünleri, hizmetleri ve markaları tanıtmak ve büyütmek için sosyal ağlarda tüketiciler arasında gayri resmi iletişimi kullanır (Abedniya ve Mahmouei, 2010, 139).

Dobele vd. (2005, 144) viral pazarlamayı, bir müşteriden diğer potansiyel müşterilere e-postayı bir tür savunuculuk veya ağızdan ağıza yönlendirme onayına dönüştürme olarak tanımlamaktadır. Bu perspektiften bakıldığında, insanların mesajı diğer insanlara e-mail listeleri üzerinden iletmesi veya reklamları mesajların içine veya sonuna bağladıkları bir strateji olarak değerlendirilmektedir. Wiedeman vd. (2008, 75), mobil viral pazarlamayı, tüketicilerin mobil iletişim teknikleri ve mobil cihazlar aracılığıyla kendi sosyal alanlarındaki diğer potansiyel tüketicilere içerik iletmesine ve içeriği iletmek için bu

temasları canlandırmasına dayanan bir dağıtım veya iletişim kavramı olarak tanımlanmaktadır.

Tüketiciler, bir mal veya hizmet seçerken öneriler arar ve güçlü veya zayıf sosyal bağları, kararlarını, eylemlerini ve fikirlerini etkiler. Bir arkadaşları veya güvendikleri tanıdık tarafından verilen kişisel bir tavsiyeye güvenme olasılıkları daha yüksektir; bu, söz konusu ürünü veya hizmeti satın alma şanslarını artıran bir gerçektir. Bu durum, sosyal medyadaki viral pazarlamanın üçüncü taraf reklamlarından daha güçlü olmasının nedenidir çünkü sosyal bağlantılardan, arkadaşlardan veya güvendikleri herhangi bir kişiden iletilen bir onayı içerir (Mochalova ve Nanopoulos, 2014, 1). Ek olarak, çevrimiçi sosyal platformlar ve özellikle Facebook, işletmeler tarafından viral pazarlamada yaygın olarak kullanılmaktadır. Viral pazarlama ve elektronik ağızdan ağıza iletişim kullanımı, üyelerin arkadaşlar arasında aktarılan mesajların güvenilirliğini artıracak şekilde birbirine bağlanması nedeniyle sosyal ağların temel gücüdür (Rakic ve Rakiv, 2014, 180).

Viral pazarlama için kullanılan çeşitli platformlar mevcuttur. Bunlar arasında, mevcut müşterilere e-posta mesajları göndermek; Youtube gibi Web sitelerine video ekleyerek izleyicileri aktarmaya teşvik etmek ve bilgisayar oyunları oluşturmak bulunur (Mishra ve Singh, 2014, 307). Bununla birlikte, bağlı kuruluş programları, arama motorları, e-kartlar, bültenler, sohbet odaları, tartışma forumları, bloglar, müşteri önerileri ve bağlantı bağlantı listeleri de viral pazarlamada kullanılan diğer araçlar arasındadır (Aghdaie vd., 2012, 81). Skrob (2005, 6) viral pazarlama çeşitlerini iki gruba ayırmaktadır, Aktif ve sürtünmesiz viral pazarlama. Aktif viral pazarlama, geleneksel WOM ile yakından ilişkilidir, çünkü kullanıcı kişisel olarak yeni müşteriler edinme sürecine dâhil olur. Aktif viral pazarlama promosyon (ortak programlar veya bağlı kuruluş programları) ve izin pazarlamasını (tedarikçinin müşterilere reklam göndermek için müşteri onayına sahip olması) da içerir. Sürtünmesiz viral pazarlama, aktif viral pazarlamanın aksine, bir ürünün reklamını yapmak veya bilgi yaymak için müşterinin aktif katılımını gerektirmez. Ürün, promosyon mesajını alıcıya otomatik olarak iletir.

Viral pazarlama, Blair Witch Project örneğinde olduğu gibi genellikle diğer pazarlama yöntemleriyle birlikte kullanılır. Kampanyanın viral yönü, reklamların, fragmanların, posterlerin ve diğer geleneksel pazarlama biçimlerinin yayınlanmasından çok önce

hikâye hakkında söylenti yaratır. 1999'da Daniel Myrick ve Eduardo Sanchez, Blair Witch Project pazarlama kampanyasında, insanları filmin korku / gizem senaryosunun gerçek bir kayıp şahıs vakası olduğuna ikna etmek için tasarlanmış bir web sitesi kullanmıştır. Kampanya o kadar başarılı olmuştur ki, birçok kişi filmin sinemalarda gösterime girene kadar gerçek olayları tasvir ettiğine inanmıştır (marketing-schools.org/, 2020). Viral pazarlamanın diğer başarılı örnekleri arasında, Old Spice'in 2010 yılında gerçekleştirdiği The Man Your Man Could Smell Like kampanyası, Nisan 2013'te Dove'un Real Beauty Sketches kampanyası (Dave, 2018), 2013 Super Bowl sırasında Oreo'nun Dunk in The Dark tweeti (Vinaras, 2022), Burger King'in Tender Crisp sandviçi için 2004 lansman kampanyasının bir parçası olan Subservient Chicken (Taube, 2014) ve BlendTec'in 2006 yılında Youtube'ta gerçekleştirdiği Will It Blend kampanyası bulunur (Rivier University Online, 2019).

Viral Pazarlama Özellikleri

Mevcut literatür viral pazarlama başarısı için dört kritik faktör arasında ayırım yapmaktadır, (i) İçerik (bir mesajın onu unutulmaz kılan çekiciliği); (ii) sosyal ağın yapısı; (iii) alıcıların davranış özellikleri ve mesajı paylaşmaya yönelik teşvikler ve (iv) tohumlama stratejisi (viral pazarlama kampanyasının başlatıcısı tarafından hedeflenen ilk kişi grubu). Başlatma stratejisi, tamamen başlatıcının kontrolü altında olduğundan ve gözlemlenebilir ağ ölçümleri tarafından potansiyel olarak yönetilebildiğinden özellikle önemlidir. Viral pazarlama kampanyaları, pazarlama mesajlarının dağılımını kişilere bıraktığı için, aynı zamanda geleneksel kitle iletişim araçları reklamcılığında daha uygun maliyetli olması beklenir (Hinz vd., 2011, 2).

Pazarlama bağlamında viral bir salgın oluşturmak için 3 kritik unsur bulunmaktadır, İlk kritik unsur, mesajı doğru insanların yaymasıdır. Sıradan bir mesajın viral bir fenomene dönüştürülmesini sağlamak için üç grup haberciye ihtiyaç vardır, Pazar uzmanları, sosyal uzmanlar ve satış görevlileri. Pazar uzmanları, büyük miktarda pazar yeri bilgisine erişimi olan ve bu bilgileri yaymak için diğer tüketicilerle proaktif olarak tartışmalara giren bireylerdir. Sosyal uzmanlar, son derece fazla sayıda sosyal bağlantıya sahip bireylerdir. Genellikle yüzlerce farklı insanı tanırlar ve farklı alt kültürler arasında köprü görevi görürler. Satış görevlileri, piyasa uzmanından bir mesaj alan, mesajı daha alakalı ve ikna

edici hale getiren ve ardından daha fazla dağıtım için sosyal uzmana aktaran bireylerdir (Kaplan ve Haenlein, 2011, 256-257). İkinci kriter, mesajın ilginç ve unutulmaz olmasıdır. Bir mesajı daha akılda kalıcı veya daha bulaşıcı hale getiren, genellikle büyük değişiklikler değil, küçük düzeltmelerdir. Üçüncü kriter, viral pazarlamayı başarılı kılmak için çok önemli olan ortamdır. Özellikle zamanlama ve bağlamı doğru tespit etmek, büyük sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir (Barziu, 2016, 1-2).

Rushkoff ve Rayport'un 1997'deki keşfine dayanarak, 2000 yılında, Wilson, viral pazarlamayı etkileyen altı faktörü şu şekilde belirlemiştir, Değerli ürünler ve hizmetler sunmak, iletişim için verimli yollar sağlamak, bilginin daha büyük ölçekte yayılmasını kullanmak, verimli hale getirmek, kamusal pozitivizm ve davranışlardan yararlanmak, iletişim ağları kurmak ve diğerlerinin kaynaklarını paylaşmak (Yang vd., 2010, 861). Camarero ve San Jose (2011, .2292), e-posta ağındaki entegrasyon, yakın ilişkiler ve viral mesajlara yönelik tutumların mesajların alınmasında ve iletilmesinde kritik bir role sahip olduğunu bulmuştur. Bununla birlikte, viral pazarlamada başarı, bilgi paylaşımının ve etkileyiciler tarafından ikna edilmesinin doğasını anlamaya ve çevrimiçi ağlardaki alıcıların tepkilerine bağlıdır. Çevrimiçi etkileyiciler, yalnızca pazarlama araçları olarak değil, sosyal ağdaki bilgili yardımcıları olarak görülmelidir (Miller ve Lammas, 2010, 4). Öte yandan, Skrob (2005, 8), viral ürün için dört kritik özellik sıralamaktadır,

(i) Ürün, gönderen ve alıcı için gerçek bir değere sahip olmalıdır. İlginç olmayan bilgiler aktarılamaz. Ürünün değeri bir hizmet, oyun, eğlence, tebrik kartları, parasal teşvik, çekiliş vb. olabilir.

(ii) Mal veya hizmet ücretsiz olmalıdır.

(iii) Ürün kolayca yeniden üretilebilmelidir.

(iv) Ürün veya hizmet yalnızca internet üzerinden dağıtılmalıdır.

Viral pazarlamanın dijital teknolojideki ilerlemelerin bir sonucu olarak geliştiğini, WOM iletişiminin kritik bir elektronik uzantısı olarak kabul edildiğini ve sadece WOM'nin bir gelişimi olarak görülmediğini anlamak önemlidir. Viral pazarlama ile geleneksel WOM arasında dikkat edilmesi gereken iki önemli fark vardır. Birincisi, doğası gereği elektronik olduğundan, viral pazarlamada yüz yüze iletişim yoktur. İkincisi, viral pazarlamada

yönlendirmeler genellikle istenmez, yani mesajlar genellikle aktif olarak bilgi aramayan ve dolayısıyla bunlara dikkat etmeye istekli olmayan alıcılara gönderilir (Xavier ve Summer, 2009, 23). Literatürde viral pazarlama, belirli tüketicilerin diğerlerine bir ürün veya hizmetten bahsettiği bir viral reklamcılık biçimi olarak da kullanılmaktadır (Camarero ve San Jose, 2011, 2293). Viral pazarlama, mevcut reklamcılık yöntemlerinin yaptığı gibi doğrudan çok sayıda kullanıcıya yayın yapmak yerine, sınırlı sayıda ilk kullanıcıyı hedefler (teşvikler sağlayarak) ve ürün farkındalığını bireyler arasında daha da yaymak için arkadaşlar, aileler ve iş arkadaşları gibi sosyal ilişkilerinden yararlanır (Long ve Wong, 2014, 1). Ek olarak, viral pazarlama, bir marka, ürün veya hizmet etrafında olumlu veya olumsuz bir vızıltı (buzz) yaratır. Dolayısıyla vızıltıyı viral pazarlamanın bir çıktısı veya sonucu olarak görmek mümkündür (Bampo vd., 2008, 273; Dobelev vd., 2005, 143).

Tablo 2, viral pazarlamanın literatürde birlikte kullanıldığı buzz (vızıltı), ağızdan ağıza pazarlama, viral reklamcılık, elektronik ağızdan ağıza pazarlama ve sosyal medya pazarlamaya arasındaki ilişkilerin bir özetini sunmaktadır (Petrescu ve Korgaonkar, 2011, 211),

Tablo 2, Viral pazarlama, Buzz pazarlama, WOM, E-WOM ve viral reklamcılık karşılaştırılması

	Viral reklamcılık	E-WOM	Buzz	Viral Pazarlama	WOM
Tanım	İşletmenin ücretsiz elektronik (e-posta, Web veya sosyal medya) dağıtımı veya reklam içeriği beğenilebilirliği, eğlence ve tartışmalı özelliklere dayalı olarak tüketiciden tüketicieye kullanıcı tarafından oluşturulan reklamlar	Bir marka veya ürünle ilgili tüketiciden tüketicieye elektronik iletişim	Viral pazarlamanın bir sonucu olarak eşler arası iletişim	Tüketicilerin ticari mesajları diğer tüketicilereiletmesini sağlamak için gerçekleştirilen çevrimiçi ve çevrimdışı pazarlama faaliyetleri	Bir marka veya ürünle ilgili olarak tüketiciden tüketicieye ücretsiz sözlü iletişim
Amaç	Ticari reklamın iletilmesi	Kişiler arası iletişim	Kişiler arası iletişim	Ticari mesajların iletilmesi	Kişiler arası iletişim
Platform	İnternet	İnternet	İnternet veya geleneksel	İnternet	Geleneksel sözlü iletişim
Araç	İşletme veya tüketici tarafından oluşturulan reklamcılık	Tüketici tarafından oluşturulan görüşler	İşletme ve tüketici tarafından oluşturulan ticari iletişim	İşletme tarafından oluşturulan ticari mesajlar	Tüketici tarafından oluşturulan görüşler
Yön	İşletmeden → tüketiciden tüketiciye	Tüketiciden tüketiciye	Tüketiciden tüketiciye	İşletmeden → tüketiciden tüketiciye	Tüketiciden tüketiciye

Kaynak: Petrescu ve Korgaonkar, 2011, 211

Viral Pazarlama ve Epidemiyoloji İlişkisi

Epidemiyolojide salgın, bulaşıcı bir hastalığın belirli bir popülasyondaki çok sayıda insana kısa bir süre içinde yayılması olarak tanımlanır (Rodrigues ve Fonseca, 2016, 1). Pazarlama bağlamında viral olmak, pazarlama mesajının hedef pazar tarafından kişiden

kişiyeye aktarım yoluyla geniş bir şekilde iletildiği bir durumdur. Bass (1969), Bartlett (1960) tarafından geliştirilen basit bir salgın modeline dayanarak yeni ürün difüzyon modelini geliştirmiştir. Trusov vd. (2009), çevrimiçi ortamda sosyal bulaşma modelini tahmin etmek için Bass'ın modelini kullanmıştır. Van der Lans vd. (2010), bir viral pazarlama kampanyasının erişimini tahmin etmek için viral dallanma modeli geliştirmiş ve bir dallanma süreci olarak virüslerin yayılmasını tanımlamak için epidemiyolojiden alınan bilgileri kullanmıştır (Gardner vd., 2013, 27).

Epidemiyolojide taşıyıcı, tek başına hastalığa neden olmayan ancak patojenleri bir konakçıdan diğerine taşıyarak enfeksiyonu yayan bir organizmadır (Palka vd., 2009, 173). Son vd. (2013, 21-22), viral pazarlamayı, pazarlamacı tarafından başlatılan bir pazarlama mesajını, bir salgını taklit ederek sınırlı bir süre içinde bir pazara veya segmente değişmeden yayan bir tüketici faaliyeti olarak tanımlamıştır. Bir pazarlama çabası, viral hale gelirse, pazarlama mesajının nispeten hızlı ve kendini kopyalayan bir şekilde kişiden kişiye aktarım yoluyla bir popülasyonda hareket etmesi açısından salgın veya pandemiye benzemektedir. Ayrıca pazarlama mesajı, e-posta, video, tweet veya satın alma yoluyla iletilebilir. Epidemiyoloji perspektifinden bir popülasyonda hastalığın yayılmasının doğasını anlamak, pazarlamacıların viral pazarlama kampanyaları hakkındaki düşüncelerini daha yapısal ve disiplinli bir şekilde organize etmelerine önemli ölçüde yardımcı olmaktadır.

Knight (1999), E-WOM'u, etkisi geometrik olarak artan dijital bir hapşırma olarak tanımlamıştır. Bu hapşırma, kendileriyle temas eden diğerlerini enfekte edebilecek milyonlarca küçük parçacığın salınması ile karakterize edilmektedir. Viral pazarlama, genellikle bir virüs benzetmesiyle açıklanmıştır. Pazarlama bilgileri, belirli bir grup insana aktarılır ve virüs, kişisel sosyal ağları aracılığıyla katlanarak daha da yayılır (Odisho ve Kurtagic, 2014, 3; Cruz ve Fill, 2008, 745). Kiss ve Bichler (2008, 2), viral pazarlamayı, patolojik ve bilgisayar virüslerinin yayılmasına benzer şekilde, viral yayılma süreçleriyle ilgili marka bilinirliğinde artış sağlamak için sosyal ağları kullanan pazarlama teknikleri olarak ifade etmektedir. Varsayım, bir kampanya, ilgili bir kullanıcıya ulaşırsa, bu kullanıcının enfekte olacağı ve daha sonra diğer ilgili kullanıcılara

bulaşmaya devam edebileceğidir. Çok sayıda insana hızlı bir şekilde ulaşmada oldukça faydalı olabilir.

Viral Pazarlama Tarihi

Viral pazarlamanın tarihi, 1996 yılında Hotline şirketinin yeni e-posta hizmeti Hotmail'i tanıtmak için kullandığı kampanyaya kadar uzanmaktadır. Hotmail'in o dönem için reklam bütçesi sadece 50.000 \$'dır. Bir Hotmail hesabından gönderilen her e-postaya otomatik olarak eklenen, ücretsiz e-postanızı hotmail.com adresinden alınız etiket satırı Hotmail kullanıcılarının sayısını 18 ay içinde 12 milyona çıkartmıştır. Başarı, gönderilen ücretsiz e-posta ilanına ve gönderenin dolaylı kişisel onayına bağlanabilir (Rivier University Online, 2019; Skrob, 2005, 5). Viral pazarlama terimi ilk kez 1996 yılında Harvard Business School profesörü Jeffrey Rayport tarafından Fast Company dergisinde yayınlanan The Virus of Marketing başlıklı makalede kullanılmıştır. Rayport, pazarlama mesajının yayılmasıyla bir virüsün yayılmasını karşılaştırarak viral pazarlamanın doğasında bulunan üstel büyüme modeline atıfta bulunmuştur (Kaplan ve Haenlein, 2011, 255). Bununla birlikte, viral kelimesi her zaman çevrimiçi pazarlama veya Web deneyimiyle ilişkilendirilmemiştir. Tablo 3, viral pazarlamanın nasıl popüler olduğuna dair tarihsel bir bakış açısı sunmaktadır.

Tablo 3

Viral pazarlama tarihi

Tarih	Açıklama
14.yy. sonları	Online Etymology Dictionary'e göre, virüs, ilk olarak Latince virüsten kaynaklanan ve zehir, bitki özü, yapışkan sıvı anlamına gelen zehirli madde anlamında kullanıldı
1728	Virüsün modern anlamı ilk kez kaydedildi, Bulaşıcı hastalığa neden olan etken
1892	Rus biyolog Dmitry Ivanovsky, şimdi tütün mozaik virüsü olarak bilinen maddeyi incelemek için Fransız mikrobiyolog Charles Chamberland tarafından icat edilen özel bir bakteri filtresi kullanmıştır. Ivanovsky, bu filtrelerle hastalıklı bir tütün bitkisinin özünün filtrasyonda bile hala bulaşıcı olduğunu göstermiştir.
1898	Hollandalı mikrobiyolog Martinus Beijerinck, Ivanovsky'nin deneylerini tekrarlamış ve filtrelenmiş solüsyonun, bakteri dışında yeni bir bulaşıcı madde içerdiğini ve bu maddenin yalnızca bölünen hücrelerde çoğaldığını bulmuştur. Beijerinck, yeni bulaşıcı maddenin sıvı formda olduğuna inanmaktadır. Ek olarak, bu maddeye contagium vivum liquidum (çözünür canlı mikrop) ismini vermiş ve böylece virüs terimi ortaya çıkmıştır
20.yy. başları	Viroloji bilimi, virüslerin ve bunların neden olduğu hastalıkların incelenmesi, virüsün en yaygın şekilde ilişkili olduğu biyolojik ve tıbbi anlamda kullanımını başlatmıştır
1972	1972, Online Etymology Dictionary' e göre, virüslerin bilgisayar açısından ilk kullanımı.
1996	Harvard İşletme Okulu profesörü Jeffrey Rayport, Fast Company için viral pazarlama ve v-pazarlama terimlerini kullandığı The Virus of Marketing başlıklı bir makale yazmıştır

1997	Jeffrey Rayport'un makalesine rağmen, Hotmail, Skype ve Baidu gibi teknoloji şirketlerini finanse eden Draper Fisher Jurvetson, bu terimi bir Netscape haber bülteninde, viral pazarlamayı, ağ destekli ağızdan ağıza anlamında kullanarak ürettiğini iddia etmiştir. DFJ'ye göre terim için ilham kaynağı, Hotmail'i, Web tabanlı e-postası için Hotmail kullanıcıları tarafından gönderilen her iletiye tıklanabilir bir URL ile promosyon amaçlı bir satış stratejisi eklemeye ikna eden Tim Draper'dan gelmiştir
2000	Fast Company, Seth Godin'in fikir ekonomisi ve en hızlı yayılan fikirlerin nasıl kazandığı hakkında yazdığı <i>Unleash Your Ideavirus</i> adlı bir makale yayınladı
2000'lerin başı	Sosyal ağlar ve paylaşımın çevrimiçi deneyimin baskın parçaları haline gelmesiyle, viral pazarlama moda haline geldi.
2004	Facebook kuruldu
2005	YouTube kuruldu. Viral videolar giderek daha popüler hale gelmeye başladı
2006	Viral içerik sitesi ve platformu BuzzFeed kuruldu
2012	BuzzFeed'in kurucu ortağı Jonah Peretti, Facebook Hikayelerinde 13 Ways to Make Something Go Viral ipucu listesini paylaşmıştır

Kaynak: Weissman, 2012

Viral Pazarlama Avantajları

Viral yaklaşımların, geleneksel kitle iletişim araçlarına göre çok sayıda avantajı vardır. Örneğin, mesajın yayılma şekline gömülü bir doğal seçim süreci vardır. Bu, iletişimin daha hedefli olması anlamında fazlalığı azaltır. Diğer avantajlar arasında yayılma hızı ve göndericiler tarafından mesajın değiştirilme olasılığının azalması (başka bir deyişle, yüksek derecede mesaj bütünlüğü) bulunur. Ek olarak, mesajda yerleşik bir harekete geçirme ifadesi varsa, dönüşüm oranı (yani davranışsal yanıt) potansiyel olarak diğer kitle iletişim biçimlerinden daha ölçülebilir. Viral iletişim ayrıca, pazarlamacıya daha samimi ve kişiselleştirilmiş bir mesaj dağıtımıyla yüksek derecede yaratıcı imaj sağlar ve böylece elde edilmesi zor müşterilere ulaşma olasılığını artırır (Bampo vd., 2008, 274). İşletmeler, tüketici ve ürün özelliklerinin bir fonksiyonu olarak viral pazarlamayı kullanabilirler. Viral pazarlama, tüm promosyon sorunlarının çözümü olmasa da, kesinlikle modern pazarlamacıların temel araçlarından biridir (Petrescu ve Korgaonkar, 2011, 218). İşletmeler, eşler arası promosyonu artırmak için dijital ve hatta fiziksel ürünler tasarlayabilir. Ürüne yalnızca bir paylaş düğmesi eklemek, ürün satın alma üzerindeki eşler arası etkiyi % 400 oranında artırabilir. Viral ürün tasarımının, geleneksel banner reklamlara göre benimsenmeyi artırmada 10 kata ve e-posta kampanyalarından iki kata kadar daha etkili olduğu gösterilmiştir (Rakic ve Rakic, 2014, 182).

Viral pazarlama, pazarlama bilgilerini kullanıcılar arasında ağızdan ağıza yayar ve bu da birçok tüketici için daha güvenilir olarak algılanmasını sağlar. Bilgiler bilgisayarlarda ve

Web'de kolayca saklanabilir. Çoğu insan boş zamanlarında ağızdan ağza pazarlama sürecine katılabilir; bu nedenle doğası gereği bu eşzamanlı olmayan bir reklam yayma biçimidir. Viral pazarlamanın anonimlik özelliği, kişisel kimliklerin neden olduğu sınırlamayı büyük ölçüde azaltır, böylece web üzerinde karşılıklı iletişimi gerçek hayatta yüz yüze olmaktan çok daha kolay hale getirir. Ayrıca, internet üzerinden ağızdan ağza dijital pazarlama, geleneksel yöntemlerin tümü olmasa da çoğuna kıyasla önemli ölçüde daha düşük bir maliyetle daha geniş ve çok daha hızlı yayılabilir (Yang vd., 2010, 860). Maliyet-etkin viral pazarlama, genel olarak ilk harcamadan daha fazlasını ödeme gerektirmediğinden ucuzdur ve doğru şekilde kullanıldığında, ürünü veya hizmeti milyonlarca insanın dikkatine sunabilir (Flint, 2021).

Viral pazarlama araçları, marka bilincinin artmasına odaklanarak ağızdan ağza yayılmanın etkili bir yoludur. Markanın, çok sayıda müşteri tarafından tanınır hale gelmesi marka hakkında iletişimi kolaylaştıracaktır. Üründen memnun olan kişiler genellikle yorumlarını sosyal ağlar ve siteler aracılığıyla yayımlar ve diğer potansiyel müşterileri ürünü satın almak için etkiler. Oluşturulan geri bildirimler işletmeler tarafından ürün geliştirme ve ürün/ hizmetlerinde değişiklik yapılması için kullanılabilir (Nigam, 2012, 85). Öte yandan, viral bir kampanya satışla sonuçlanmasa bile, gelişmiş bir pazarlama listesi oluşturmaya yardımcı olur. E-posta pazarlama için daha fazla kişi kaydolabilir. İşletmenin sosyal medya sayfalarında beğeni ve takipçi sayılarını arttırabilir. Bu, gelecekte daha fazla pazarlama fırsatı yaratmaya olanak tanıyacaktır. Ek olarak viral pazarlama, kısa sürede büyük bir trafik artışı elde etmeyi sağlar (Gaille, 2016). Diğer taraftan, Sukraj (2016), viral pazarlamanın potansiyel müşterilere daha kolay ulaşma ve marka güvenini arttırma faydasının altını çizmektedir.

Viral Pazarlamada Karşılaşılan Zorluklar

Viral pazarlamayı uygulamak kolay değildir. Viral bir pazarlama kampanyası başlatmadan önce ürün analizi, pazar araştırması ve pazarlama stratejileri dikkate alınmalıdır (Skrob, 2005, 2). Olumsuz bir ağızdan söz, olumlu bir ağızdan ağza sözden daha kolay yayılır. Örneğin, film endüstrisi bunu fark eden sektörlerden biridir. Tüketiciler, e-postalar, cep telefonları, sosyal topluluk siteleri vb. aracılığıyla birbiriyle iletişim halindedir. Bu nedenle herhangi bir tüketici, bir filmi görür ve beğenmezse

arkadaşlarına (ağına) hemen mesajla anlatabilir ve olumsuz viral pazarlama başlamasını sağlayabilir. Bu, bir filmi, bilet satışlarının yalnızca bir günde düşebileceği ölçüde etkileyebilir. Ayrıca, reklamın nasıl oluşturulduğu, insanları rahatsız edebilecek hassas bir konuya dayanıyorsa da çok önemlidir ve marka imajına zarar verebilir (Nilsson ve Svensson, 2009, 19). Ürün ve hizmetleri tanıtmak için kullanıcıları birlikte seçmeye yönelik açık girişimlerde bulunan planlar, statükoyu bozabilir ve pazarlama yaklaşımının etkinliğini hem pazarlamacı hem de etkileyicilerin bilgi paylaşım eylemlerinden yararlanmış olabilecek kullanıcılar aleyhine azaltabilir. Özellikle, pazarlamacıların karşılaştığı önemli bir sorun, çevrimiçi aktörlerin kaynak güvenilirliğidir (Miller ve Lammas, 2010, 4).

Bluetooth stratejilerine olan yüksek ilgi, mobil pazarlamacılar için yeni bir zorluk teşkil etmektedir. Mobil viral içeriğin Bluetooth aracılığıyla aktarılmasıyla, bir mobil viral içeriğin yolu görünmez hale gelir. Görünmez virüslerin dezavantajı, kullanıcıların eylemlerinin izlenememesi ve veri tabanlarının oluşturulamamasıdır. Pazarlamacılar, mobil viral pazarlamadaki bu paradigma değişikliğinin farkında olmalıdır (Wiedemann vd., 2008, 82). Öte yandan, viral pazarlama, rakipler işletmenin ürünü veya hizmeti hakkında yanlış haberler yayarak haksız yollara başvurduğunda işletme aleyhine kullanılabilir çünkü insanların çoğu Whatsapp ve Facebook gibi sosyal medya platformlarındaki haberlerin doğru olduğunu düşünebilir ve rakipler işletmeye karşı olumsuz viral pazarlama kampanyası oluşturmada başarılı olursa, işletme için büyük bir imaj kaybına neden olabilir (Parikh, 2019).

Viral pazarlamada karşılaşılan bir diğer zorluk, kullanıcıların spam ve gizlilik endişesidir. Birçok insanın hem çevrimiçi hem de gerçek dünyada gizlilik sorunları hakkında endişeleri bulunmaktadır ve işletmelerin kişisel bilgileriyle ne yapmayı planladıklarını bilmek isterler. Herhangi bir içeriğin spam olduğunu düşündüklerinde bir kampanyaya katılmakla ilgilenmeyebilirler. Dolayısıyla işletmeler, web sitelerinde topladıkları bilgilerin tam olarak nasıl kullanılacağını açıklayan bir gizlilik politikasına sahip olduklarından emin olmalıdır ve posta listelerini başka işletmelere satmayacaklarına dair kullanıcılara güvence vermelidir (Redmond, 2021). Diğer taraftan, Gaille (2016), viral pazarlamada karşılaşılan temel zorlukları (i) kontrol etmenin ve ölçmenin güçlüğü; (ii)

ilgilenen her kişinin içeriği paylaşmaması (iii) doğru hedef kitleye ulaşmazsa zaman ve para kaybına neden olabilmesi (iv) bazı tüketicilerde rahatsızlık yaratması olarak sıralanmaktadır.

Viral Pazarlama Stratejileri

Viral pazarlama aktarıcıları, çoğu zaman gönüllü olarak haberi yayarlar. Bu, mesajın güvenilirliğini artırır ve izleyiciler ürün veya hizmete daha açık olmasını sağlar. Ek olarak bunun bir nedeni, gönderenin kendi ağını tanıması ve mesajla (ürün / hizmet) kimin ilgileneceğini bilmesidir. Birine bir ürün hakkında konuşmak için para ödenmesi, insanların daha şüpheci yaklaşmasına neden olabilir (Nilsson ve Svensson, 2009, 18). Olumlu ağızdan ağıza iletmeyi teşvik etmenin bir yolu, tüketicilere indirimli veya ücretsiz ürünler dağıtmaktır; bu tüketiciler, ürünü daha sonra arkadaşları ile tartışacak ve arkadaşlarını ürünü satın almaya teşvik edecektir. Bununla birlikte, ürünün benimsenme miktarını ve oranını en üst düzeye çıkarmak için ürünlerle il kez kimin tohumlanacağı açık değildir (Stonedahl vd., 2010,1). Skrob (2005, 8), virüsün ilk taşıyıcısı veya taşıyıcılarının dikkatlice seçilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Viral pazarlamadaki temel itici güç, farkındalık yaratmak, ilgiyi tetiklemek ve satış veya ürün benimseme oluşturmak için istenmeyen, elektronik yönlendirmelerin etkililiğidir (Nilsson ve Svensson, 2009, 17). Başarılı viral pazarlama kampanyaları, hayal gücü, eğlence ve entrika içeren, kullanım kolaylığı ve görünürlüğü teşvik eden, güvenilir kaynakları hedefleyen ve teknoloji kombinasyonlarından yararlanan ilgi çekici bir mesajdan oluşur (Dobele vd., 2005, 143). Bampo vd. (2008, 273), dijital ağların sosyal yapısının viral bir mesajın yayılmasında kritik bir rol oynadığını bulmuştur. Virallliği reklamcılıkta kullanmanın oldukça etkili bir başka yolu da gizli pazarlamadır. Gizli pazarlama, etkileyicileri, bir ürünü, söz konusu işletme için aslında ücretli promosyon yaptıklarını açıklamadan tanıtmak için kullanmayı içerir. Bu, etkileyicinin ürünü/hizmeti (yalnızca parasal nedenlerle yapsalar bile) beğendikleri için tanıttığını ima ettiğinden, etkileyici pazarlamadan bile daha etkili olabilir. Diğer taraftan, bu uygulama birçok kişi tarafından etik dışı olarak görülmekte ayrıca, etkileyiciler ve işletmelerin tanıtım faaliyetleri konusunda açık ve dürüst olmaları beklenmektedir. Örneğin, YouTube artık etkileyicilerin videolarına, ücretli tanıtımı içerir ifadesiyle tanıtım etkinliğini belirten

açıklama eklemelerine izin vermektedir. Ek olarak, AB'de bu tür pazarlama yasadışıdır (Ahlberg, 2018, 14-15).

Viral bir pazarlama kampanyası geliştirmenin ilk adımı, doğru kişilere doğru mesajı göndermek için hedef kitleyi derinlemesine analiz etmektir. Kitle etkileşimleri, çok konuşulan konular, anahtar kelime trafiği, sayfa gösterimleri ve demografik bilgiler gibi ölçütler hangi içeriğin en iyi performansı gösterdiği konusunda yardımcı olabilir. Bununla birlikte, videolar, blog gönderileri, reklam metni veya sosyal içerik aracılığıyla hissedilecek güçlü duygulara ilham vermek ve ilgi çekici bir başlık oluşturmak dikkat edilmesi gereken diğer noktalar arasındadır (Hatch, 2018). Ek olarak, ilişkilendirilebilir olmak, insanlar kendi hayatlarıyla ilgili olmayanları görmezden gelerek, kendileriyle belirli bir düzeyde konuşan öğeleri paylaşma eğiliminde olduklarından, viral olan video klipler ve reklamlar için önemlidir. Burada bir kritik nokta, içerikle etkileşim yaratabilmek ve içeriğin kolayca paylaşılabilmesi için içeriğe eklenen bağlantıların açık ve her zaman iyi çalışabilmesidir (Flint, 2021). Abbas ve Abd Ali (2020, .323), tüketicilerin işletmeye duyduğu güven ne kadar yüksekse, viral pazarlamanın da o kadar başarılı olacağını vurgulamaktadır.

Rukuni vd (2017, 62-63), viral pazarlama stratejilerini bilgi düzeyi, eğlence düzeyi, öfke düzeyi ve kaynak güvenilirliği olarak dört boyutta incelemiştir. Bilgilendirme, viral bir mesajda, örneğin viral pazarlama mesajında bulunan bilgi miktarını ifade eder. Eğlence, bir uyarıcı tarafından sağlanabilecek zevk düzeyini (örn. mizah ve eğlence yoluyla bir reklam) ifade eder. Öfke, viral pazarlama stratejisindeki bir uyarının yarattığı rahatsızlık düzeyini ifade eder. Kaynak güvenilirliği, mesajı gönderene verilen saygı düzeyidir. Barnhart (2020), viral pazarlama kampanyasında farkındalık ve kolay paylaşım ve içeriği daha fazla yayabilmek için etiketler (hashtag) kullanılmasının önemli olduğunu belirtmektedir. Ayrıca işletmeler, içeriği kullanıcılarla ilişkilendirilebilir ve özgün bir formatta olmasına dikkat etmelidir.

SONUÇ

İlk kez 1996 yılında kullanılan viral pazarlama gittikçe artan oranda işletmenin ilgisini çekmekte ve günümüzde en popüler pazarlama araçlarından biri haline gelmektedir. Ağızdan ağıza iletişiminin elektronik bir uzantısı olarak ortaya çıkan viral pazarlama,

işletmelerin tüketicileri diğer tüketicilere ticari mesajları iletmesine teşvik etmek için kullandığı çevrimiçi pazarlama yöntemlerini içerir. İşletmelerin viral pazarlama faaliyetlerinde geçmişte yoğun olarak kullandığı e-postanın yerini günümüzde internetin genişleyen benimsenme oranıyla birlikte sosyal medya almıştır. Bununla birlikte bağlı kuruluş programları, arama motorları, sohbet odaları, tartışma forumları, bloglar ve müşteri önerilerini de viral pazarlamada kullanılan araçlar arasındadır. Öte yandan viral pazarlamanın temel özellikleri, değerli ürünler ve hizmetler sunmak, iletişim için verimli yollar sağlamak, bilginin daha büyük ölçekte yayılmasını kullanmak, müşterilerin bağlantı listelerinden yararlanmak, ürün/hizmetlerin ücretsiz ve çevrimiçi sunulmasını içerir.

Viral pazarlama işletmelere, düşük maliyet, daha etkili bir hedefleme, kısa sürede geniş bir alanda yayılabilme, ürün/hizmetlerin algılanan güvenilirliğini, marka bilinirliğini ve satışları arttırma, potansiyel müşterilere daha kolay ulaşma, Web sitesi trafiğini arttırma gibi birçok avantaj sunmaktadır. Öte yandan viral pazarlamada müşteri entegrasyonu sağlamak için dikkat edilmesi gereken çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar arasında, içeriğin izleyicide yüksek uyarılma duyguları uyandırması, içeriği ilk paylaşanın popülerliği ve itibarı, alaka düzeyi ve zamanlama, izleyicinin içerikle bağ kurabilmesi, içeriğin mutluluk, şaşkınlık, neşe ve mizah gibi olumlu duygular içermesi bulunmaktadır. Dolayısıyla bir içeriğin viral hale gelmesinde duyguların kritik bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Ayrıca reklamın bir işletmeden ziyade arkadaş/aile çevresinden gelmesi de içeriğin paylaşılma olasılığını arttırmaktadır. Ancak viral pazarlama kampanyası yürütmek, gizlilik ve spam sorunları, olumsuz bir ağızdan ağıza sözün, olumlu bir ağızdan ağıza sözden daha kolay yayılmasıyla markanın itibarını tehdit edebilmesi, kontrol etmenin ve ölçmenin güçlüğü, ilgilenen her kişinin içeriği paylaşmaması ve bazı tüketicilerde rahatsızlık yaratması sebebiyle kolay değildir.

Literatürde viral pazarlama ile yapılan çalışmaların bulguları incelendiğinde, viral pazarlama mesajlarıyla etkileşimin, marka değerini veya satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilediği, tüketici farkındalığını arttırdığı, mesajdaki eğlenceli unsurların, mesajın arkadaşlar ve diğer bilinen kişilerle paylaşılmasını teşvik ettiği, viral pazarlamanın müşterilerin satın alma olasılığını arttırdığı, bir içeriğin sosyal mesajının hedef kitle ile

ilgili olmasının onun viral olması için önemli olduğu ve tüketici güveninin viral pazarlamaya katılımını olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Viral pazarlama, işletmeler için en düşük maliyetle en fazla kişiye ulaşmak için en uygun pazarlama araçlarından biridir ancak işletmelerin içeriğin doğru zamanda doğru hedef kitleye ulaşmasına dikkat etmeleri önemlidir. Bununla birlikte, viral pazarlamanın yeşil ürünler/hizmetler üzerindeki etkileri, yeni teknolojilerin ve sosyal ağların viral pazarlama üzerindeki etkileri ve viral pazarlamanın farklı sektörler bağlamında değerlendirilmesi yazar tarafından gelecek çalışmalar için önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbas, A. ve Abd Ali, R. (2020). Viral marketing and how to make a viral bomb in the digital space to invest the pandemic COVID-19, *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(4), 323-336.
- Abedniya, A. ve Mahmoudi, S. (2010). The impact of social networking websites to facilitate the effectiveness of viral marketing, *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 1(6), 139-146.
- Agam, D. (2017). The impact of viral marketing through Instagram. *Australasian Journal of Business, Social Science and Information Technology (AJBSSIT)*, 4(1), 40-45.
- Aghdaie, S., Sanayei, A. ve Etebari, M. (2012). Evaluation of the consumers trust effect on viral marketing acceptance based on the technology acceptance model. *International Journal of Marketing Studies*, 4(6)
- Ahlberg, J. (2018). Successful Methods of Viral Marketing, Bachelor Thesis, *Jönköping University, Jönköping*
- Ahmad, M. & Lasi, M. (2020). The attitudes on consumer perceptions towards viral marketing, A study on foodpanda food delivery in Malaysia, *International Journal of Research and Scientific Innovation*, 7(9), 251-259
- Ahmed, D. (2019). Word of mouth theory and everything you need to know, <https://promediaz.com/en/word-mouth-theory/>
- Bampo, M., Ewing, M., Mather, D., Stewart, D. ve Wallace, M. (2008). The effects of the social structure of digital networks on viral marketing performance, *Information Systems Research*, 19(3), 273-290.
- Barnhart, B. (2020). What is viral marketing (and does it actually work in 2020)?, <https://sproutsocial.com/insights/viral-marketing/>
- Barziu, A. (2016). Viral marketing, How do Albanians perceive user created ads toward professionally made ads, Master Thesis, *Epoka University*.

- Berger, J. ve Milkman, K. (2012). What makes online Content Viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192-205.
- Beverland, M., Dobelev, A. ve Farrelly, F. (2015). The viral marketing metaphor explored through vegemite, *Marketing Intelligence & Planning*, 33(5), 656-674.
- Botha, E. ve Reyneke, M. (2013). To share or not to share, The role of content and emotion in viral marketing, *Journal of Public Affairs*, 13(2), 160-171.
- Camarero, C. ve San Jose, R. (2011). Social and attitudinal determinants of viral marketing dynamics, *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2292-2300.
- Carida, A. ve Colurcio, M. (2013). Viral marketing communication, Just sales or more?, *Business Systems Review*, 2(1), 99-110. <https://ssrn.com/abstract=2285429>
- Christiansen, T. ve Tax, S. (2010). Measuring word of mouth, The questions of who and when? *Journal of Marketing Communications*, 6(3), 185-199.
- Clavijo, M. (2009). How word of mouth works. <https://viralmarketingresearch.wordpress.com/2009/11/24/how-word-of-mouth-works/>
- Cruz, D. ve Fill, C. (2008). Evaluating viral marketing, Isolating the key criteria, *Marketing Intelligence & Planning*, 26(7), 743-758
- Dafonte-Gomez, A., Míguez-Gonzalez, M. I. ve Corbacho-Valencia, J. M. (2020). Viral dissemination of content in advertising, Emotional factors to reach consumers, *Communication & Society*, 33(1), 107-120.
- Dash, M. ve Kumar, A. (2016). Consumer's perception and behavioural reaction, Qualitative analysis on viral marketing, *Handbook of Research on Promotional Strategies and Consumer Influence in the Service Sector*, IGI Global, 406-420.
- Dave, N. (2018). Top 3 viral marketing campaigns to take inspiration from, <https://www.semrush.com/blog/viral-marketing-campaign-inspiration/>
- Dilip, R., Lucas, T., Saaranan, A., Sumathipala, S. ve Premachandra, C. (2018). Making online content viral through text analysis, *2018 IEEE International Conference on Consumer Electronics (ICCE)*, 1-6.
- Dobelev, A., Toleman, D. ve Beverland, M. (2005). Controlled infection! Spreading the brand message through viral marketing, *Business Horizons*, 48, 143-149.
- Elliott, L. (2013). What makes a non-professional video go viral, A case study of i'm farming and i grow it, Master Thesis, *Kansas State University*, USA
- Ewing, M., Stewart, D., Mather, D. ve Newton, J. (2014). How contagious is your viral marketing campaign? *Journal of Advertising Research*, 54(2), 205-216.

- Ewing, M. (2019). 71% More Likely to Purchase Based on Social Media Referrals. https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/30239/71-More-Likely-to-Purchase-Based-on-Social-Media-Referrals-Infographic.aspx?__hstc=191390709.165e1233ccf84a76bed5ee580ab9fc7d.1512999645742.1512999645742.1512999645742.1&__hssc=191390709.2.1512999645743&__hsfp=1162531128
- Fadil, A. (2015). Value co-creation process in small and medium enterprise by utilization of viral marketing as a branding tool, A system dynamic approach, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 258-265
- Fan, S., Jin, M. ve Zhou, Z. (2016). What makes content viral online, A study of micro blogs on Sina Weibo, *ICEB 2016 Proceedings*, 11.
- Flint, S. (2021). 5 Cost-effective viral marketing strategies for start-ups. <https://blog.reputationx.com/guest/viral-marketing-for-start-ups>
- Gaille, B. (2016). 19 Pros and cons of viral marketing, <https://brandongaille.com/19-pros-and-cons-of-viral-marketing/>
- Gardner, J., Sohn, K., Seo, J. ve Weaver, J. (2013). A sensitivity analysis of an epidemiological model of viral marketing, When viral marketing efforts fall flat, *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 7(4), 23-46.
- Guadagno, R., Rempala, D., Murphy, S. ve Okdie, B. (2013). What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and internet memes, *Computers in Human Behavior*, 29, 2312–2319.
- Hamed, E. (2017). Investigating effects of viral marketing on consumer's purchasing decision (Case study, The students of the Administrative Sciences College, Najran University), *British Journal of Marketing Studies*, 5(4), 61-71.
- Haryani, S. ve Motwani, B. (2015a). Discriminant model for online viral marketing influencing consumers behavioural intention, *Pacific Science Review B, Humanities and Social Sciences*, 1(1), 49-56.
- Haryani, S. ve Motwani, B. (2015b). Gender difference in consumer perception towards online viral marketing communication, *International Journal of Marketing and Business Communication*, 4(3), 28-37.
- Hatch, C. (2018). Viral marketing, Marketing tactics for viral success, <https://www.disruptiveadvertising.com/marketing/viral-marketing/>
- Helm, S. (2000). Viral marketing-establishing customer relationships by word-of-mouth, *Electronic Markets*, 10(3), 158-161

- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K., Walsh, G. ve Gremler, D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms, What motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-51.
- Hinz, O., Skiera, B., Barrot, C. ve Becker, J. (2011). Social contagion, An empirical comparison of seeding strategies for viral marketing, *Journal of Marketing*, 75(6), 55-71.
- Ho, J. ve Dempsey, M. (2010). Viral marketing, Motivations to forward online content, *Journal of Business Research*, 63(9-10), 1000-1006. <https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/viral-marketing/#section-0> (2020). Viral Marketing
- Izawa, M. (2010). What makes viral videos viral?, Roles of emotion, impression, utility, and social ties in online sharing behavior, Master Thesis, *Johns Hopkins University*, Baltimore, Maryland
- Johnson, M. (2022). New global Nielsen study reveals who trusts what in advertising. <https://mediashotz.co.uk/new-global-nielsen-study-reveals-who-trusts-what-in-advertising/>
- Kaikati, A. ve Kaikati, J. (2004). Stealth marketing, How to reach consumers surreptitiously, *California Management Review*, 46(4), 6-22
- Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2011). Two hearts in three-quarter time, How to waltz the social media/viral marketing dance, *Business Horizons*, 54(3), 253-263.
- Ketelaar, P., Janssen, L., Vergeer, M., Van Reijmersdal, E., Crutzen, R. ve Van T Riet, J. (2016). The success of viral ads, Social and attitudinal predictors of consumer pass-on behavior on social network sites, *Journal of Business Research*, 69, 2603-2613.
- Kiss, C. ve Bichler, M. (2008). Identification of influencers, Measuring influence in customer networks, *Decision Support Systems*, 46(1), 233-253
- Knossenburg, Y., Nogueira, R. ve Chimenti, P. (2016). Contagious content, Viral video ads identification of content characteristics that help online video advertisements go viral, *REMark- Revista Brasileira De Marketing*, 15(4), 448-458
- Litvin, S., Goldsmith, R. ve Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management, *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
- Liu, H.H. ve Wang, Y. N. (2019). Interrelationships between viral marketing and purchase intention via customer-based brand equity, *Journal of Business and Management Sciences*, 7(2), 72-83.
- Long, C. ve Chi-Wing Wong, R. (2014). Viral marketing for dedicated customers, *Information Systems*, 46, 1-23

- Lopez, M. ve Sicilia, M. (2014). Determinants of E-WOM influence, The role of consumers internet experience, *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 9(1), 28-43
- Meiners, N., Schwarting, U. Ve Seeberger, B. (2010). The renaissance of word-of-mouth marketing, A new standard in twenty-first century marketing management?! *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 3(2), 79-97.
- Miller, R. ve Lammas, N. (2010). Social media and its implications for viral marketing, *Asia Pacific Public Relations Journal*, 11(1), 1-9.
- Mishra, J. ve Singh, J. (2014). Viral marketing through social networking as a promotional tool for apparel, *BS Publications*, 306-311.
- Mochalova, A. ve Nanopoulos, A. (2014). A targeted approach to viral Marketing, *Electronic Commerce Research and Applications*, 13(4), 283-294.
- Moldovan, S. ve Steinhart, Y. (2019). Propagators, creativity, and informativeness, What helps ads go viral, *Journal of Interactive Marketing*, 47, 102-114.
- Murphy, R. (2020). Local consumer review survey 2020, <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey-2020/#what-review-readers-care-about>
- Nelson-Field, K., Riebe, E. ve Newstead, K. (2013). The emotions that drive viral video, *Australasian Marketing Journal*, 21, 205-211.
- Nguyen, C. ve Nguyen, D. (2020). A study of factors affecting brand awareness in the context of viral marketing in Vietnam. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(5), 5401-5411.
- Nigam, A. (2012). Influence of viral marketing on brand equity building with reference to online social networking sites networking sites, *International Journal of Computer Science & Management Studies*, 12 (1), 82-88.
- Nilsson, I. ve Svensson, M. (2009). The viral makes you aware, How is brand association affected by viral marketing through individual networks? Bachelor Thesis, *Kristianstad University College*
- Odisho, W. ve Kurtagic, Z. (2014). Viral marketing, A study on influencers behaviour through their pronoun use on Twitter, Master Degree Project, University Of Gothenburg
- Olannye, A. ve Onobrakpeya, A. (2017). Evaluating the effect of viral marketing on customer brand equity, An empirical evidence, *Nigerian Journal of Management Sciences*, 6(1), 214-226.

- Palka, W., Pousttchi, K. ve Wiedemann, D. (2009). Mobile word-of-mouth, A grounded theory of mobile viral marketing. *Journal of Information Technology*, 24, 172–185.
- Parikh, V. (2022). Advantages and disadvantages of viral marketing, <https://www.letslearnfinance.com/advantages-and-disadvantages-of-viral-marketing.html>
- Petrescu, M. (2018). The effect of socialization and maven characteristics on viral advertising, *Timisoara Journal of Economics and Business*, 11(1), 1-20.
- Petrescu, M. ve Korgaonkar, P. (2011). Viral advertising, Definitional review and synthesis, *Journal of Internet Commerce*, 10(3), 208-226.
- Phelps, J., Lewis, R., Mobilio, L., Perry, D. ve Raman, N. (2004). Viral marketing or electronic word-of-mouth advertising, Examining consumer responses and motivations to pass along email, *Journal of Advertising Research*, 44(4), 1-18.
- Purey, N. (2015). Effect of viral marketing communication on educational qualification of consumers, *Prestige E-Journal of Management and Research*, 2(2), 39-55.
- Rakic, M. ve Rakic, B. (2014). Viral marketing, *Ekonomika*, 60(4), 179-187.
- Rantalankila, N. (2015). Emotions and social currency as a basis for viral success, A case study on online video advertising, Master Thesis, Aalto University,
- Redmond, J. (2022). Disadvantages of viral marketing, <https://business.lovetoknow.com/business-marketing-business-owner/disadvantages-viral-marketing>
- Reichstein, T. ve Bruschi, I. (2019). The decision-making process in viral marketing, A review and suggestions for further research, *Psychology & Marketing*, 36(11), 1062-1081
- Reyes-Menendez, A., Saura, J. ve Martinez-Navalon, J. (2019). The impact of e-WOM on hotels management reputation, Exploring TripAdvisor review credibility with the ELM model, *IEEE Access*, 7, 68868-68877.
- Rivier University Online. (2022). History of viral marketing, <https://smallbiztrends.com/2019/04/viral-marketing-history.html>
- Rodrigues, H. ve Fonseca, M. (2016). Can information be spread as a virus? Viral marketing as epidemiological model, *Mathematical Methods in the Applied Sciences*, 39(16), 4780-4786
- Rosen, E. (2002). The anatomy of buzz, How to create word of mouth marketing, *Currency*. New York

- Rukuni, T., Shaw, G., Chetty, Y., Kgama, P. ve Kekana, P. (2017). Viral marketing strategies and customer buying behavioural intentions at retail store in Johannesburg, *Business Management and Strategy*, 8(1), 58-83.
- Saredorah, M., Shirazi, F., Ardian, A., Siadatan, M. ve Oveisi, M. (2020). Factors affecting viral marketing in health tourism development, *Journal of Healthcare Management*, 11(36), 45-55.
- Sawaftah, D., Çalıcıoğlu, C. ve Awadallah, R. (2020). The relationship between viral marketing and consumer purchase intention, the moderator role of brand image and age, Evidence from smartphone users in North Cyprus, *Management Science Letters*, 10, 1307–1320.
- Sharma, R. ve Kaur, B. (2020). E-mail viral marketing, Modeling the determinants of creation of viral infection, *Management Decision*, 1-17
- Shoeb, M. ve Khalid, M. (2013). The paradigm of viral communication. *Handbook of Management, Technology and Social Sciences*.
- Skrob, J. R. (2005). Open source and viral marketing, *University of Applied Science Kufstein*, Austria. 1-29.
- Sohn , K., Gardner , J. ve Weaver, J. (2013). Viral marketing, More than a buzzword, *Journal of Applied Business and Economics*, 14(1), 21-42.
- Stonedahl, F., Rand, W. ve Wilensky, U. (2010). Evolving viral marketing strategies, *Proceedings of the 12th Annual Conference on Genetic and Evolutionary Computation*, 1195-1202.
- Sukhraj, R. (2016). The advantages of viral marketing, <https://www.impactplus.com/blog/the-advantages-of-viral-marketing>
- Taube, A. (2014), Burger King brought back the famous subservient chicken-with a twist, <https://www.businessinsider.com/burger-king-subservient-chicken-big-2014-4>
- Todorov, G. (2021). Word of Mouth Marketing, 49 Statistics to Help You Boost Your Bottom Line. <https://www.semrush.com/blog/word-of-mouth-stats/>
- Weissman, S. (2012). The evolution of viral marketing, <https://digiday.com/media/the-evolution-of-viral-marketing/>
- Wiedemann, D., Haunstetter. T. ve Pousttchi, K. (2008). Analyzing the basic elements of mobile viral marketing, An empirical study, *7th International Conference on Mobile Business*, 75-85.
- Wilson, R. (2000). The six simple principles of viral marketing, *Web Marketing Today*, 70(1), 1-3

- Xavier, L. ve Summer, G. (2009). Viral marketing communication, The internet word-of-mouth, Master Thesis, *School of Management Blekinge Institute of Technology*
- Vinaras, E. (2020). What is viral marketing? Examples and advantages, <https://www.cyberclick.net/numericalblogen/what-is-viral-marketing-advantages-and-examples>
- Yang, J., Yao, C., Ma, W. ve Chen, G. (2010). A study of the spreading scheme for viral marketing based on a complex network model, *Physica A*, 389, 859–870.

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

19/11/2022

Kabul Tarihi / Accepted Date:

06/02/2023

The importance of aviation safety in terms of human resources management in air cargo transportation

Canan TİFTİK¹ & Elçin YAKUPOĞLU²

Abstract

As a result of globalization, rapid technological advancement, and intensifying rivalry, the expectations of businesses and customers have altered in the current environment. Air cargo transportation, which has become a crucial component of the global supply chain because it enables countries to use outsourcing in the production process and allows both multinational and small businesses to participate in the process, has a shorter product life, enables reliable and quick delivery, and has the most advanced technological infrastructure. This allows these requirements to be met. Although air logistics plays a relatively limited role in the logistics sector, it is crucial for businesses due to its efficiency in international trade and modern logistics operations, as well as its role in the reliable transfer of mostly high-value or perishable goods. Manufacturers prefer rapid, safe, and dependable transportation services to meet the demand for quick and dependable delivery from consumers. Currently, air cargo offers significant competitive advantages on both the global and local markets. For these reasons, despite being the most expensive form of transportation, it is the most preferred mode of travel. These changes in the aviation industry have also heightened market competition to a critical level. In this scenario, airline firms will only be able to survive and maintain a competitive advantage if they establish and maintain human resources strategies that enable them to retain their competent personnel. Based on this setting, the purpose of this study is to investigate the significance of aviation safety in terms of human resource management in air freight transportation by analyzing it in the context of the relevant literature. It is anticipated that the findings would contribute to the aviation sector and business management literature.

Keywords: Air cargo transportation, Aviation safety, Human resources management, Business management

¹ Dr. Öğr. Üyesi; İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye

E-mail: ctiftik@gelisim.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8327-5282

² Öğr. Gör.; İstanbul Gelişim Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye

E-mail: eyakupoglu@gelisim.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5233-5003

Atıf İçin / For Citation: TİFTİK, C. & YAKUPOĞLU, E. (2023). The importance of aviation safety in terms of human resources management in air cargo transportation. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 125-146. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

INTRODUCTION

Globalization, information and technological advancements, the shift from an industrial society to an information society, transitioning from industrial society to information society, liberalization and liberalization have all contributed to the creation of an intensely competitive environment for businesses operating on a global scale (Dictionary of Aviation, 2019). This environment affects the air cargo transportation sector in our country as well as everywhere else in the world. It is now exceedingly difficult to acquire a competitive advantage in the modern-day air transport industry, which is characterized by constant and unavoidable change. It is now much more difficult to maintain a competitive edge in a sustainable fashion in this context of intense competition, which has been generated by all of these advances. Gaining a competitive advantage in this environment was previously much easier.

The shifting environmental conditions brought on by globalization, the emergence of increasingly complex problems, and the adoption of novel management and business practices have made it necessary for contemporary companies to address their Human Resources (HR) concerns from a strategic point of view.

As a result of adopting a more strategic approach to Human Resource Management (HRM), the department has transformed into a more powerful central unit, which now provides more effective communication environments to the organization's internal units and individuals and develops specialized techniques as part of the process of working toward achieving its objectives. This contrasts with the traditional HR structure, which only provides limited narrow-scale expertise. In this context, it is asserted that human resources (HR), which provides a competitive advantage over its competitors, deals with the strategic dimension, acquires, and retains human resources that are compatible with market-oriented competitive strategies, and develops strategies that will carry their talents and performances to high levels with continuous training programs, thereby revealing a sustainable competitive advantage.

Therefore, the function of strategic human resource management in the effectiveness of organizations is that it contributes value to the extent that HRM strategies are put into action. As a result, it is essential to stress that HRM in the aviation industry can attain a

sustained competitive advantage if it accords the appropriate amount of significance and sensitivity to these tactics.

A record number of aircraft were produced as a direct result of the actions taken to liberalize the civil aviation industry and the opening of the aviation industry to the private sector, both of which led to an increase in the level of competition. According to the annual report of the General Directorate of Civil Aviation in 2021, the number of aircraft that were registered in Turkey increased by 219.1 percent, going from 162 in 2003, when liberalization in Turkey first started, to 517 in 2021. This represents an increase of 219.1 percent. According to the data provided by the DGCA in 2021, the cargo capacity of aircraft with Turkish registration rose from 302 thousand 737 kilograms (kg) fourteen years ago to 1 million 866 thousand 450 kg, representing an increase of 516.5 percent. This is in comparison to the previous figure, which was 302 thousand 737 kg. The aviation business in Turkey has seen tremendous expansion over the course of the past 15 years, as evidenced by an increase in the country's total cargo capacity as well as the number of aircraft in operation. Today, airline carriers are returning to the cargo market as a result of the intensifying rivalry brought on by the growing number of planes, the gradual decline in profits brought on by the growth of the passenger market over time, and the saturation of the market with demand for passengers. This shift that has taken place over the course of the past several years has also caused the level of competitiveness in the cargo industry, which has become more essential, to reach a threshold that is critical. In this regard, a study was carried out based on the idea that "the sustainable continuance of airline firms in the air cargo sector, as in other sectors, can only be possible with the establishment of an effective strategy HRM." This study was carried out in this direction. Considering this background information, the purpose of this study is to investigate the significance of aviation safety in relation to the management of human resources involved in air cargo transportation. This will be done by analyzing the topic within the context of the relevant body of literature. It is anticipated that the findings of the research will contribute to the existing body of literature on the field of business management as well as the aviation industry.

LITERATURE REVIEW

Aviation Industry Worldwide

In comparison to other transportation industries, the aviation industry is rather young, having only been around for about a century. Despite this, it has made enormous advancements in that time, cutting travel times from days to even months to just a few hours. In Turkey, pre-flight, in-flight, and post-flight services provided by airline companies have transformed how people perceive air travel. Air travel now has a different meaning than just a method of transportation.

Afer COVID-19 pandemic around 3.2 billion people use air travel yearly, according to figures from the International Civil Aviation Organization (ICAO). This sum equates to nearly half of the world's population when measured against the total population. Regional analysis reveals that the USA, with 650 million passengers, and China, with 350 million passengers, account for nearly one-third of all passengers worldwide. Once more, according to projections from the International Civil Aviation Organization, there would be 6.4 billion passengers globally in 2030. 33 million flights are scheduled globally in this industry, which grows at an average yearly rate of 5%. It is noted that the expansion in foreign trade has resulted to a 5.9% increase in scheduled passenger traffic. The amount of air travel has increased by 6.2% yearly during the past five years. Along with the expansion of the middle class in developing nations and the rise in living standards, the technological and economic advancements in the airline industry, the decline in ticket prices, the growth of local and international tourism, and the rise in consumer spending on air travel in developed economies. Demand for airlines has grown and will continue to grow. Air traffic is predicted to increase by an average of 4.1% in the next ten years and 4.9% on average during the next twenty years, despite some regions expecting downward revisions. Because it will eventually slow once the aviation industry reaches a particular stage of development, the predicted growth in the second decade will differ from the expected growth in the first decade (ICAO, 2014: 1; ICAO, 2021; Boeing, 2018: 7; Airbus, 2018: 22).

Despite the external shocks the business has suffered, the airline industry has proven time and time again how resilient it is to such shocks and has continued to uphold its

structure throughout time. The expansion of international trade has a major impact on the sector's growth. The global passenger load factor stands at 79.2% thanks to the combined efforts of airline businesses and aircraft building industries. This percentage is 81.7% in the domestic US market, the airline industry's most developed region (IATA, 2015; IATA, 2017). According to estimates, the Middle East and Asia-Pacific region would have the fastest-growing aviation market in 2036, with 6% growth, followed by Latin America with 5.2%, Africa with 4.9%, Europe and the CIS with 3.6%, and Latin America with 5.2%. According to predictions, North America will come in fourth with 2.7% and fifth with 2.7%.

Industry in Turkish Aviation Business Management

Developments in the aviation sector are one of the other elements affecting the Turkish aviation business, in addition to Turkey's geographic and tourism attractions. Turkey serves as a bridge between the East and the West in addition to being a popular tourist destination, making it a hub for both domestic flights and international connections within Turkey. The opening of the Istanbul New Airport on October 29, 2018 gave the Turkish aviation sector not only the largest airport in the world but also a key location for the growth of the civil aviation sector. The largest airport in the world, Istanbul New Airport, is expected to handle 100 million people a year.

In Turkey, there are 54 airports that are accessible for commercial air travel. The State Airports Authority is the largest operator in terms of the number of airports it operates (DHMI). Airports like Istanbul, Antalya, Sabiha Gökçen, Esenboğa, and Adnan Menderes, where terminal investments are made and operated by the private sector, accommodate 74% of the annual total number of passengers (DHM, 2021).

According to the World Health Organization's instructions, governments restricted air travel first, then closed their borders and halted most of their aircraft activity to prevent the new coronavirus COVID-19, which affected the entire world in 2020, from spreading. Year-End Evaluations for ICAO 2020 1.8 billion passengers traveled internationally in 2020, down from 2.7 billion, or 60%, according to figures released by the International Civil Aviation Organization (ICAO). The number of seats offered by airlines has dropped by 50%. (UTIKAD, 2020).

1.8 billion passengers traveled internationally in 2020, down from 2.7 billion, or 60%, according to figures released by the International Civil Aviation Organization (ICAO). The number of seats offered by airlines has dropped by 50%. (ICAO, 2021).

Beginning with flights from China on February 5, 2020, all international flights were progressively suspended because of the COVID-19 outbreak in Turkey. On March 27, 2020, all domestic flights were suspended as of April 3, 2020. The Aviation Sector is significantly impacted by the crises because of its structure. Consumers typically forego travel (particularly by air) during a crisis and focus instead on their most fundamental necessities. The aviation sector has seen phases of contraction and stagnation in recent years because of crises like the Gulf Wars, the 2008 Global Crisis, SARS, MERS, and the attack on the World Trade Center in the USA. However, none of these disasters had the same impact on civil aviation as COVID-19 (Akca, 2020).

Organizations that Operate Air Cargo Transportation

Internationalization of air travel dates to its inception. The characteristics of air transportation's internationalization became increasingly obvious in the 1980s because of the growth of interdependence and collaboration among international air travel as well as the emergence of multinational carriers. The goal of internationalization is to guarantee that any passenger, commodities, or mail is delivered from any location in the world to any desired location at any time in a manner that is cozy, secure, affordable, and dependable.

Four categories can be used to group air cargo firms. The first of them are businesses that primarily transport people while also transporting cargo in areas of the airplane where there is still room for passenger belongings. Pure air cargo enterprises that use airplanes exclusively for cargo delivery come in second. Combination airlines, which use only aircraft intended to carry both passengers and cargo, are in third position. There are cargo businesses, sometimes known as express or parcel-mail carrier airplanes, that provide door-to-door long-distance integrated express transportation (Gerede, 2012, 95). These air cargo business models are briefly described as follows by Maynard et al. in 2015:

Airlines that carry passengers: Airlines that transport passengers use the remaining space in the fuselage of the current aircraft to transport cargo after loading passenger-related things such as passengers, luggage, food, beverages, and corporate supplies. Passenger airlines can fly to a variety of locations frequently, which is their major advantage. However, it is unfavorable for them to have size restrictions on the cargo they accept due to integrated services, cargo doors, cargo capacity, and airframe limitations. Airlines that transfer passengers often do so from airport to airport. The sender leaves the cargo at a warehouse at the airport of origin, and the cargo customer or its agent, the freight forwarder, picks it up at the airport of destination. Airlines that fly passengers, like American, Delta, and United, also transport freight in the fuselage.

All cargo transporters: Airport-to-airport air cargo and freight services are operated by all cargo carriers that provide scheduled services to significant markets across the world using wide-body or containerized cargo aircraft, but not passenger service. All cargo airlines do scheduled flights for carriers with which they have agreements, but they can also conduct charter flights for other airlines (Worldbank, 2009:18). To all cargo carriers, MNG Cargo, Polar Air Cargo, Atlas Air, Kalitta Air Cargo, etc. One can use businesses as an example. Additionally, some significant airline corporations operate their whole fleet of cargo subsidiaries in their home markets. These include China Cargo Airlines, a subsidiary of China Eastern Airlines, Nippon Cargo, a subsidiary of All Nippon Airline (ANA), and Lufthansa Cargo, a subsidiary of Lufthansa (Zhang and Zhang, 2002:185). Both Pegasus Airlines and Turkish Airlines have air cargo transportation companies in Turkey under the names Pegasus Cargo and Turkish Cargo, respectively.

Combination carriers: These are transport companies that operate both passenger and cargo aircraft in their fleet. Combination aircraft are frequently mistaken for a type of aircraft that transports both passengers and cargo on the main deck of the aircraft, but these are aircraft that can transport either passengers or cargo and have a quickly reconfigurable bulkhead in the cabin for both uses simultaneously. These hybrid aircraft frequently have an extra-large cargo door and tools for swiftly adding or removing seats from the cabin floor.

Integrated express carriers (FedEx, UPS, DHL): Integrated express carriers provide shipment collection, air/truck handling, and delivery to transfer customers' goods from door to door. These businesses offer documents and small items weighing between 1 kilogram and 30 kg in a very quick and flexible manner. Integrated express carriers have begun to transport loads more than 30 kg over time.

FEATURES AND AREAS OF STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT ACTIVITY

A strategic vision of the function of human resources management has resulted from an appreciation of the true value of businesses' human assets and the fact that the unique abilities that organizations require do not exist by themselves and require incentives (Hindle, 2008). At this stage, it is possible to define human resource management as a strategic, unified strategy created for the efficient administration of an organization's most precious resource: its employees. Human resource management's ability to help individuals grow and perform at a high level helps the organization succeed, which depends on the success of each employee individually. However, human resources management, which hinders progress, has negative effects on the entire firm (Barutçugil, 2004). As a result, in the strategic human resources management method, the effectiveness of the organization's strategic management and the effectiveness of human resources management are closely intertwined. Focusing on the market, the future, abilities, and differences is typically highlighted in the strategic human resources management strategy.

Create a connection between the organization's strategy and the needs of the customer. Human resources are the ones who will innovate and make the strategic choices that will set the product apart, or, in other words, who will track and study the market and maintain positive relationships with customers. As a result, human resources should choose employees who are in line with the company's strategy and target audience, assign them to key positions, keep them on board, and create externally integrated human resources plans (Barutçugil, 2004). By offering vertical integration, where the link between human resources and human resources is developed, and horizontal integration across the functions of human resources management, it aims to achieve

strategic dominance. In the future, an organization's human resources management will pursue a differentiation strategy when it enters a new market. In order to do this, strategy will design its own plans, plan the amount of people and qualifications necessary for the strategy, locate the right candidates, develop them in line with the organization's strategy, and work to keep them on board. Ideas are at the heart of strategic management. Difficult concerns about the future of labor are being sought after for answers. Therefore, it is crucial for managers to be able to think strategically and act accordingly (Betz, 2010). Managers who can think analytically and make analytical analyses, as well as who are creative and have varied mindsets, produce good results and provide the firm a competitive advantage. Training and developing managers who can effectively make strategic decisions and implement them in businesses is crucial for this reason. In order to be sustainable, multinational corporations and businesses that offer services to all parts of the world, like those in the aviation industry, must address these issues, make improvements, and turn them into competitive advantages on a worldwide scale. The idea of "diversity management," which was developed in order to make this problem beneficial for both sides, views workforce diversity as an organizational asset that may give businesses a significant competitive edge (Tozkoparan & Vatansever, 2011). The first step in managing differences is to accept and value individuals for who they are, regardless of how similar or different they may be from you.

Human resource planning is a procedure used by managers to ensure that they have a workforce that can perform the proper amount and quality of work at the right time, in the right location, effectively, and efficiently, as well as support the organization's goals. By providing the foundation for human resource planning of the company's mission and goals, human resource planning aids the organization in achieving its goals. Future human resource requirements must be identified in this process, and a strategy must be developed to satisfy those requirements. Usually starting with an inventory of human resources, managers first assess the status of the available human resources (Robbins, Decenzo, & Coulter, 2013). The workforce inventory is a crucial step in ensuring that the new and changed jobs, as well as the personnel who will do them, are compatible with the chosen strategy. Job analysis and job descriptions are additional

steps. Job analysis is a method of gathering thorough data on jobs. This strategy allows for the identification of positions, the tasks and obligations associated with them, business practices, working circumstances, necessary qualifications, etc. Information that is pertinent is gathered. Work descriptions and job requirements are documents that summarize the extensive material collected at the conclusion of this investigation. A written description of the job that aids in human resource planning is called a job description. Future human resource requirements are established in accordance with the organization's strategic orientation. The demand for the organization's goods and services leads to a demand for human resources. Managers can forecast quantitative and qualitative deficits or surpluses once the current workforce and future demands have been determined. It can formulate a strategy by comparing these projections with the anticipated labor supply. Human resource planning is future-focused since it not only helps determine the present workforce demands, but also forecasts the future workforce requirements and its availability.

The choice of workers is crucial to the organization's strategic management performance. Because employee performance affects the performance of the organization (Erdut, 2002). Finding candidates with the desired qualifications and developing a candidate pool, choosing the best candidate for the organization's strategy and the job's requirements, using various techniques from this pool, placing the chosen candidate in the position, and acclimating them to the company are crucial steps for the organization's future. The most crucial resources that will determine the organization's future course and offer it a competitive edge are the hired candidates. Making sure qualified personnel stay in the organization is one of the most important jobs of human resources management. It takes time and money to replace a departing employee, especially a management. Additionally, the information, experience, and network that a departing employee brings with him might result in substantial losses for the company (Barutçugil, 2004). It is widely acknowledged that employees' productivity, ease of strategy implementation, and level of personal satisfaction all increase with increased commitment to their jobs (Kourdi, 2012). But it's challenging to get people to go beyond feeling content and inspired to showing loyalty, dedication, and commitment to their jobs. Especially in the aviation business, it is challenging to raise the dedication of

workers who must combine physical, mental, and emotional labor. Therefore, efficient methods ought to be applied. The working customer profit chain and the three-factor theory are two examples of these strategies. Employee loyalty is explained in two ways by the employee customer profit chain. Because his work satisfies his financial, professional, and personal development objectives, an employee may have a rational commitment or an emotional attachment to the company. Traditional ways can motivate rationalists, but in order to be motivated by emotional attachments, one must look beyond these methods. Employees that have a strong emotional connection to the company desire to actively value, enjoy, and believe in their work in addition to feeling happy with it. The most precious asset of a corporation is its workforce. These people advance to the highest levels in their professions. This chain claims that what has to be done is to assist and motivate this group to put more effort into their work, which will be to everyone's advantage. Contrarily, the three-factor approach is predicated on the idea that employees have fundamental wants that they must make an effort to satisfy (Kourdi, 2012). Employee satisfaction and enthusiasm are increased by providing an atmosphere that satisfies these criteria. These needs revolve around three primary concepts: doing justice, feeling respected, and cooperating. Fairness is about expecting equal treatment under all workplace circumstances, including physiological, financial, and psychological ones. Being proud of completing key tasks successfully and receiving praise for them is a sign that you are respected. On the other hand, collaboration is about employees' desire for friendly, interesting, and collaborative connections at work. These methods suggest that in order to boost employee engagement, all managers—not just human resources managers—should take these important factors into account.

STRATEGIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN THE AVIATION INDUSTRY: POSITION AND IMPORTANCE

Due to the increasing diversity of the workforce, the size and complexity of businesses, the absolute and relative increases in labor costs, the intensification and globalization of competition, the individualization of HRM issues, and the structural changes in the labor market, HRM must develop strategic decisions and practices in these areas. Globalization, technological advancements, the shift from an industrial to an

information society, liberalization, and other factors that affect the aviation sector as well as other sectors have all had a significant impact on the industry, creating a highly competitive environment for businesses on a global scale (Wilson, 2005:2-3).

The "Golden Period" of aviation is referred to be the years between 1940 and 1960, when the states made significant financial investments in the aviation sector (Benligiray & Kurt, 2016:358). Although the governments claim that the primary goal of these contributions is to raise the worldwide stature of the nations all of these investments are being made to raise the efficiency and capability of the states' armed forces. In the decades that followed the Second World War, civil aviation underwent a significant technological advancement. Aerial vehicles are becoming much more mobile. As a result, successive new aircraft models have been developed in most developed nations. As a result, states have decided to support the aviation industry to advance civil aviation. Thus, the choices made not only merged the aircraft and engine industries, but also significantly aided in the development of skilled engineers, technicians, and pilots.

The "Human Factor Period" in aviation is defined as 1960 to 1979 (Benligiray & Kurt, 2016:358). The long-distance passenger and freight transportation by aircraft has faced significant challenges during the human factor age of aviation. The development of air travel was greatly aided by the ability of the aircraft built at this time to land and take off on short-haul runways (Richter & Koch, 2004). Inadequate safety and control procedures have contributed to aviation mishaps as air travel has grown in popularity. The belief that flying is risky and unsafe relative to other transportation systems has gained popularity because of the mishaps and massacres that have occurred. Thus, the idea that aviation accidents can be decreased with the implementation of regulatory and preventive research has emerged because of the analysis of human-induced technical and piloting errors caused by accidents and crashes.

The years between 1980 and 1990 are referred to as the "Embryo Period" of aviation because they saw the beginning of the traditional worker-employer relationship, the implementation of liberalization and liberalization policies, and the elimination of a monopolistic structure in air transport. So, rather than a system in which only the traditional airlines are the flag carriers, it represents a market in which flag carriers and

private airlines are involved in the system and a totally competitive atmosphere is created. This shows that the aviation sector is headed for a highly competitive climate (Roughton & Mercurio, 2002).

Liberalization is the first of the two primary causes of the escalating competitiveness (Benligiray & Kurt, 2016, 358). Deregulation is a key liberalization term; it refers to the situation of having less or no government regulation in a particular industry. Therefore, in the aviation industry, where competition is growing, with fewer and simpler regulatory regulations, both the service quality and pricing will be improved. As a result, from being an industry that does not regard working persons, all these advances that boost competitiveness in the aviation sector have led to the birth of an industry that values personnel and is sensitive to the workforce. All these changes have also had significant effects on labor-management relations, including part-time jobs and layoffs. The Low-Cost Airline (LCC), which has formed under rising price pressure, is another reason causing the rivalry to become more intense. Due to their reduced operating costs than traditional airlines, LCCs have risen to prominence in numerous fields. As a result, the low wages required by LCCs have altered how the aviation sector views competition (Wilson, 2005, 6). LCCs value human resource management more than traditional airlines, according to Gillen (2008).

In aviation, the 2000s were known as the "Talent Wars Era" because to 9/11-related crises and intense competition. The crises, which caused the air transport sector to contract by about 20 percent, led to a reduction in training expenses and layoffs. Therefore, the aviation industry's contraction damaged aviation education institutes and lowered the number of workers holding aviation licenses. According to Harvey and Turnbull (2002), airlines reduce their capacity during economic downturns. Consequently, as usual, this circumstance also results in significant employment losses.

Today, because of the recovery and acceleration of the aviation industry, the demand for competent and qualified engineers, technicians, and pilots has surged, making it impossible to meet this demand. This circumstance in the aviation business has prompted LCCs to transfer their competent and skilled people from other airlines at extravagant costs, particularly through talent hunting. Consequently, many airlines

consider LCCs as thieves. This situation has raised the question of gentleman's agreements among airlines (Benligiray & Kurt, 2016:358). In 2015, for instance, Gozen Aviation and THY inked a gentleman's agreement to restrict employee transfer. This problem can be attributed to the recent increase in the number of staff transferred from Gozen Aviation to THY. Thus, the transfer of Gozen-trained workers to THY, which provides superior conditions, was halted. It is stated in the fourth paragraph of the circular on personnel transitions in the aviation sector published by DGCA on 28.12.2015 (SHGM SHT - SMS, 2015):

Due to the transfer (circulation) of flight crews during the months of April-May-June-July-August, when the number of flights is high, the flying duty and rest time limits are violated by exceeding them.

It has been determined that during these busy months in the aviation industry of our nation, where there is a lack of flight crew, the crews are unable to benefit from that crew for a period due to the training they must do to begin working in another firm. It has been determined that it negatively impacts flight safety (Robson et al., 2009).

With this Circular, airline operators must take the required steps prior to the peak season to ensure that crew planning is conducted within the framework of schedule and number of aircraft planning, while also taking into consideration unforeseen circumstances. personnel are barred from transferring to other airlines in April-May-June-July-August, except for force majeure.

Almost every month, more than 100 aircraft are purchased around the world for use in air transportation. For each aircraft, at least 10 to 12 new pilots must be hired, and appropriate training procedures must be implemented (Brugge et al., 2015:1). As in other businesses, the demand for professional and skilled human resources remains a valuable precious resource in the aviation industry.

In 1978, the "Airline Deregulation Act" was passed in the United States, initiating the sector's initial deregulation. Later, similar patterns were observed in Europe, South America, and Canada. With the opening of the Turkish civil aviation industry to competition, the number of aircraft increased by 34.3% from 385 in 2013 to 517 in

2017. While roughly 65,000 employees were engaged in the sector in 2003, this number climbed 191,709 with an increase of 194.9% in 2021 (definitive data on both personnel and sector turnover for 2022 will be reached in May 2023) (definitive data on both personnel and sector turnover for 2022 will be reached in May 2023). In addition, the sector's revenue, which was 3.6 billion TL in 2003, climbed by 2195.4% between 2003 and 2016 to reach 70.24 billion TL (SHGM, 2021). Thus, both the competitiveness of the Turkish civil aviation sector has increased, and the economic and social development process of the country has quickened. In addition, with the implementation of the Civil Aviation Law No. 2920, a rapid, dependable, and technologically advanced air transport system has been established.

There are twelve airlines active in the Turkish civil aviation sector, four of which operate cargo aircraft. The number of aircraft owned by airline firms increased by 219.1% between 2003 and 2021, from 162 to 517. While the fleet's total seat capacity is 97,500, cargo aircraft have a capacity of 1,866,450 kilograms.

All these changes in the aviation industry have made it imperative for firms to manage all processes in a strategic manner. Therefore, all companies in the aviation industry must demonstrate a sustainable competitive advantage by developing strategies that will raise their talents and performances to a high level through continuous training programs and by acquiring and retaining human resources that are compatible with market-oriented competitive strategies. In addition, the most precious resource that cannot be imitated and will give value to an organization's strategic management is human capital (Yüksel, 2021). Consequently, HR, which is an integral part of organizational strategies, can provide a competitive advantage by generating value for other organizations through effective HRM practices. Examining the benefits that competition brings to the aviation industry reveals that airlines have reaped benefits such as increased efficiency and productivity, a greater emphasis on the concepts of competence and talent, and the hiring of foreign managers, teams, and personnel. Based on this interpretation, he asserted that the airline business, which services a vast market network, and other airline companies that share the same market network should place a premium on high quality, dependability, and safety to maintain their competitive edge.

Additionally, he asserted that airline personnel play a significant role in revealing these values (Küçükonal & Korul, 2009). Therefore, the strategic function of strategic human resource management is vital to the aviation industry's competitive edge.

DISCUSSIONS AND CONCLUSION

It is an important system consisting of the subject of activity, public and private institutions and organizations that carry out the activity, high-tech vehicles and equipment used, special infrastructure and communication systems, qualified human resources, people served, rules and legislation with national and international characteristics. The airline transportation sector is an important sub-sector of the transportation sector. None of the critical components in this system are "human," despite the fact that there are numerous important economic, technological, and information-based factors involved. The human being is the most important component of this sector, as it is impossible for the industry to function without them. Any errors made in the administration of the essential component would result in disastrous outcomes (Wilkinson, Lepak, Snell, & Bacon, 2019).

For airline companies, human resources are crucial. When looking at aircraft accidents, it is clear that a significant portion of them (between 70 and 80 percent) include human error. One of the first actions to be made to prevent the same type of accidents is to recognize human-induced accidents and massacres and establish corrective procedures. The pilot, technician, air traffic controller, maintenance, radar operator, and engineer—the human factors that can cause the accident—are therefore the factors that can lower the probability of an accident. It is a well-trained, equipped, competent, and professional human element that will help to eliminate these problems as training will be given with effective strategic HR practices. Nearly all potential accidents, massacres, and attacks that may affect aviation operations and security may be human induced. In aviation, even the smallest act of carelessness can result in tragedies and massacres that claim hundreds of lives. Additionally, an airline that has been associated with tragedies like accidents and murders is made whole by using standard HR procedures; but, substantial reputational damage, market losses, and sustained competition are nearly impossible to reverse. Particularly licensed professionals who are crucial to the execution of the flight

and operation include air traffic controllers, mechanics, radar operators, aircraft technicians, dispatchers, and pilots. Strategic HRM should always exercise tact while carefully choosing, hiring, putting, developing, and supervising the individuals who will contribute to the enterprise's strategic points. (Amankwah-Amoah, 2020).

The only way for most airlines to survive in today's very competitive air cargo transportation market has been to implement an excellent HRM. According to Blyton (2001), the top airlines of today give a level of service that is comparable to one another, and the only aspect that can be used to demonstrate a competitive edge for airlines is the workforce that delivers the service component. He therefore stressed the value of human resources rather than procedures, items, or equipment that represent fundamental competency by pointing out this difference instead (Wilson, 2005:8).

The following organizations, in addition to the airlines involved in passenger transportation, significantly contributed to the successful completion of the operation: ramp services (such as aircraft parking on the apron, passenger, baggage, and cargo loading and unloading, and other services required on the apron), passenger services, operations, cargo, catering, fuel operations, line maintenance, terminal, transportation, aircraft private security, surveillance – organization. (Adedoyin and others, 2020). Therefore, every employee who is assigned to work at the airport must ensure a safe and secure operation; During the flight operation, it takes a direct part in welcoming the aircraft, parking it, opening the door, disembarking and unloading the passengers, loading and unloading the fuel and luggage, providing cleaning and catering services, ensuring passenger satisfaction, and safely taking off and flying the aircraft.

In the aviation industry, it is anticipated that airplanes will operate continually. A non-flying fleet is losing every minute. As a result, fleet planning is crucial for airline firms. Particularly, factors like technology levels, number, capacities, flight networks, ground services, R&D costs of the aircraft in an airline's fleet, an indicator of their assets, and newly planned routes by the businesses can result in significant costs when the strategic HRM makes decisions regarding fleet planning. For instance, in a strategic HRM decision to pull an airline out of a loss-making market; the question of how the aircraft will be evaluated in which market; or on a territory it will take four years in advance at

the point of fleet planning to enter a market that it believes will provide high profits; It is necessary to have the expertise and equipment to answer all these crucial questions, such as to what extent the aircraft order to be given will meet the needs of that region. It should not be forgotten that making the wrong choice can result in significant expenditures. Because the rise of high costs would impact sustained competition, strategic HRM competency is crucial to the formulation and execution of strategic decisions. To put it another way, what competitive strategy should be used for low profitability markets—downsizing, merger, integration, retreat, liquidation, purchase—and which new, highly profitable markets to enter? should be used, or is it a plan for collaboration (Ekici, Orhan, Gümüş, & Bahce, 2022). Therefore, it is the organization's human resources that will look for answers to such crucial questions, throw light on the organization's future with strategies that will assure sustainability in the face of competition, and put plans and policies into action. Given all this information, it is evident that he places a strong emphasis on the role that strategic HRM plays in giving one of the airline companies—air cargo—a competitive edge.

The environment in which airlines operate is both dynamic and complicated, and they are subject to a wide range of forces. Globalization, policies of liberalization, technical improvements, an increase in customers' quality expectations, terrorist threat, and increased security are among the most important of these effects. In addition to all of these consequences, the economic repercussions brought about by the tight dependence of businesses in the sector on both the conditions of the surrounding environment and on one another should be added. The influence of competition is the most significant of these factors. Taking a strategic approach to managing one's human resources is necessary in order to achieve a lasting competitive advantage in the conditions that exist today (Kankaew, 2022). Gaining a competitive advantage is extremely difficult without having strong management and adequate human resources. In the field of civil aviation, human resources are connected, either directly or indirectly, to all of the processes that a company goes through; as a result, these resources are of the utmost significance for an organization to acquire and keep a competitive edge. The application of market concepts to different types of business organizations is the fundamental tenet upon

which strategic human resource management is founded (Eaton, 2017). As a result, market principles have largely replaced hierarchical structures in enterprises.

Integration of organizational strategy and human resources strategy is the means by which aviation companies can achieve sustainable competitive advantage despite operating in a market that is fraught with intense competition. This is possible on account of the fact that the aviation industry is highly competitive. Aviation organizations should have a focus on the future, harmonize the structure of the market and their policies regarding human resources, be able to train, develop, and keep the talents that will be needed in the future for the continuity of the organization, and be able to see the differences of their employees as a value and turn those differences into an advantage through management (Haerani ve diğerleri, 2020). Employees should not be viewed as an expense, but rather as a competitive asset and business partners that help drive the company forward. One of the most essential aspects that must be taken into account is the requirement that managers of human resources be located in close proximity to senior management and take part in making strategic choices. In this way, the employees of the business will be informed about the organization's future strategies, and the planning of the human resources that will be required to put those strategies into action can take place. A sustainable competitive advantage can be achieved by aviation organizations not only by providing products or services that are distinct from those provided by other organizations or by concentrating on cost, but also by having employees who are able to ensure the continuity of these services and develop them further. Because of this, airlines are required to implement a strategic approach to managing their human resources, as well as comprehend, adopt, and apply the principles of strategic human resource management.

REFERENCES

Adedoyin, F. F., Bekun, F. V., Driha, O. M., & Balsalobre-Lorente, D. (2020). The effects of air transportation, energy, ICT and FDI on economic growth in the industry 4.0 era: Evidence from the United States. *Technological Forecasting and Social Change*, 160, 120297.

- Airbus (2018). Global market forecast 2017-2036 growing horizons, http://www.airbus.com/content/dam/corporatetopics/publications/backgrounders/Airbus_Global_Market_Forecast_2017-2036_Growing_Horizons_full_book.pdf
- Amankwah-Amoah, J. (2020). Stepping up and stepping out of COVID-19: New challenges for environmental sustainability policies in the global airline industry. *Journal of Cleaner Production*, 271, 123000.
- Barutçugil, İ. S. (2004). *Stratejik insan kaynakları yönetimi*. Kariyer Developer.
- Benligiray, S., & Kurt, Y. (2016). Havacılık sektöründe stratejik insan kaynakları yönetiminin rolü: Sürdürülebilir rekabet avantajı elde etme, Proceedings of SOCIOINT 2016 3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities 23-25 May 2016- İstanbul.
- Betz, F. (2010). *Yönetim stratejisi*. Tubitak Popüler Bilim Kitapları.
- Boeing (2018). Current market outlook 2017-2036, <http://www.boeing.com/resources/boeingdotcom/commercial/market/current-market-outlook-2017/assets/downloads/2017-cmo-6-19.pdf>
- Brugge, D., Patton, A. P., Bob, A., Reisner, E., Lowe, L., Bright, O. J. M., ... & Zamore, W. (2015). Developing community-level policy and practice to reduce traffic-related air pollution exposure. *Environmental Justice*, 8(3), 95-104.
- Eaton, J. (2017). Globalization and human resource management in the airline industry. Routledge.
- Ekici, F., Orhan, G., Gümüş, Ö., & Bahçe, A. B. (2022). A policy on the externality problem and solution suggestions in air transportation: The environment and sustainability. *Energy*, 258, 124827.
- Erdut, T. (2002). *İnsan kaynakları yönetimi ve endüstri ilişkilerinde değişim*. İzmir: Tür Ağır Sanayii ve Hizmet Sektörü Kamu İşverenleri Sendikası.
- Gerede, E. (2015). Havayolu taşımacılığında küreselleşme ve havayolu iş birlikleri THY AO'da bir uygulama [Unpublished PhD Thesis]. Anadolu University.

- Gillen, D. (2008, October). Airport Governance and regulation: The evolution over three decades of aviation system reform. In Workshop on Transport Economics/Models of Airport Ownership and Governance', FEDEA-Abertis.
- Haerani, S., Sumardi, S., Hakim, W., Hartini, H., & Putra, A. H. P. K. (2020). Structural model of developing human resources performance: Empirical study of Indonesia state owned enterprises. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 211-221.
- Harvey, G., & Turnbull, P. (2002). Contesting the Crisis. *Aviation Industrial Relations and Trade Union Strategies after*, 11(2), 18-24.
- IATA [International Air Transport Association] (2015). Strong demand for air travel rises in 2014. <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2015-02-05-01.asp>.
- IATA [International Air Transport Association] (2017). Annual review. <http://www.iata.org/publications/Documents/iata-annual-review-2017.pdf>
- IATA [International Air Transport Association] (2021). Passenger demand recovery continued in 2021 but omicron having impact. <https://www.iata.org/en/pressroom/2022-releases/2022-01-25-02/>
- ICAO (2014). Strong passenger results and a rebound for freight traffic in 2014. <http://www.icao.int/Newsroom/NewsDoc2014/COM.48.14.EN.pdf>.
- ICAO (2021). 2020 passenger totals drop 60 percent as COVID19 assault on international mobility continues, <https://www.icao.int/Newsroom/Pages/2020-passenger-totals-drop-60-percent-as-COVID19-assault-oninternational-mobility-continues.aspx>
- Kankaew, K. (Ed.). (2022). *Global air transport management and reshaping business models for the new era*. IGI Global.
- Kourdi, J. (2012). *İş stratejisi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Maynard, K. R., Causey, L., Kawaza, K., Dube, Q., Lufesi, N., Maria Oden, Z., ... & Molyneux, E. M. (2015). New technologies for essential newborn care in under resourced areas: what is needed and how to deliver it. *Paediatrics and International Child Health*, 35(3), 192-205.

- Richter, A., & Koch, C. (2004). Integration, differentiation, and ambiguity in safety cultures. *Safety Science*, 42(8), 703-722.
- Robbins, S. P., Decenzo, D. A., & Coulter, M. (2013). *Yönetimin esasları*. Nobel.
- Robson, D., Pooley, D., & Hughes, H. (2009). *The air pilot's manual 7: radiotelephony* (3. Edition). Aviation Theory Centre.
- Roughton, J., & Mercurio, J. (2002). *Developing an effective safety culture: A leadership approach*. Butterworth-Heinemann.
http://flightsafety.org/files/methods_tools_safety_analysis.pdf
- SHGM, SHT – SMS [Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü] (2015). Hava seyrüsefer hizmet sağlayıcıları tarafından emniyet yönetim sistemlerinin kullanılmasına ilişkin talimat. <http://mevzuat.shgm.gov.tr/index.php/talimat>
- Tozkoparan, G., & Vatansever, Ç. (2011). Farklılıkların yönetimi: İnsan kaynakları yöneticilerinin farklılık algısı üzerine bir odak grup çalışması. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 21, 89-109.
- Wilkinson, A., Lepak, D., Snell, S. A., & Bacon, N. A. (2019). The SAGE handbook of human resource management. *The SAGE Handbook of Human Resource Management*, 1-638.
- Wilson, S. (2005). Human Resource Management in the Airline Industry - The Example of Star Alliance [Unpublished Master's Thesis]. <http://www.grin.com/en/e-book/41155/human-resource-management-in-the-airline-industry-the-example-of-star>
- Yüksel, Ö. (2021). *İnsan kaynakları yönetimi* (6. Baskı). Gazi Kitabevi.
- Zhang, A., & Zhang, Y. (2002). Issues on liberalization of air cargo services in international aviation. *Journal of Air Transport Management*, 8(5), 275-287.

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

26/01/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

01/03/2023

Algılanan dönüştürücü liderlik tarzının iş performansı üzerindeki etkisinde akış deneyiminin aracılık rolü: Akademisyenler üzerinde bir araştırma

Sezer Cihan GÜNAYDIN KESKEN¹, Zeynep Merve ÜNAL² & Ömer Erdem KOÇAK³

Öz

Bu araştırmanın amacı algılanan dönüştürücü liderlik ile iş performansı arasındaki ilişkide işte akış deneyiminin aracılık rolünü analiz etmektir. Değişkenler arası olası ilişkilerin incelenmesi için kesitsel yöntemle Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde çalışan 408 akademisyen; Dönüştürücü Liderlik Ölçeğini, Akış Ölçeğini ve İş Performansı Ölçeğini cevaplandırmışlardır. Regresyon analizi sonuçları beklenildiği gibi algılanan dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerinde olumlu etkisi olduğunu ve algılanan dönüştürücü liderlik ile iş performansı arasında işte akışın tam aracılık rolü olduğunu göstermiştir. Sonuçlar ayrıca algılanan dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerindeki olumlu etkisinin akademisyenlerin işte akış deneyimlemesi ile ortadan kalktığını göstermiştir. Araştırma bulguları işte akış deneyiminin önemini ortaya koymuştur. Bir başka deyişle, işte akış o derece önemli bir değişkendir ki; akademisyen popülasyonunda algılanan dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerindeki olumlu etkisini görünmez kılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Akış deneyimi, Dönüştürücü liderlik, İş performansı, Akademisyenler

¹ Doç. Dr.; İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Havacılık Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: scgunaydin@gelisim.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4927-3117

² Dr.; Bağımsız araştırmacı/Free researcher, İstanbul, Türkiye

E-mail: zeynepmerveunal@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3108-8247

³ Doç. Dr.; İstanbul Medipol Üniversitesi Yönetim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: okocak@medipol.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4649-2042

Atıf İçin / For Citation: GÜNAYDIN KESKEN, S. C., ÜNAL, Z. M. & KOÇAK, Ö. E. (2023). Algılanan dönüştürücü liderlik tarzının iş performansı üzerindeki etkisinde akış deneyiminin aracılık rolü: Akademisyenler üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 147-176. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

The mediating role of flow experience on the interaction between perceived transformational leadership and job performance: A research on academicians**Abstract**

The aim of this study is to analyze the mediating role of flow at work in the relationship between perceived transformational leadership and job performance. In order to investigate the potential relationship between variables through cross-sectional design, 408 academicians who work both in public and private universities answered Transformational Leadership Scale, Flow Scale and Job Performance Scale. As expected, results of regression analysis indicated that perceived transformational leadership has a positive effect on job performance and flow at work has a full mediating role between perceived transformational leadership and job performance. The results also showed that positive effect of perceived transformational leadership on job performance of academicians disappears when academicians experience flow at work. Research findings revealed the importance of flow at work. In other words, experienced flow at work is such a powerful variable that it eliminates the positive impact of perceived transformational leadership on job performance in academician population.

Keywords: Flow experience, Transformational leadership, Job performance, Academicians

GİRİŞ

Günümüz çalışma yaşamının bireylerden beklediği; işi tam zamanında ve gerekli beceriler ile tamamlamak, tatmin edici düzeyde ve hatta üstün performans göstermek, yetkin olmaktır. 21. yy. da tüm sektör ve örgüt çalışanlarına yönelik olan bu beklentiler akademisyenler için de geçerlidir. Özellikle Türkiye’de sayıları hızla artan vakıf üniversiteleri ve devlet üniversiteleri genelinde yüksek öğrenimde kalite standartlarını arttırmak hedefi ile akademisyenlerden yüksek performans göstermeleri beklenmektedir. Akademisyenlik yüksek içsel motivasyon düzeyi gerektiren ve çoğunlukla, “başarı, sorumluluk, kendini gerçekleştirme, öz-saygınlık, özerklik ve yeterlilik” gibi yüksek düzeyli ihtiyaçların tatminini içeren bir meslek olma özelliği taşımaktadır. Bu bağlamda akademisyenlerin performanslarını ve üretkenliklerini arttırmak ve mesleklerini akış deneyimi ile icra etmelerine etki eden faktörleri inceleyen çalışmalar yapmak alan yazında kuramsal ve uygulamaya yönelik katkılar getirecektir. Neticede akademisyenlerin içsel motivasyonlarının ve akış deneyimini ortaya çıkaracak uygun liderlik ve yöneticilik modellerinin araştırılması, akademisyenlerin güçlü yönlerini performansa dönüştürecek destekleyici bağlamların bütüncül modeller ile irdelenmesi ve ampirik olarak test edilmesi bu alanda liderlik ve yöneticilik yapacak bireyler açısından da yol gösterici olacaktır.

Bu bağlamda bu çalışmada esas olarak öngörülen, akademisyenlerin işlerini yaparken akış deneyimi yaşamalarının iş performansları üzerinde olumlu bir etki yaratacağıdır. Bireylerin işlerini icra ederken olumlu anlamda deneyimlediği bilişsel, davranışsal ve duygusal birtakım durumlar olarak ifade edilen akış, iş performansını yordayıcı bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır (Csikszentmihalyi, 1997; Demerouti vd., 2012; Fullagar & Delle Fave, Van Krevelen, 2017;). Ancak akış deneyiminin ortaya çıkması ve performansı arttırması da bazı öncel faktörlere bağlıdır. Yöneticinin liderlik tarzı bu faktörlerden birisini oluşturmaktadır (Özcan, 2021). Günümüzde örgütlerin nihai hedefleri olan verimlilik ve karlılığa ulaşmaları mevcut yeteneklerin ve insan potansiyelinin fark edilmesi, kullanılması ve geliştirilmesine bağlıdır. Liderler, çalışanların kendi potansiyellerini açığa çıkarma ve gerçekleştirmelerinde de kritik bir rol oynarlar (Liden, Wayne ve Sparrowe, 2000). Kurumda çalışan bireyleri cesaretlendiren, güdüleyen ve onlara ilham veren bir lider çalışanın ve örgütün anlık ve gelecekteki başarısını etkileyecektir. Kurumun performansı ve aynı zamanda çalışan bireylerin performansı liderin sahip olduğu liderlik tipi ile belirlenmektedir (Barrick, Thurgood, Smith, & Courtright, 2015; Gao, Murphy & Anderson, 2020). Modern ve post- modern liderlik yazınında çok fazla sayıda liderlik tarzı tartışılmaktadır. Hizmetkar liderlik, etik liderlik, karizmatik liderlik, entelektüel liderlik, otantik liderlik gibi liderlik tarzları içerisinde; dönüştürücü liderlik tarzı, ilham verici olmaları, zihinsel uyarılmayı harekete geçirmeleri, çalışanlarının ihtiyaçlarına bireysel ilgi göstermeleri gibi temel davranış tarzları ile çalışan motivasyonunu arttırmada en etkili liderlik tarzı olarak 90'lerden bu yana çalışılmaktadır. Özcan (2021) İstanbul'da hizmet sektörü çalışanları ile gerçekleştirdiği 243 veri üzerinden yaptığı analizlerde, hizmet sektöründe dönüştürücü liderliğin akış deneyimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğunu bulgulamıştır (R2: ,247; $\beta= 0,49$). Dönüştürücü liderliğin akış deneyimi üzerindeki etkisini irdeleyen bir çalışmaya akademisyenler örnekleminde ise rastlanılmamıştır.

Bu çalışmada dönüştürücü liderlik ile iş performansı arasında akış deneyiminin aracı değişken rolü irdelenecektir. Bütüncül modelde akış deneyiminin aracılık etkisinin test edilmesi anlamlıdır çünkü dönüştürücü liderlerin bireysel ilgi ve ilham olma özelliklerini kullanarak bireyleri nasıl güdüledikleri ve böylece bireylerin performanslarını iyileştirdikleri önem arz etmektedir (Shamir vd., 1993). Davranış ve tutumların önemli

bir belirleyicisi olan güdülenme, işteki akış algısında etkiye sahiptir; bir başka deyişle, işle ilgili akış deneyimi güdülenmiş bir mekanizmanın sonucudur (Csikszentmihalyi, 1997). İş yerinde önemli bir kaynak olarak ifade edilebilen dönüştürücü lider, işle ilgili akış deneyimini arttırarak çalışanların iş performansını da arttırabilir.

Bu bağlamda ilerleyen bölümlerde araştırmanın değişkenlerini oluşturan dönüştürücü liderlik, işte akış deneyimi ve iş performansı kavramları açıklanarak aralarındaki kuramsal ilişkiler ve araştırmanın teorik modeli ortaya konulacaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dönüştürücü Liderlik

Türkçeye, Fransızca transformateur sözcüğünden geçmiş olan transformatör kelimesi Türk Dil Kurumu sözlüğünde “dönüştürücü” olarak tanımlanmaktadır. Bir kişiyi veya durumu bulunduğu konumdan başka bir konuma taşıyabilme olarak ifade edilebilen dönüştürücü kavramı, güdülenmenin ve tatminin önem arz ettiği kurumsal yaşamda oldukça önemli bir yere sahiptir. Yeni liderlik yaklaşımlarından biri olarak ifade edilen dönüştürücü liderlik (Hoch, Bommer, Dulebohn, & Wu, 2018): “grubun toplam çıkarını gözeterek çalışanları hedefe ulaşmaları için motive eden kişi” (Burns, 1978, s. 426) olarak tanımlanmıştır. Dönüştürücü liderlik 4 boyutta ele alınmaktadır (Serinkan, 2003). Bunlar; karizma, ilham verme, entelektüel teşvik ve bireysel ilgi olarak kavramsallaştırılmıştır. Liderin çalışanlar tarafından takdir edilmesi, güvenilir ve saygın bulunması karizma olarak ifade edilmektedir. Bu boyutta, lider topluluk hissiyatını oluşturarak görev ve hedef bilinci oluşturmaktadır. “Biz” kültürünü oluşturmayı başarak bireyleri hem güdüler hem etkiler. İkinci boyut olan ilham verme; liderin ahlaki değerler temelinde hareket ettiğini, karar alırken ahlaki sonuçlarını da göze aldığını, gelecek hakkında olumlu düşündüğünü ve hedeflere varmak anlamında her zaman kendine güvendiğini ifade etmektedir. Üçüncü boyut olan entelektüel teşvik; liderin yaratıcılık, yenilikçilik, problemleri/sorunları çözmek için tekrar çerçeveleme (olayları yeni bakış açısı ile ele alıp tekrar değerlendirme) yapmak gibi davranışları sergilemesi olarak ifade edilmektedir. Böylesi bir örgüt kültürü, eski durumlara yeni yaklaşımlarda bulunma anlayışını pekiştirmektedir. Bu durum, liderin bakış açısı ile benzer olmayan fikirlerin ve yaklaşımların eleştirilmemesi ile sonuçlanmaktadır. Böylece, örgüt

temelinde yenilikçilik ve yaratıcılık ortaya çıkmaktadır (Oğuzhan, 2021). Bireysel ilgi olarak ifade edilen dördüncü boyut ise liderin sahip olduğu koçluk ya da danışmanlık rolünü içermektedir. Bireysel düzeyde ilgi gösteren lider, bireylerin ihtiyaçlarının farkındadır. McClelland'ın (1961) ihtiyaçlar teorisinde vurguladığı üç temel ihtiyaç (ilişkisel, başarı ve güç) ve bu ihtiyaçların nasıl doyurulması gerektiği dönüştürücü lider tarafından belirlenmekte ve çalışan birey desteklenmektedir. Lideri tarafından ihtiyaçlarının farkına varılarak, doyurulması için gerekli eylemlerde bulunduğu algılayan çalışanın işe dönük olarak tatmini, örgüt temelinde ise bağlılığı artacaktır (Efe, 2021). Dönüştürücü liderliğin merkezinde olan bireylerin potansiyellerini gerçekleştirmeleri için yardım etmek beraberinde hem çalışanlar ile yakın temasta etkileşim içinde olmayı hem de çalışana sadece bir iş gören olarak görmekten ziyade insani ihtiyaçları olan bireyler olarak görmeyi içermektedir. Dönüştürücü liderliğin olumlu etkileri hem birey hem de örgüt temelinde görülmektedir. Lider tarafından güçlendirilmiş ve yeteneklerinin keşfedilip uygulamaya geçirilmesine fırsat tanınmış bir çalışanın işini yaparken daha güdülenmiş ve yoğunlaşmış olması beklenmektedir (Schermuly & Meyer, 2016). Bireylerin kendilerini işi icra ederken yetkin hissetmesi gelecekte akış deneyimlemeleri ile sonuçlanacak (Salanova vd., 2006) ve iş performansında artış gözlemlenecektir (Bakker, 2008).

Akış deneyimi

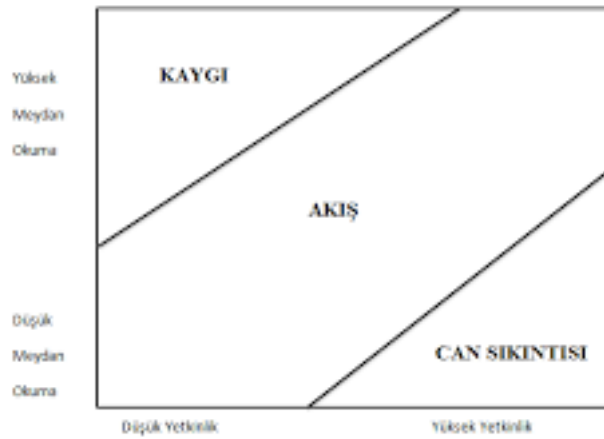
İş motivasyonu kavramı, başka bir deyişle bireyleri çalışmaya iten güdünün ne olduğu, filozoflar, sosyal psikologlar ve pozitif psikoloji tarafından araştırılan bir konudur. Csikszentmihalyi (1975) akış deneyimini; resim yaparken zaman ve mekân algısını kaybeden sanatçıları gözlemleyerek neden ve nasıl bu duyguyu deneyimlediklerini araştırmasıyla kavramsallaştırmıştır. Akış kavramı Csikszentmihalyi (1999, s. 824) tarafından “herhangi bir dışsal ödül olmaksızın bireysel fayda temelinde sürükleyici ve keyifli çalışma deneyimi olarak” tanımlanmıştır. Bakker (2008) akış deneyimini; yoğunlaşma, keyif alma ve içsel güdülenme olarak üç boyut ile ele almaktadır. Yoğunlaşma boyutu kişinin işini yaparken zaman ve mekân algısını kaybetmesi iken keyif alma boyutu yapılan işten duyulan hoşnutluğu ifade etmektedir. içsel güdülenme

boyutu ise işin icra edilmesi ile gelen ödülün ziyade işin kendisi ile güdülenmeyi ifade etmektedir.

Akış deneyimi kavramının geliştirilmesinde kuşkusuz kavramın fikir babası olan ve mutluluk olgusunu tanımlamaya çalışan Csikszentmihalyi'nin çalışmaları önem taşımaktadır. Csikszentmihalyi (1975), bugün sahip olduğumuz imkânlarla, lükse, paraya ve sosyal olanaklara rağmen; bunların hiçbirinin olmadığı onlarca hatta yüzlerce yıl öncesinde yaşamış olan insanlardan daha mutlu olmadığımızı öne sürmekte ve mutluluğun şans veya dış ortamdan kaynaklı olmadığını, tamamen kişilerin motivasyonları ile yakından ilintili olduğunu da iddia etmektedir. Bu motivasyonun ise, kişilerin algılarından ve iç ve dış hadiselerle yükledikleri anlamlardan önemli ölçüde etkilendiğini eklemektedir. Yine Csikszentmihalyi (1990), dış ve belirsiz güçler tarafından etki altında olmak yerine, insanların kaderlerine hükmettiği ve aksiyonlarını kontrol ettiği hissinde olduğu zamanlardan zevk aldığını hatta bu anların onların hafızalarında yer ettiğini öne sürmektedir. Bu olguya Csikszentmihalyi ideal deneyim (optimal experience) adını vermektedir. Bu tür olaylara sadece dışsal koşulların lehte olduğu zamanlar değil aynı zamanda; konsantrasyon gerektiren çalışmalardan, ölümcül deneyimler yaşanan olaylardan; hatta ormandaki bir kuşun ötüşünün dinlenmesi, zor bir görevin tamamlanması veya bir ekmeğin sevilen biriyle paylaşmanın da sebep olabileceği belirtilmektedir. İdeal deneyimin örneğin, bir çocuk için daha önce blok oyuncaklarından yaptığı en yüksek kuleden bile daha yüksek yaptığı bir kulenin en tepesine elleri titreye titreye son parçayı koyması gibi bir hali veya bir yüzücünün yeni rekorunu kırmaya çalışırken içinde bulunduğu fiziksel ve zihinsel durumu izah ettiği iletilmektedir. Yetenekler ile meydan okuma halinin bir denge içinde olduğu bu ideal deneyim durumunun da akış deneyiminin oluşması için gerekli bir ön koşul olduğu belirtilmektedir (Ellis, Voelkl ve Morris, 1994). Akış deneyimi, kişinin bir faaliyete tamamen kendini vermesi ve dış dünyada olan bitenlerin önemsiz hale geldiği bir durum olarak tanımlanmaktadır (Csikszentmihalyi, 1990).

Akış deneyimi sırasında tüm dikkatin kişinin amaçlarına odaklandığı ve aynı zamanda hiçbir ruhsal uyumsuzluğun olmadığı ve dış bozucuların dikkate alınmadığı belirtilmektedir. Kişinin bilincini akış deneyimine göre düzenlemesinin ardından yaşam

kalitesinin de artacağı öne sürülmektedir. Csikszentmihalyi, akış deneyimi sırasında kişinin çok daha kabiliyetli ve yetenekli olduğunu hissettiğini, bunun temel sebebinin ise kişiye ait düşünce, niyet, duygu ve hislerin aynı anda tek bir noktaya odaklanması olduğu belirtilmektedir. Kişinin akış deneyimi durumunda iken tam kapasite ile çalıştığı öne sürülmektedir (Deci, 1975; White, 1959). Akış deneyimi haline girilebilmesi için yeteneklerin ve olasılıkların (meydan okuma kapsamında) hassas bir dengede olması ve öyle de devam etmesi gerektiği iletilmektedir (Berlyne, 1960; Hunt, 1965). Bu kapsamda eğer meydan okunan unsur yetenekleri aşıyorsa, kişinin önce ihtiyatlı davranacağı ve sonra da anksiyeteye uğrayacağı; eğer yetenekler meydan okunan unsurun üstündeyse de kişinin önce gevşeyeceği ve sonrasında ise sıkılacağı öne sürülmektedir. Bu durumların dışında kalan halleri de Csikszentmihalyi akış kanalı olarak tanımlamakta ve bunun temsili de Şekil 1’de verilmektedir.



Şekil 1. Akış Kanalı (Csikszentmihalyi, 1990, s. 74)

Farklı deneyimsel durumların aynı anda yaşanması akışı yaşama olasılığını artırmaktadır (Enseger & Schiepe-Tiska, 2012) Farklı deneyimsel durumlar altı bileşen ile ifade edilmektedir: (1) görevi gerçekleştirirken deneyimlenen yoğun odaklanma durumu, (2) kendiliğinden ve irade dışı oluşan eylemin farkındalığı, (3) yapılan işin üzerinde kontrol algısı, (4) öz-bilinç kaybı, (5) bireysel zaman algısında değişim, (6) içsel motivasyon ile gerçekleştirilen eylemdeki keyif algısı (Nakamura ve Csikszentmihalyi, 2009). Bu bileşenler akış deneyiminin belirleyicileri olarak ifade edilmektedir. Tüm bu deneyimler kişilerin becerileri ve karşılaşılan zorluklar arasında uyum olduğunda ortaya çıkmaktadır.

Kendini belirleme kuramına (Deci, 1975) göre ödüllendirici olarak algılanan durumlar bireylerde eyleme geçmeye neden olmaktadır. Kendini belirleme kuramında vurgulanan üç temel ihtiyaç; yetkinlik (bireyin çevresini kontrol edebilme algısı), ilişkisellik (diğer insanlar ile etkileşimde olma) ve özerklik (kendi kendini yönetme ve bireysel yaşamda söz hakkına sahip olma) ve bu ihtiyaçların doyurulması içsel güdülenme ile sonuçlanmaktadır. Kendini belirleme kuramı temel psikolojik ihtiyaçların doyurulmasına odaklanırken, akış kuramı (Csikszentmihalyi, 1990) bireylerin işlerini icra ederken keyifli ve eğlenceli zaman geçirmesine odaklanmaktadır. Akış durumunda olan bireyler, yeni bir değişim başlatmak için istekle ve heyecanla hareket eder, bu eylemden keyif alırlar (Csikszentmihalyi, 1990). Örneğin; işte akış deneyimleyen bireylerin iş performansı (Bakker, 2008), örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi oluş (Fullagar ve Kelloway, 2009) durumlarında artış bulgulanmıştır.

İş Performansı

Kökeni Fransızca olan performans kavramı Türk Dil Kurumu tarafından “kişinin yapabileceği en iyi derece” ve “herhangi bir eseri, oyunu, işi ortaya koyarken gösterilen başarı” olarak ifade edilmektedir. Performans kavramı davranışa vuruk birtakım eylemleri içermektedir. Motowidlo ve Kell (2012) bireylerin kurum içindeki performansından bahsederken belirli bir zaman aralığında sergilenen davranışları ve bu davranışların kurum için oluşturduğu toplam değeri vurgular. Yazarlara göre burada önem arz eden davranış kavramının kurum içerisinde beklenen bir biçimde gerçekleşmesi ve beklenen örgütsel değeri oluşturmasıdır. Özgen, Öztürk ve Yalçın'a (2002) göre iş performansı, bir görevin çalışanlar tarafından ne ölçüde gerçekleştirildiği ve buna göre performans ölçütünün yüksek ya da düşük olarak belirlenmesi olarak ifade edilmiştir. Yazında iş performansı, görev ve bağlamsal performans olarak ele alınmaktadır (Motowidlo, Borman ve Schmit, 1997). Görev performansı iki farklı eylem/davranış olarak ifade edilmektedir. İlki, ham maddelerin işlenerek kurumun ürettiği mal ve hizmetlere dönüşmesini temsil eden faaliyetler olarak ifade edilirken; ikincisi teknik sistemin devamını sağlamak için hammadde tedariki içeren faaliyetlerin sürdürülmesi olarak ifade edilmektedir (Motowidlo ve Van Scotter, 1994). Bağlamsal performans ise sosyolojik, psikolojik ve örgütsel süreçler üzerinde olumlu katkı sağlayıcı katalizör

faaliyetler olarak ifade edilmektedir (Borman ve Motowidlo, 1997). Borman ve Motowidlo (1993) bağlamsal performans faaliyetleri ile ilgili araştırmalarını örgütsel vatandaşlık davranışı ve toplum yanlısı örgütsel davranış gibi kavramlar çerçevesinde gerçekleştirmişlerdir. Bağlamsal performans faaliyetleri temelinde; iş tanımında yer almayan örgüt içi faaliyetlerde bulunmak, bireysel performansı güdülenmiş ve adanmış bir biçimde gerçekleştirmek, diğer insanlara yardım etmek, bireyin beklentileri ile bağdaşmasa dahi kurumun kurallarına uymak ve kurumun hedeflerini onaylamak gibi eylemleri içermektedir. Bu araştırmada performans kavramı işe yönelik performans sınırlarında ölçümlenmiştir. Bağlamsal performans ile ilgili bir ölçümleme yapılması gelecek çalışmalara bırakılmıştır. Öncelikle temel performans göstergeleri üzerinde akış deneyiminin etkisinin irdelenmesi hedeflenmiştir.

Alanyazında yapılan çalışmalarda, bireysel becerilerin yüksek düzeyde kullanılabilirdiği ve aynı zamanda zorluk derecesi yüksek işlerde akışın deneyimlenmesi ile iş performansının da artacağı vurgulanmaktadır (Abuhamdeh, 2020). İşin anlamlı bulma (Allan et al., 2018; Geldenhuys, Bakker ve Demerouti, 2021), birey-iş uyumu (Wrzesniewski ve Dutton, 2001), iş üzerinde kontrol sahibi olma algısı (Lichtenthaler ve Fischbach, 2019), çalışanların kurumda kendini güvende hissetmesi (Özdemir, Erdem ve Kalkın, 2016), örgüte güven (Gerşil ve Aracı, 2011), etik örgüt iklimi (Korkmazer, Pirol ve Güneysu, 2020), adalet algısı (Dirik, 2017), öz-yeterlilik algısı (Eryılmaz, Dirik ve Odabaşoğlu, 2019), akış deneyimi (Landhäuber & Keller, 2012; Soriano, Kozusznik, Peiro, Demerouti, 2020) ve dönüştürücü liderlik (Gül & Koçak, 2021) iş performansını yordayıcı değişkenler olarak bulgulanmıştır.

Dönüştürücü Liderlik ile İşte Akış Deneyimi İlişkisi

İlham verme, idealleştirilmiş etki (karizma), entelektüel uyarım, bireysel ilgi bileşenleri ile tanımlanan dönüştürücü liderler, çalışanlarının potansiyellerini ortaya çıkarmada son derece başarılıdır. Gelişime ve dönüşüme açık olan bu liderlik tarzı, örgütsel performansı arttırabilmek için bireysel performans ve üretkenliğin kilit bir rol üstlendiğinin ve çalışan ihtiyaçlarının tatmin edilmesi gerektiğinin önemini son derece farkındadırlar (Özcan, 2021). İç ve dış çevreyi analiz etme ve vizyoner, stratejik bir bakış açısı ile bütünü görebilme yetenekleri onları örgütsel gelişmeyi gerçekleştirecek doğru değer, hedef ve

stratejileri oluşturmak ve uygulamak konusunda başarılı kılmaktadır. Bu hedeflere ulaşmada çalışanların moral ve motivasyon düzeylerini arttırmak konusunda gerekli önlemleri almaktadırlar. Akış deneyimine girilebilmesi için yukarıda da izah edildiği gibi kişinin zihinsel, duygusal ve davranışsal açıdan tam bir uyum ve denge içerisinde olması gerekir. Çalışanı hedefe inandırmak ve bu hedefe yüksek düzeyde odaklanarak tam kapasite ile performans göstermesini sağlamak noktasında dönüştürücü liderliğin yüksek motivasyonu sağlama özelliği önemli bir etkidir. Dönüştürücü liderler tarafından yüksek moral ve motivasyon düzeyine ulaşan çalışanlar, işlerini tutku ve adanmışlık ile yaparken akış deneyimini daha kolay yaşar hale gelecektir (Özcan, 2021). Çalışan tüm dikkatini odaklandığı amaçlara vererek, dışardaki şartlar ve koşullar ne olursa olsun dış bozucuları dikkate almayacaktır. Bu durum çalışanın tam kapasite ile çalışmasına zemin oluşturmaktadır. Dönüştürücü liderler çalışanlarını zihinsel olarak zorlar ve onların kalıpların dışında düşünmelerini teşvik ederler, pozitif değişimin gerçekleşmesi için fikirlerin özgürce ifade edilebildiği, tartışılabildiği, yaratıcılık ve yeniliğin ön planda olduğu “meydan okuyucu” çalışma kültürleri yaratırlar. Çalışanlarının olaylara farklı perspektif ve açılardan bakmalarını sağlayarak onları entelektüel kapasitelerini uyarıma ve en son noktada kullanmaya teşvik ederler (Bass & Riggio, 2006; Eisenbeiss, Van Knippenberg & Boerner, 2008; Gardner & Avolio, 1998). Bu zihinsel uyarım ve bireysel anlamda çalışana sağlanan ilgi çalışanın işini yaparken akışta kalmasına zemin hazırlamaktadır. Çalışan bireylerin değerlerinin, tutumlarının ve ihtiyaçlarının işi aracılığı ile tamamlanmasını sağlayacak öngörüye sahip olan dönüştürücü lider (Bass, 1985) akış deneyimi üzerinde olumlu katkıya sahip olacaktır. Örgüt kültüründe katkı, fark edilirlilik ve mücadele etmek gibi değerleri benimseyen ve benimseten lider çalışanların işle ilgili akış deneyimlemesinde olumlu etkiye sahiptir (Linsner, 2009). Benzer biçimde, Schermuly ve Meyer (2020) çalışanları hem bilişsel hem duygusal anlamda değiştirebilen dönüştürücü liderin akış deneyiminde artış sağladığını bulgulamıştır.

Akış kuramı, bireylerin çevreleri ile olan hareketli etkileşimlerinin akış ile sonuçlanacağını (Nakamura & Csikszentmihalyi, 2014) ve bu durumun bireyin kaynaklarını ve çevrelerini nesnel bir biçimde yorumlamaları ile şekilleneceğini vurgulamaktadır. Bir başka deyişle, akış bireyin kişiliği ile çevreden gelen taleplerin uyumu olarak ifade edilebilir. Akışın deneyimlenmesi için bireyin kendini yetkin

hissetmesi ve güçlü yönlerini ortaya çıkaracak gerekli fırsatın verilmesi gerekmektedir (Nakamura & Csikszentmihalyi, 2014). Schermuly ve Meyer (2020) çalışanın yetkinlik, anlam, öz-belirleme algısının işle ilgili akış deneyimlemesinde anlamlı katkısının olduğunu bulgulamıştır. Çalışana yetkin olma fırsatını vermede ve kendini yetkin hissetmesini sağlamada dönüştürücü liderlik tarzı destekleyici bir ortam yaratmakta ve böylece akış deneyimi ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda araştırmanın birinci hipotezi (H1) aşağıda belirtilmektedir.

H1: Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin işle ilgili akış deneyimine etki eder.

Dönüştürücü Liderlik ve Performans İlişkisi

Alan yazında dönüştürücü liderliğin doğrudan iş performansı üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar mevcuttur. Bireylerin hedeflerine varabilmeleri için bireyleri gerekli bilgi ve beceriyi kullanmaya teşvik eden böylece iş performansına olumlu yönde katkı sağlayan dönüştürücü lider, iş ve birey temelinde olumlu etkiye sahiptir. Dönüştürücü liderler olumlu örgüt kültürü oluşturarak iş performansını arttırmaktadır (Khan, Rehmat, Butt, Farooqi & Asim, 2020). Dönüştürücü liderin iş performansı üzerindeki etkisi Blau (1974) tarafından geliştirilen sosyal mübadele kuramı ile de açıklanabilir. Karşılıklılık kuralını esas alan bu kurama göre lider tarafından yöneltilen olumlu davranışlar, lider ve üye arasında yüksek kaliteli bir değişim ilişkisi yaratarak çalışanların da lidere olumlu karşılık vermelerine zemin hazırlar. Başka bir deyişle lidere ve örgüte yönelik olumlu çalışan tutum ve davranışları ortaya çıkar. Liderin kendilerine yönelik eylemlerini yararlı olarak algılayan çalışanlar, işlerinde daha fazla çaba gösterme konusunda motive olacak ve liderin göstermiş olduğu bu faydaları, verimli iş performansı göstererek değiş tokuş edecektir (Jyoti & Bhau, 2015).

Bu bağlamda araştırmanın ikinci Hipotezi H2 aşağıda belirtilmektedir.

H2: Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin iş performansına etki eder.

İşte Akış Deneyimi ve Performans İlişkisi

Araştırmalar (Christandl, Mierke, & Peifer, 2018; Peifer & Zipp, 2019) akış deneyimi ile performans arasında olumlu ilişkinin olduğunu bulgulamıştır. Akış deneyiminin

performans üzerindeki olumlu etkisi akışta yer alan işe yoğunlaşma ve işle bütünleşme durumlarının neticesinde ortaya çıkmaktadır. İşi ile bütünleşen ve bir bakıma zaman-mekân algısını yitiren çalışanın dikkatinin daha az dağılması beklenerek iş ile ilgili performansının artacağı ön görülmektedir. Öz-yeterlilik kuramı (Bandura, 1997) güçlü yönlerini kullanabilen bireylerin performanslarında iyileşme olacağını vurgulamaktadır. Nitekim akış deneyimi sırasında çalışanlar tam kapasite ile çalışmaktadırlar. Akış deneyimleme neticesinde öğrenmeye istekli ve mücadele gerektiren hedeflere adanmış çalışanların performansları artış eğiliminde olacaktır (Engeser & Rheinberg, 2008).

Bu bağlamda araştırmanın üçüncü hipotezi H3 aşağıda belirtilmektedir.

H3: İşte akış deneyimi akademisyenlerin performansına etki eder.

İşte Akış Deneyiminin Dönüştürücü Liderlik ve İş Performansı Etkileşiminde Aracılık Rolü

Bu çalışmanın ilk üç hipotezinde değişkenler arasındaki ilişkiler bir bağımsız bir bağımlı değişkenli modeller ile test edilmektedir. Öyle ki araştırmanın bağımsız değişkeni olan dönüştürücü liderliğin iş performansı ve akış deneyimi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Ayrıca akış deneyiminin de iş performansı üzerindeki etkisine bakılmıştır. Ancak giriş kısmında da ifade edildiği gibi araştırmanın asıl amacı bütüncül teorik model ile algılanan dönüştürücü liderlik tarzının iş akış deneyimi aracılığı ile iş performansı üzerindeki etkisini test etmektir.

Dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerindeki doğrudan etkisinin yanı sıra farklı aracı değişkenlerle de birlikte çalışıldığı görülmektedir. Yazında dönüştürücü liderlik ile performans arasındaki ilişkide ara değişken olarak etkileşimsel adalet (Thompson, Buch, Thompson & Glas, 2021), işe tutkunluk (Katou, Koupkas, & Triantafillidou, 2021), olumlu başa çıkma tarzı (Chu vd., 2021), sorumluluk hissiyatı ve iş tatmini (Dananjaya, Saragih, & Nugroho, 2020), öz-yeterlilik (Sürücü ve Maslakçı, 2020) gibi değişkenler kullanılmıştır. Yazında yapılan çalışmalarda dönüştürücü liderliğin aynı zamanda, psikolojik iyi-oluş (Atar & Konaklıoğlu, 2018), güven (Grošelj, Cerne, Penger & Grah, 2020), içsel güdülenme, öz-yeterlilik (Lai, Tang, Lu, Lee, & Lin, 2020), işe tutkunluk (Prochazka, Gilova, & Vaculik, 2017), anlamlı iş algısı (Han & Oh, 2020) gibi bir takım

olumlu duygu ve davranışları ortaya çıkardığı görülmektedir. Bütün bu araştırmalar ve birikmiş alan yazın, dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerinde arttırıcı bir etkiye sahip olduğunu ancak bu etkileşimin bazı psikolojik mekanizmalar ve aracı değişkenler ile birlikte de değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Baron ve Kenny (1986) tarafından uzun yıllardır alan yazında kullanılan aracı değişken analiz mantığına göre, akış deneyiminin dönüştürücü liderlik ve iş performansı arasında aracı değişken olabilmesi için dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerindeki etkisinin akış deneyiminin modele dahil olması ile birlikte ya tamamen ortadan kalması ya da etkisinin azalması gerekmektedir. Araştırmanın bağımsız değişkeni olan dönüştürücü liderliğin de akış deneyimi üzerinde güçlü bir açıklayıcı güce sahip olması gerekmektedir. Bu durumda çalışanlar tarafından algılanan dönüştürücü liderlik tarzı önce akış deneyimini oluşturmak da ve akış deneyimi de performansı arttırmaktadır.

Bu açıdan araştırmanın son hipotezi (H4) aşağıda verilmektedir.

H4: İşle ilgili akış deneyimi algılanan dönüştürücü liderlik tarzı ile iş performansı arasında ara değişken vazifesi görmektedir.

Literatür kısmında verilen bilgiler ışığında araştırmanın teorik çerçevesi (Bkz. şekil 2.) ve tüm hipotezler aşağıda gösterilmektedir.



Şekil 2. Araştırmanın Teorik (Kavramsal) Modeli

H1: Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin işle ilgili akış deneyimi yaşamasına etki eder.

H2: Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin iş performansına etki eder.

H3: İşte akış deneyimi akademisyenlerin iş performansına etki eder.

H4: İşle ilgili akış deneyimi algılanan dönüştürücü liderlik tarzı ile iş performansı arasında ara değişken vazifesi görmektedir.

YÖNTEM

Örneklem ve Prosedür

Bu araştırmada veriler yapılandırılmış anket çalışması yöntemi ile akademisyenlerin düşünce ve algılarından elde edilmiştir. Akademisyenlerle e-posta yoluyla iletişim kurularak kesitsel veriler toplanılmıştır. İlk olarak, Türkiye’de bulunan 32 üniversitenin web sitelerinden akademisyenlerin iletişim bilgileri toplanmıştır. Hangi üniversitelerdeki akademisyenlere ulaşılacağı belirlenirken en az yirmi yıldır faaliyet gösteriyor olan üniversite olmasını bir kriter olarak kullanılmıştır. Akademisyenlere kişisel olarak gönderilen e-postada bu çalışmanın üniversite yöneticilerinin akademik personeli nasıl motive edebileceğini ve çalışan yetkinliğinin değerlendirilmesinin yolunu nasıl açacağını, araştırmanın amaçları ve hedef kitlesi hakkında bilgiler içeren bir metin bulunmaktadır. Katılıma teşvik etmek için katılımcılara talep etmeleri halinde kişisel geri bildirim raporu alacaklarına dair garanti verilmiştir. Tüm veriler, bilgisayar, tablet ve akıllı telefon aracılığıyla erişilebilen çevrimiçi bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Toplamda 11.456 e-posta gönderilmiştir. Ancak 674 akademisyen e-postaya yanıt vermiş ve 413’ü araştırmaya katılmaya onay verdiğini belirtmiştir. İfadelerin cevaplanma oranı en az %80 olarak bulunmuştur (%17’si yarıda bırakmıştır). 13 katılımcının verileri ise; tüm anketi doldurma süreleri bir dakikadan daha az olduğundan, bağımlı değişkene ait soruları yanıtlamayıp ankette ayrılmış ve demografik soruları boş bırakıp gerçeğe aykırı (örn. Yaş = 555) cevaplar vermesinden dolayı araştırmanın dışında tutulmuştur.

Katılımcıların 156'sı (% 38,2) kadın, 252'si (%61,8) erkektir. Katılımcıların yaşları 19 ile 82 arasında (ortalama = 47,21), mevcut üniversitelerinde çalışma süreleri 1 ile 43 yıl arasında (ortalama = 14 sene) olup toplam çalışma süreleri 1 ile 60 yıl arasında (ortalama = 22,5 sene) bulunmuştur. Katılımcıların çoğunluğu evli (314 kişi; %77) ve çocuk sahibidir (287 kişi; %70,3). Katılımcıların 326'sı (%79,9) doktora mezunu olup 73'ü (%17,9) lisans ve yüksek lisans mezunudur. Çoğunluğu devlet üniversitesinde (326 kişi; %79,9) çalışmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu para harcama esnekliğinin sorulduğu ifadeye ise düşünerek harcama (276 kişi; %67,6) yapabileceğini belirtmiştir.

Kullanılan Ölçüm Araçları

Dönüştürücü liderliği ölçmek için Bass ve Avolio'nun (1995) geliştirdiği Serinkan'ın (2003) Türkçe'ye uyarladığı 20 ifadeli ölçek kullanılmıştır. Ölçek karizma-ilham verme, zihinsel teşvik ve bireysel düzeyde ilgi olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır. Karizma ve ilham verme iki ayrı boyutu temsil etseler de Bass (1998) bu iki kavramın aynı boyut altında toplandığını belirtmiştir. Örnek ifadeler karizma boyutu için: “çalışanlar tarafından benimsenmiş ortak bir misyonu vurgular”; ilham verme boyutu için: “çalışanların sahip oldukları yeteneklerin ortaya çıkmasına yardımcı olur”; zihinsel teşvik boyutu için: “çalışanlarına işlerini daha iyi yapmaları için yeni yollar önerir”; bireysel düzeyde ilgi boyutu için: “kendi ilgi alanının ötesine geçerek başkalarının da ilgi alanlarını takip eder” şeklindedir. Alanyazında çok sık kullanılan bir ölçek olmadığı için doğrulayıcı faktör yerine yapılan açıklayıcı faktör analizi (AFA) sonucunda dönüştürücü liderliğin toplam varyansının yüzde 70,2'sini açıklayan ve madde faktör yükleri .437 ile .920 arasında değişen tek bir faktör bulunmuştur. Bu bulgu, bu çalışmada boyut düzeyinden ziyade yapı düzeyinde ilişkileri araştırma amacımızla tutarlıdır. Tek bir faktör için içsel tutarlılık $\alpha = .97$ 'dir. Sonuç olarak, tüm maddelerin ortalaması alınarak hesaplanan tek bir dönüştürücü liderlik puanı kullanılmıştır.

İşle ilgili akış deneyimini ölçmek için Bakker'in (2008) geliştirdiği Çetin, Aşkun ve Basım'ın (2016) Türkçe'ye uyarladığı 13 ifadeli akış deneyimi ölçeği kullanılmıştır. Ölçek yoğunlaşma, işten keyif alma ve içten güdülenme olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Örnek ifadeler yoğunlaşma için: “Kendimi işime kaptırıyorum”; işten keyif alma boyutu için: “İşim bana iyi bir his veriyor”; ve içten güdülenme boyutu için:

“Kendimi boş zamanlarımda bile çalışmak isterken buluyorum” şeklindedir. Üç boyutlu birincil düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, modelin verilerle iyi uyum sergilediği bulunmuştur ($\chi^2=132.5$, $df=62$, $p<.01$ CFI=.976, TLI=.970, RMSEA=.058, SRMR=.037). İçsel tutarlılık katsayısı Cronbach Alpha yoğunlaşma için $\alpha=.85$, işten keyif alma için $\alpha=.91$ ve içsel çalışma motivasyonu için $\alpha=.83$ olarak bulunmuştur.

İş performansını ölçmek için Dubinsky ve Mattson’ın (1979) geliştirdiği, ardından Singh, Verbeke ve Rhoads (1996) tarafından güncellenmiş halinin Yozgat, Yurtkoru ve Bilginoglu (2013) tarafından Türkçe’ye tercüme edilen 6 ifadeli iş performansı ölçeği kullanılmıştır. Birincil düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda tek faktörlü modelin verilerle çok iyi uyum sağladığı görülmüştür ($\chi^2=19.9$, $df=9$, $p<.01$ CFI=.982, TLI=.970, RMSEA=.060, SRMR=.026). Örnek madde olarak “Hedeflerinize ulaşma yeteneğiniz açısından kendinizi nasıl değerlendirirsiniz?” gösterilebilir. İçsel tutarlılık katsayısı Cronbach Alpha $\alpha=.81$ olarak bulunmuştur.

BULGULAR

İlk olarak, verilerin araştırma değişkenlerinin yakınsak ve ayırt edici geçerliliğini desteklediğinden emin olmak için doğrulayıcı faktör analizi yaklaşımı kullanılarak ölçüm modeli test edilmiştir (Bowen & Guo, 2011). Model uyumunu değerlendirmek için Hu ve Bentler (1999) tarafından önerilen eşikler dikkate alınmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi uyum değerleri Tablo 1.’de gösterilmiştir.

Tablo 1

Doğrulayıcı faktör analizi uyum değerleri

Modeller	χ^2 (df)	CFI	TLI	SRMR	RMSEA
3 faktörlü Akış Ölçeği	133,050 (62)	0,976	0,97	0,0373	0,0577
Tek Faktörlü Performans Ölçeği	20,010 (9)	0,982	0,97	0,0256	0,0597

Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin ardından faktör puanları hesaplanarak korelasyon analizi yapılmış ve son olarak akış deneyiminin aracı değişken görevini üstlenip üstlenmediğini görmek için regresyon analizleri yapılmıştır.

Hipotez testlerine geçmeden önce betimsel ve ilişkiyel analizler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar akış deneyimi alt boyutlarından en çok “işten keyif alma” yı (ort = 4,61) deneyimlerken en az “yoğunlaşma” (ort = 4,02) deneyimlemektedir. Katılımcılar en düşük dönüştürücü liderlik algısı (ort = 3,86) deneyimlerken akış (ort = 4,30) ve iş performansı (ort = 5,02) algılarının yüksek olduğu söylenebilir (Bkz. Tablo 2).

Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü görmek için yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenlerin birbirleri ile anlamlı ve olumlu yönde ilişkide olduğunu söylemek mümkündür. Akış deneyimi alt boyutlarının birbirleri ile olan ilişkilerinin gücü .39 ile .80 ($p < .01$) arasında değişmektedir. En güçlü ilişki içten güdülenme ile işten keyif alma ($R = .800$, $p < .01$) arasındadır. Yoğunlaşma boyutu ise işten keyif alma ($R = .400$, $p < .01$) ve içten güdülenme ile ($R = .391$, $p < .01$) zayıf ilişkidir. Bağımsız değişken dönüştürücü liderlik; yoğunlaşma ile ($R = .080$, $p > .05$) anlamsız ilişki iken; işten keyif alma ($R = .301$, $p < .01$), içten güdülenme ($R = .294$, $p < .01$) ve akış ile ($R = .277$, $p < .01$) anlamlı ve olumlu yönde ilişkidir. Bağımlı değişken iş performansı ise yoğunlaşma ($R = .322$, $p < .01$), işten keyif alma ($R = .329$, $p < .01$), içten güdülenme ($R = .273$, $p < .01$), akış ($R = .369$, $p < .01$) ve dönüştürücü lider ($R = .130$, $p < .01$) anlamlı ve olumlu yönde ilişkidir.

Tablo 2

Korelasyon analizi sonuçları

	Ort	SS	1	2	3	4	5	6
1.Yoğunlaşma	4,02	0,93	1					
2.İşten keyif alma	4,61	0,96	.400**	1				
3.İçten güdülenme	4,28	1,04	.391**	.800**	1.			
4.Akış	4,30	0,81	.707**	.888**	.890**	1		
5.Dönüştürücü Lider	3,86	1,22	.088	.301**	.294**	.277**	1	
6.İş performansı	5,02	0,57	.322**	.329**	.273**	.369**	.130**	1

** $p < .01$

Hipotez Testi

Akademisyenlerin dönüştürücü lider algı düzeyleri ile iş performansları arasındaki ilişkide akış deneyiminin ara değişken rolüne sahip olup olmadığı regresyon analizi ile incelenmiştir. Ara değişken, uyaran ile davranış arasındaki modelde iki değişken arasındaki gücü azaltan veya yok eden bir role sahiptir. Baron ve Kenny'e (1986) göre ara değişken analizi sonucunda: a) bağımlı değişken bağımsız değişken tarafından anlamlı düzeyde açıklanmalıdır; b) ara değişken, bağımsız değişken tarafından anlamlı düzeyde açıklanmalıdır; c) ara değişkenin analize tabi tutulması ile bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki daha önceden elde edilmiş olan anlamlı ilişki azalmalı veya ortadan kalkmalıdır. Baron ve Kenny'nin (1986) ara değişken analizi adımları temel alınarak yapılan analize göre akış deneyiminin bağımlı değişken olarak ele alındığı model ($F_{\text{akış deneyimi}} = 33.870, p < .001$) dönüştürücü liderliğin akış deneyimi üzerinde anlamlı katkısı ($\beta = .277, p < .001$) olduğunu göstermiştir. H1 “*Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin işle ilgili akış deneyimi yaşamasına etki eder*” desteklenmiştir. İş performansının bağımlı değişken olarak ele alındığı model ise ($F_{\text{iş performansı}} = 6.990, p < .01$) dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerinde anlamlı katkısı ($\beta = .130, p < .01$) olduğunu göstermiştir. Bu nedenle, H2 “*Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin iş performansına etki eder*” desteklenmiştir. H3 “*İşte akış deneyimi akademisyenlerin iş performansına etki eder*” hipotezinin analizi için elde edilen model ($F_{\text{iş performansı}} = 64.085, p < .01$) işte akış deneyiminin iş performansı üzerinde anlamlı katkısı ($\beta = .369, p < .01$) olduğunu göstermiş ve H3 hipotezi desteklenmiştir.

Akış deneyiminin ara değişken rolünün analizi için; dönüştürücü lider ile akış deneyiminin bağımsız değişken olarak ele alındığı üçüncü model anlamlı bulunmuştur ($F_{\text{iş performansı}} = 32.189, p < .001$). Bu modelde beklendiği üzere, dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerindeki anlamlı katkısı tamamen ortadan kalkmış ($\beta = .030, p > .05$) akış deneyiminin iş performansı üzerinde anlamlı katkısı olduğu ($\beta = .361, p < .001$) bulunmuştur. Bundan dolayı, H4 “*işle ilgili akış deneyimi algılanan dönüştürücü liderlik tarzı ile iş performansı arasında ara değişken vazifesi görmektedir*” tamamen desteklenmiştir (Tablo 3).

Tablo 3

Akış deneyiminin dönüştürücü liderlik ile iş performansı arasındaki ilişkisini gösteren regresyon analizi sonuçları

Bağımlı Değişken									
İş performansı			Akış deneyimi			İş performansı			
Bağımsız Değişken	β	t	B	β	t	B	β	t	B
	1.adım								
Dönüştürücü lider	.130**	2.644**	.062						
2.adım									
Dönüştürücü lider				.277	5.820***	.185			
3.adım									
Dönüştürücü lider							.030	.623	.014
Akış							.361***	7.512***	.255
R ²	.017			.077			.137		
Düzeltilmiş R ²	.015			.075			.133		
F	6.990**			33.870***			32.189***		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Akış deneyiminin iş performansı ile dönüştürücü liderlik algısı arasındaki ilişkide tam aracılık etkisinin anlamlı olup olmadığı ayrıca Sobel testi ile analiz edilmiştir. Sobel testi sonucuna göre akademisyenlerin iş performansı ile dönüştürücü liderlik algısı arasındaki ilişkide akış deneyiminin ($z = 4.66$, $p < .001$) tam aracılık rolünün anlamlı olduğu bulunmuştur.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırma bulgularına göre öncelikli olarak “H1: Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin işle ilgili akış deneyimine etki eder” hipotezi doğrulanmıştır.

Dönüştürücü liderliğin akış deneyimi üzerinde anlamlı katkısı ($\beta = .277, p < .001$) olarak bulgulanmıştır. Bu orta düzeyde anlamlı bir ilişkidir. Bu bulgu daha önce Özcan (2021)'ın İstanbul'da hizmet sektörü çalışanları ile gerçekleştirdiği 243 veri üzerinden yaptığı analizlerde, hizmet sektöründe dönüştürücü liderliğin akış deneyimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğunu bulgusu ($R^2 = .247; \beta = 0,49$) ile örtüşmektedir. Hizmet sektöründen elde edilen katsayılar bu araştırmaya göre daha güçlüdür. Bu bulgu da akış deneyimini ortaya çıkarmada akademisyenler için başka liderlik tarzlarının da araştırılması gerektiği konusunda ipucu vermektedir. Literatür kısmında da belirtildiği gibi, akış deneyimine girilebilmesi kişinin zihinsel, duygusal ve davranışsal açıdan tam bir uyum ve denge içerisinde olması gerekir. Dönüştürücü liderler tarafından yüksek moral ve motivasyon düzeyine ulaşan çalışanlar, işlerini tutku ve adanmışlık ile yaparken akış deneyimini daha kolay yaşar hale gelmektedirler. Çalışan tüm dikkatini odaklandığı amaçlara vererek, dışardaki şartlar ve koşullar ne olursa olsun dış bozucuları dikkate almayacaktır. Bu durum çalışanın tam kapasite ile çalışmasına zemin oluşturmaktadır. Bu bağlamda akademiye özellikle yönetici konumunda bulunan akademisyenlerin meslektaşlarını yönetirken akış deneyiminin ortaya çıkabilmesi için dönüştürücü liderlik tarzını uygulamaları ve bu liderlik tarzı hakkında bilgi sahibi olmaları önem taşımaktadır. Tabii ki liderlikte durumsallık yaklaşımı esastır, dönüştürücü liderliğin akış deneyimini ortaya çıkaran evrensel bir liderlik modeli olduğu bu bulgular ile iddia edilemez ve mutlaka diğer post modern liderlik tarzları ile birlikte (etik liderlik, çevik liderlik, entelektüel liderlik vb..gibi) ve örgüt kültürünün düzenleyici etkisini de hesaba katarak yeni araştırma modelleri ile irdelenmesinde fayda vardır. Ancak bu çalışma bir öncel niteliği taşıyarak dönüştürücü liderlik tarzının akademisyenlerin akış deneyimini anlamlı olarak etkilediğini ortaya koyması açısından dikkat çekicidir. Sonuçlara göre, araştırmanın ikinci hipotezi “H2: Algılanan dönüştürücü liderlik tarzı akademisyenlerin iş performansına etki eder” hipotezi de doğrulanmıştır. Dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerinde anlamlı katkısı ($\beta = .130, p < .01$) olarak bulgulanmıştır. Bu katsayı akademisyen örnekleminde düşükten ortaya bir açıklayıcı seviyeye işaret etmektedir. Bu bulgu daha önce dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerindeki etkisini irdeleyen araştırmalar ile örtüşmektedir (Jyoti & Bhau, 2015; Khan, Rehmat, Butt, Farooqi & Asim, 2020) Ancak Beta katsayısının akademisyen örnekleminde çok da yüksek bir düzeyde

olmaması akademisyen performansının bu model içerisinde dönüştürücü liderlikten daha çok bireysel ya da başka çevresel faktörler tarafından daha çok etkilenebileceğine dair ipucu vermektedir. Hatta akademisyenliğin içsel motivasyon ile icra edilen bir meslek olması beklentisi aklımıza Herzberg'in (1966) Çift Faktör Motivasyon kuramını getirmektedir. Motivasyon konusunda kurumsallaşmış klasik bir içerik teorisi olan bu kurama göre, çalışanı asıl motive eden faktörler işin niteliği ile ilgilidir (yapılmakta olan işin niteliğinin başarma, üstesinden gelme, sorumluluk, saygınlık, özerklik hissettirmesi çalışanı gerçekten motive eden faktörlerdir). İşin çevresi ile ilgili faktörler (hijyen faktörler) ise varlıkları ile çalışanı motive etmez ama yokluklarında iş tatminsizliğine neden olurlar. Hijyen faktörler içerisinde ücret, yönetici ile ilişkiler, çalışma arkadaşları ile ilişkiler, çalışma koşulları vb. sıralanabilir. Bu teoriden yola çıkılarak, dönüştürücü liderlik yapılmakta olan işin niteliği ile ilgili değil çevresi ile ilgili bir faktördür. Başka bir deyişle, akademisyenlerin akademideki yöneticileri ile yüksek kaliteli ilişkileri üretkenlik ve performans konusunda onları doğrudan motive etmeyebilir ama böyle bir liderlik tarzının olmaması da iş tatminsizliğine sebep olabilir. Akademisyenlik çok farklı becerilerin bir arada kullanıldığı ve işin niteliği, saygınlık, unvan ve statü ile motive olunan bir meslektir. Bu bağlamda dönüştürücü liderliğin ya da işin çevresi ile ilgili diğer unsurların (örn; ücret, çalışma koşulları, yöneticiler ile ilişkiler vb..) akademisyen motivasyonu üzerindeki etkisi ileriki araştırmalarda yeni araştırma modelleri ile incelenebilir. Araştırmanın üçüncü hipotezi olan "H3: işte akış deneyimi akademisyenlerin iş performansına etki eder" hipotezi doğrulanmıştır ($\beta = .369, p < .01$). Bu bulgu literatürde akış deneyiminin iş performansı üzerindeki etkisini inceleyen araştırma sonuçları ile örtüşmektedir (Christandl, Mierke, & Peifer, 2018; Peifer & Zipp, 2019). Yapılan korelasyon analizi bulgularında ayrıca iş performansı ile akış deneyiminin alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkilerin (yoğunlaşma ($R = .322, p < .01$), işten keyif alma ($R = .329, p < .01$), içten güdülenme ($R = .273, p < .01$)) olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular akademisyenlerin iş performansının olumlu yönde etkilenmesinde akış deneyiminin önemli bir rolü olduğunu kanıtlamaktadır. Bu bulgular akademisyenlik mesleğinin niteliği ile örtüşmektedir. Akademik çalışmaların hazırlanması ve yayınlanması yüksek konsantrasyon ve odaklanma gerektiren bir çabadır. Akademisyenlerin işlerini icra ederken zaman ve mekân algılarını yitirmeleri,

araştırmalarının içine gömülmeleri, işleri ile bütünleşmeleri, dış dünyayla ilişkilerini kesmeleri iş performansları üzerine olumlu etki gösterecektir. Son olarak, “H4: işle ilgili akış deneyimi algılanan dönüştürücü liderlik tarzı ile iş performansı arasında ara değişken vazifesi görmektedir” hipotezi kabul edilmiştir. Bulgulara göre akış deneyimi dönüştürücü liderlik algısı ile iş performansı arasında tam aracılık etkisine sahiptir. Başka bir deyişle, dönüştürücü liderlik ve akış deneyiminin etkileşim halinde iş performansı üzerine indirgendiği regresyon modelinde, dönüştürücü liderliğin iş performansı üzerindeki etkisi tamamen ortadan kalkmaktadır. Bu bulgu dönüştürücü liderlik iş performansı ilişkisinde bazı psikolojik ara değişken mekanizmalarının değerlendirilmesi gerektiği konusundaki literatürü desteklemektedir (Atar & Konaklıoğlu, 2018; Dananjaya, Saragih, & Nugroho, 2020; Groselj, Cerne, Penger & Grah, 2020; Han & Oh, 2020; Katou, Koupkas, & Triantafillidou, 2021; Lai, Tang, Lu, Lee, & Lin, 2020; Prochazka, Gilova, & Vaculik, 2017; Thompson, Buch, Thompson & Glas, 2021) Yeni bir psikolojik mekanizma olarak akış deneyiminin aracılık etkisi ilgili yazına katkı sağlamaktadır. Demek ki akademisyenlerden oluşan popülasyonda, dönüştürücü liderlik tarzının iş performansı üzerindeki etkisi bazı aracı mekanizmalar ile ortaya çıkmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda da bu tarz bütüncül modellerin kullanılmasında fayda vardır. Farklı liderlik tarzları ve aracı değişkenler ile yeni araştırma modelleri kurulabilir. Aynı zamanda araştırma sonuçlarının genellenebilirliği açısından farklı sektörlerde ve farklı örneklemeler ile model testi tekrarlanabilir. Dönüştürücü liderliğin akış aracılığı ile akademisyenlerin iş performansını etkilemesi temel yazına olan katkısı kadar uygulamada da bazı katkılar sağlamaktadır. Üniversitelerde akademisyenlerin çalışma performansını arttırmak noktasında alt, orta ve üst yönetim kademelerinde yer alan yöneticiler sorumluluk taşımaktadır. Bu bağlamda akademik birim yöneticilerinin akademisyenlerin içsel motivasyonlarını arttıracak ilham verici, vizyoner, rol model olan ve saygı duyulan / karizmatik, bireysel ilgi ve destek gösteren bir liderlik tarzı sergilemeleri akış deneyimini ve bireysel ile örgüt düzeyinde de akademik performansı arttıracaktır. Bu bağlamda, akademide yer alan yöneticilere çalıştıkları kurumlar tarafından dönüştürücü liderlik davranışlarının geliştirilmesi ve akış deneyiminin önemi konusunda seminerler verilebilir.

KAYNAKÇA

- Abuhamdeh, S. (2020). Investigating the “flow” experience: Key conceptual and operational issues. *Frontiers in psychology, 11*, 158.
- Allan, B. A., Dexter, C., Kinsey, R., & Parker, S. (2018). Meaningful work and mental health: Job satisfaction as a moderator. *Journal of Mental Health, 27*(1), 38-44.
- Atar, A., & Konaklıoğlu, E. (2018). Konaklama işletmelerindeki liderlik davranış türlerinin örgütsel sessizlik, örgütsel sinizm ve psikolojik iyi oluşa etkisi: Türkiye ve İtalya üzerine bir çalışma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 2*(3), 45-65.
- Bakker, A. (2008). Building engagement in the workplace. In *The peak performing organization* (pp. 96-118). Routledge.
- Bakker, A. B. (2008). The work-related flow inventory: Construction and initial validation of the WOLF. *Journal of vocational behavior, 72*(3), 400-414.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology, 51*(6), 1173.
- Barrick, M. R., Thurgood, G. R., Smith, T. A., & Courtright, S. H. (2015). Collective organizational engagement: Linking motivational antecedents, strategic implementation, and firm performance. *Academy of Management Journal, 58*(1), 111–135.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership*. Psychology press.
- Bass, B. M. (1985). Leadership: Good, better, best. *Organizational dynamics, 13*(3), 26-40.
- Bass, B. M. (1998). *Transformational Leadership: Industrial, Military, and Educational Impact*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1995). *MLQ Multifactor Leadership Questionnaire, Leader Form, Rater Form, and Scoring*. California. Palo Alto, CA: Mind Garden.

- Berlyne, D. E. (1960). *Conflict, arousal, and curiosity*. McGraw-Hill Book Company. <https://doi.org/10.1037/11164-000>
- Blau, P. M. (1974). Presidential address: Parameters of social structure. *American sociological review*, 615-635.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human performance*, 10(2), 99-109.
- Bowen, N. K., & Guo, S. (2011). *Structural equation modeling*. Oxford University Press.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.
- Christandl, F., Mierke, K., & Peifer, C. (2018). Time flows: Manipulations of subjective time progression affect recalled flow and performance in a subsequent task. *Journal of Experimental Social Psychology*, 74, 246-256.
- Chu H, Qiang B, Zhou J, Qiu X, Yang X, Qiao Z, Song X, Zhao E, Cao D and Yang Y (2021) The impact of transformational leadership on physicians' performance in China: A cross-level mediation model. *Front Psychol*. 12:586475. doi:10.3389/fpsyg.2021.586475
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety: The experience of play in work and games*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). Flow and education. *NAMTA journal*, 22(2), 2-35.
- Csikszentmihályi, M. (1990). The domain of creativity. In M. A. Runco & R. S. Albert (Eds.), *Theories of creativity* (pp. 190–212). Sage Publications, Inc.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). 16 implications of a systems perspective for the study of creativity. *Handbook of creativity*, 313.
- Çetin, F., Aşkun, D., & Basım, H. N. (2016). Psikolojik sermayenin farklılaşan haftalık içsel motivasyona etkileri ve iş performansına ilişkin sonuçlar: Boylamsal bir analiz. *Eurasian Business & Economics Journal* (2), 1-7.
- Dananjaya, B., Saragih, F. D., & Nugroho, B. Y. (2021, March). The effect of transformational leadership and reward towards job performance of counter

- transnational organized crime task force of bali region police through felt accountability and job satisfaction as mediating variables. In *1st Paris Van Java International Seminar on Health, Economics, Social Science and Humanities (PVJ-ISHESSH 2020)* (pp. 549-553). Atlantis Press.
- Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. New York: Plenum Publishing Corp.
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Sonnentag, S., & Fullagar, C. J. (2012). Work-related flow and energy at work and at home: A study on the role of daily recovery. *Journal of Organizational Behavior*, 33(2), 276-295.
- Dirik, A., Sandhu, S., Giacco, D., Barrett, K., Bennison, G., Collinson, S., & Priebe, S. (2017). Why involve families in acute mental healthcare? A collaborative conceptual review. *BMJ open*, 7(9), e017680.
- Dubinsky A. and Mattson B. (1979), "Consequences of Role Conflict and Ambiguity Experienced by Retail Salespeople," *Journal of Retailing*, 55 (Winter), 70–86.
- Efe, N. (2021). *Bir üniversite hastanesinde çalışan hemşirelerde lider üye etkileşiminin iş doyumuna etkisinde yöneticiye güvenin aracılık rolü*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Eisenbeiss, S. A., Van Knippenberg, D., & Boerner, S. (2008). Transformational leadership and team innovation: Integrating team climate principles. *Journal of applied psychology*, 93(6), 1438.
- Ellis, G. D., Voelkl, J. E., & Morris, C. (1994). Measurement and analysis issues with explanation of variance in daily experience using the flow model. *Journal of leisure research*, 26(4), 337-356.
- Eryılmaz, İ., Dirik, D., & Odabaşoğlu, Ş. (2019). Güvenlik iklimi algısı ve iş performansı ilişkisinde genel öz yeterliliğin düzenleyici rolü: Helikopter teknisyenleri üzerine bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 1854-1870.
- Engeser, S., & Schiepe-Tiska, A. (2012). Historical lines and an overview of current research on flow. I *Advances in Flow-Research* (s. 1–22). https://doi.org/10.1007/978-1-4614-2359-1_1

- Engeser, S., & Rheinberg, F. (2008). Flow, performance and moderators of challenge-skill balance. *Motivation and Emotion*, 32(3), 158-172.
- Fullagar, C. J., & Kelloway, E. K. (2009). Flow at work: An experience sampling approach. *Journal of occupational and organizational psychology*, 82(3), 595-615.
- Fullagar, C., Delle Fave, A., & Van Krevelen, S. (2017). Flow at work: The evolution of a construct. In C. Fullagar, A. Delle Fave, & S. Van Krevelen (Eds.), *Flow at work, measurement and implications* (pp. 1-39). New York: Routledge.
- Gao, R., Murphy, W. H., & Anderson, R. E. (2020). Transformational leadership effects on salespeople's attitudes, striving, and performance. *Journal of Business Research*, 110, 237-245.
- Gardner, W. L., & Avolio, B. J. (1998). The charismatic relationship: A dramaturgical perspective. *Academy of management review*, 23(1), 32-58.
- Geldenhuis, M., Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2021). How task, relational and cognitive crafting relate to job performance: A weekly diary study on the role of meaningfulness. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(1), 83-94
- Gerşil, G. S., & ARACI, M. (2011). Sosyal sermayenin güven unsurunun işgörenlerin performansı üzerine etkileri. *Çalışma ve Toplum*, 1(28), 39-74.
- Gül, E., & Koçak, D. (2021). İşle ilgili kaygı ölçeğinin Türkçe uyarlaması ve dönüştürücü liderlik ile iş performansı arasındaki ilişki: İş özerkliğinin aracı ve işle ilgili kaygının düzenleyici rolü. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(3), 821-841.
- Grošelj, M., Černe, M., Penger, S., & Grah, B. (2020). Authentic and transformational leadership and innovative work behaviour: The moderating role of psychological empowerment. *European Journal of Innovation Management*.
- Han, S. H., & Oh, E. G. (2020). The link between transformational leadership and work-related performance: moderated-mediating roles of meaningfulness and job

- characteristics. *Leadership & Organization Development Journal*, 41(4), 519-533.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. New York: World.
- Hoch, J. E., Bommer, W. H., Dulebohn, J. H., & Wu, D. (2018). Do ethical, authentic, and servant leadership explain variance above and beyond transformational leadership? A meta-analysis. *Journal of management*, 44(2), 501-529.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Hunt, J.M. (1965) Intrinsic Motivation and its role in psychological development. In: Levine, D., Ed., *Nebraska Symposium on Motivation, Vol. 13*, University of Nebraska Press, Lincoln, 189-282
- Jyoti, J., & Bhau, S. (2015). Impact of transformational leadership on job performance: Mediating role of leader–member exchange and relational identification. *Sage Open*, 5(4), 2158244015612518.
- Katou, A. A., Koupkas, M., & Triantafillidou, E. (2021). Job demands-resources model, transformational leadership and organizational performance: A multilevel study. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 71 (7), 2704- 2722.
- Khan, H., Rehmat, M., Butt, T. H., Farooqi, S., & Asim, J. (2020). Impact of transformational leadership on work performance, burnout and social loafing: a mediation model. *Future Business Journal*, 6(1), 1-13.
- Korkmazer, F., Pırol, M., & Güneysu, E. (2020). Hemşirelerin hastane etik iklim algılarının performansları üzerine etkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 163-170.
- Lai, F. Y., Tang, H. C., Lu, S. C., Lee, Y. C., & Lin, C. C. (2020). Transformational leadership and job performance: The mediating role of work engagement. *Sage Open*, 10(1), 2158244019899085.

- Landhäuber, A., y Keller, J. (2012). Flow and its affective, cognitive, and performance-related consequences. En S. Engeser (ed.), *Advances in Flow Research* (pp. 65-85). London: Springer. doi:10.1007/978-1-4614-2359-1_4
- Lichtenthaler, P. W., & Fischbach, A. (2019). A meta-analysis on promotion-and prevention-focused job crafting. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 28*(1), 30-50.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., & Sparrowe, R. T. (2000). An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationships, and work outcomes. *Journal of applied psychology, 85*(3), 407.
- Linsner, S. H. (2009). *Transformational leadership and “flow”: The mediating effects of psychological climate*. Kansas State University.
- McClelland, D. C., & Mac Clelland, D. C. (1961). *Achieving society* (Vol. 92051). Simon and Schuster.
- Motowidlo, S. J., & Kell, H. J. (2012). Handbook of psychology, vol. 12: Industrial and organizational psychology. Edition: 2nd. Chapter: Job Performance. *Publisher: Wiley* Editors: Neal W. Schmitt, Scott High house.
- Motowidlo, S. J., Borman, W. C., & Schmit, M. J. (1997). A theory of individual differences in task and contextual performance. *Human performance, 10*(2), 71-83.
- Motowidlo, S. J., & Van Scotter, J. R. (1994). Evidence that task performance should be distinguished from contextual performance. *Journal of Applied psychology, 79*(4), 475.
- Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2009). Flow theory and research. *Handbook of Positive Psychology, 195*, 206.
- Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2014). The concept of flow. In *Flow and the foundations of positive psychology* (pp. 239-263). Springer, Dordrecht.

- Oğuzhan, Y. S. (2021). Örgütsel Yenilikçilik ve Yaratıcılığın Dönüştürücü Liderlik Algısına Etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(35), 2155-2178.
- Özcan, M. U. (2021). Organizasyon ortamında iş akışı deneyiminin gelişimi; dönüştürücü liderliğin ve algılanan iş belirsizliğinin rolü . *İş'te Davranış Dergisi*, 6 (2) , 76-88. DOI: 10.25203/idd.970821
- Özdemir, L., Erdem, H., & Kalkın, G. (2016). Kamu çalışanlarının güvenlik iklimi algılarının iş tatmini ve iş performansı üzerine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(15), 59-69.
- Özgen, H., Öztürk, A., & Yalçın, A. (2002). İnsan kaynakları yönetimi. Nobel Kitabevi.
- Peifer, C., & Zipp, G. (2019). All at once? The effects of multitasking behavior on flow and subjective performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(5), 682-690.
- Prochazka, J., Gilova, H., & Vaculik, M. (2017). The relationship between transformational leadership and engagement: Self-efficacy as a mediator. *Journal of Leadership Studies*, 11(2), 22-33.
- Salanova, M., Bakker, A. B., & Llorens, S. (2006). Flow at work: Evidence for an upward spiral of personal and organizational resources. *Journal of Happiness studies*, 7(1), 1-22.
- Schermuly, C. C., & Meyer, B. (2016). Good relationships at work: The effects of Leader–Member Exchange and Team–Member Exchange on psychological empowerment, emotional exhaustion, and depression. *Journal of Organizational Behavior*, 37(5), 673-691.
- Schermuly, C. C., & Meyer, B. (2020). Transformational leadership, psychological empowerment, and flow at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(5), 740-752.
- Serinkan, C. (2003). Toplam kalite yönetimi ile dönüştürücü liderlik ilişkisi ve Denizli yöresinde yapılan bir araştırma [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.

- Shamir, B., House, R. J., & Arthur, M. B. (1993). The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory. *Organization science*, 4(4), 577-594.
- Singh, J., Verbeke, W., & Rhoads, G. K. (1996). Do organizational practices matter in role stress processes? A study of direct and moderating effects for marketing-oriented boundary spanners. *Journal of marketing*, 60(3), 69-86.
- Soriano, A., Kozusznik, M. W., Peiró, J. M., & Demerouti, E. (2021). Employees' work patterns-office type fit and the dynamic relationship between flow and performance. *Applied Psychology*, 70(2), 759-787.
- Sürücü, L., & Maslakçı, A. (2020). Dönüştürücü liderin iş performansına etkisi: Öz yeterliliğin aracı rolü, IV. *Uluslararası Türklerin Dünyası Sosyal Bilimler Sempozyumu*
- Thompson, G., Buch, R., Thompson, P. M. M., & Glasø, L. (2021). The impact of transformational leadership and interactional justice on follower performance and organizational commitment in a business context. *Journal of General Management*, 46(4), 274-283.
- White, R. W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review*, 66, 297-333.
- Wrzesniewski, A., & Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work. *Academy of management review*, 26(2), 179-201.
- Yozgat, U., Yurtkoru, S., & Bilginoğlu, E. (2013). Job stress and job performance among employees in public sector in Istanbul: examining the moderating role of emotional intelligence. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 75, 518-524.

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article
Gönderilme Tarihi / Submission Date: 01/02/2023
Kabul Tarihi / Accepted Date: 01/03/2023

Post-truth dönemde sosyal medya ile yerinden edilen gerçeklik ve hakikat

Sıla TÜRK¹

Öz

Oxford Dictionaries 2016 yılında post-truth kelimesini yılın kelimesi seçmiştir. Sözlüğe göre kelime insanların gerçeklerden çok hislerine ve inançlarına göre verdiği tepki durumları ile ilgilidir. Oysa felsefede gerçeklik insan bilincinden bağımsız olarak var olma şartını yerine getirmelidir. Hakikat ise düşünce ile nesnesi arasındaki uygunluğu dile getirir. Gerçeklik ve hakikat yüzde yüz örtüşmesi gereken kavramlardır. Ancak post-truth dönemde bu kavramlar birbirinden çok uzaklaşmıştır.

İnsanın gördüğünü anlamlandırma çabasına yönelik merakı ve cevabını aradığı bazı sorular Antik Yunan felsefesini oluşturmuştur. Doğa felsefesinden sonra felsefenin ilgisi insana dönmüştür. Uzun bir atlama yapılarak modernizm dönemine gelindiğinde sırasıyla kitap, gazete, radyo ve son kitle iletişim aracı televizyon olmuştur. İnternet ile birlikte yeni bir çağa giriş yapılmıştır. Modern dönemde birbirine yakın olan, realite ve hakikat post-modern dönemde birbirinden uzaklaşmıştır. 21. yüzyılda sosyal medya ve internetten yayılan bilginin gerçekliğine hiç kontrol etmeden inanan, bu bilgiyi yayan ve hatta savunan insanların sayısı artışa geçmiştir. Çünkü insanlar eleştirel düşünmekten uzaklaşmaya başlamıştır. Eleştirel düşünemeyen birey dışarıdan gelecek her türlü etki ve tehlikeye açık durumdadır. Özellikle sosyal medyada her bireyin, haberi hem alan hem de yapan konumda oluşu, ortalıkta haber kirliliği yaratmaktadır. Yayılan haberlerin çoğu da gerçeklik değeri taşımamaktadır. Tam da bu dönemde eleştirel düşünme yeteneği, bireylere nefes almak kadar gerekli hale gelmiştir.

Makalede gerçeklik, hakikat ve post-truth kavramlarını tanımladıktan sonra, post-truthtan önceki dönemler değerlendirilip, bu kavramların dönem içinde nasıl içeriğinin değiştiği ele alınmıştır. Ardından sosyal medyada yer alan haberlerin çok hızlı yayılmasının nasıl bir tehlike oluşturduğu ve bu tehlikeden korunabilmek için eleştirel düşünmenin neden önemli olduğu açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Post-truth, Gerçeklik, Hakikat, Sosyal medya, Eleştirel düşünme

¹ Dr. Öğrencisi; Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı, Kastamonu, Türkiye

E-mail: mysilam@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0041-5172

Atf İçin / For Citation: TÜRK, S. (2023). Post-truth dönemde sosyal medya ile yerinden edilen gerçeklik ve hakikat. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 177-186. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

Reality and truth distorted by social media in the post-truth period

Abstract

Oxford dictionaries chose the word post-truth as the word of the year, in 2016. According to the dictionary, the word is about situations in which people react according to their feelings and beliefs rather than facts. However, in philosophy, reality must fulfill the condition of existing independently of human consciousness. Truth, on the other hand, expresses the correspondence between thought and its object. Reality and truth are concepts that must overlap one hundred percent. However, in the post-truth period, these concepts have diverged far from each other.

The curiosity about the effort of man to make sense of what he sees and some of the questions he sought answers to formed the philosophy of Ancient Greece. After the philosophy of nature, the interest in philosophy turned to the human. With a long jump, books, newspapers, radio, and television became the last mass media in the period of Modernism, respectively. A new era has been entered with the Internet. Reality and truth, which were close to each other in the modern period, diverged in the post-modern period. In the 21st century, the number of people who believe, spread, and even defend the truth of the information spread on social media and the internet without checking it has increased. Because people have started to move away from critical thinking. The individual who cannot think critically is open to all kinds of influences and dangers from the outside. Especially in social media, the fact that each individual is in the position of both receiving the news and making the news creates news pollution. Most of the news spread is not true. Just in this period, the ability to think critically has become as necessary as breathing for individuals.

In the article, after defining the concepts of reality, truth, and post-truth, the periods before post-truth will be evaluated and how the content of these concepts changed during the period will be discussed. Then, the danger of the rapid spread of the news on social media and why it is important to think critically to be protected from this danger will be discussed.

Keywords: Post-truth, Reality, Truth, Social media, Critical thinking

GİRİŞ

Her birey etrafında yaşanan olaylardan kendisini ilgilendirse de ilgilendirmese de haberdar olmak ister. Bu yüzdendir ki Aristoteles'in Metafizik adlı eserinin ilk cümlesi "Bütün insanlar doğal olarak bilmek isterler" dir (Arslan, 1982). Haber alma ihtiyacının birçok sebebi vardır. Bu sebeplerden bazıları; merakını gidermek, gereksinimleri için bilgi toplamak, kendini tanımlayarak bir düşünce düzlemine oturabilmek, iletişim kurmak için gerekli alt yapıyı oluşturmak ve vakit geçirmek sayılabilir. Tüm bu amaçlar minvalinde insan kendi dışındaki dünyada olup bitenlerin haricinde kendiyile ilgili başkalarının söylediği şeyleri de haber olarak nitelendirmektedir. Bu durum haberin yeni bir boyut kazanmasına sebep olur: Bu boyut dedikodu olarak adlandırılır. Türk Dil Kurumu'na [TDK] göre dedikodu: "Başkalarını çekiştirmek ve kınamak üzere yapılan konuşma, kov, gıybet, kılükal" olarak tanımlanmaktadır (sozluk.gov.tr, 2023). "Dedikodu bazen doğruluk payı olan gerçek konu ve olayları ele alsa da çoğu zaman doğruluk payı

düşük olan ya da hiç olmayan çarptırılmış ifadeleri içerir. Dedikodunun bu özelliğiyle günümüzde fake news/sahte haber adı verilen kavram örtüşür” (Cifci, 2018). Sahte haber yalnızca 21. yüzyılda ortaya çıkan bir kavram değildir. Ancak teknolojik gelişmelerin kitle iletişim araçlarına yansımaları sonucunda sahte haber gerçek haberle yarışacak hatta onu alaşağı edecek kadar bir güce sahip olmuştur. Çalışmada öncelikle sahte haberin bu gücü nasıl kazandığının anlaşılabilmesi için kitle iletişim araçlarının gelişim süreci ele alınmıştır. Ardından sahte haberlerin en çok barındığı mecralar tespit edilerek, onlar mercek altına alınmıştır. Son olarak sosyal medyada yayılan haberlerin çok hızlı yayılmasının nasıl bir tehlike oluşturduğu ve bu tehlikeden korunabilmek için eleştirel düşünmenin neden önemli olduğu ele alınmıştır.

Kavramsal Çerçeve ve Metodoloji

İçinde yaşadığımız dünyada nesnel bilginin olanaklılığından bahsetmenin pek de mümkün olmadığı aşikardır. Bu yüzden nesnel bilginin dönüşümünün ele alınacağı bu çalışmayı ve sonuçlarını anlamak açısından gerçeklik ve hakikat kavramlarının tanımının yapılması gerekmektedir. Bu tanımlama felsefe sınırları içerisinde yapılacaktır. Felsefede kavram incelemesi yaparken iki yöntem kullanılmaktadır. Bunlardan birisi kavramların anlamını kök kelimelere kadar indirmektir. Bu yöntemde kavramların anlamı tarihsel olarak gruplandırılır. Diğer yöntemde ise kavramların anlamını açıklayan filozoflar üzerinden giderek kavram açıklanır. Bu yöntemde anlamsal bir gruplandırma yapılır. Konunun fazla dağılmaması için bu çalışmada anlamsal gruplama yöntemi kullanılmıştır. İlk olarak gerçeklik kavramı mercek altına alınmıştır.

En genel anlamı ile dış dünyada nesnel bir varoluşa sahip olan varlık, var olanların tümü, var olan şeylerin bütünü; bilinçten, bilen insan zihninden bağımsız olarak var olan her şey. Daha dar ve özel anlam içinde, gerçeklik fiziki evrenin doğrudan ya da dolaylı olarak ölçümlenebilir olan yönlerini ifade eder. Bu anlamda gerçeklik nesnel olup kamusal ve güvenilir bir biçimde analiz edilebilen ile sınırlanmıştır (Cevizci, 1999).

Bu tanımdan yola çıkarak gerçekliğin tikel olan insanın zihninden bağımsız, şimdide var olan olduğu söylenebilir. Çalışmanın içeriği ile bağlantılı olarak bir tanımlama daha yapılacak olursa: “Gerçeklik; gerçek olan, var olan şeylerin tümü. Bu anlamda gerçekliğin şu türleri vardır: a. Bilinçten, tasarımlardan bağımsız olan varlık

(Düşünölmüş, düşünönmüş şeylerin karşıtı). b. Belli bir zaman bağlantısı içinde yaşanmış olan, yaşantı ve deneylerde somut olarak karşılaşılan şeyler” (Akarsu, 1975).

Bu tanıma paralel olarak söylenebilir ki gerçeklik, imgelenen şeylerin karşıtı olarak fiziki evrende varlık bulabilen her şeydir. Oysa yalan söyleyen kişi, gerçek olmayan şeyin gerçekmiş gibi görünmesi için geçerli nitelömeleri ve sözcükleri kullanır. (Nietzsche, 1998)

Gerçekliğin tanımı açık ve anlaşılabilir olmasına rağmen hakikat daha tartışmalı bir kavramdır. Çünkü hakikat sadece var olana gönderme yapmaz. Bu yüzden hakikat tanımlanırken genel tanımlar tatmin edici olmayacağından filozofların görüşlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

“Hakikat (İng. truth) zaman zaman gerçeklik zaman zaman doğruluk anlamında kullanılmakla birlikte, gerçekte bir şeyin özü içinde örtüsünü açarak vukua gelmesi ve insanın bunun farkında olması durumu. Varlığın gizinden çıkarak olagelmesi ve insanın bunun bilincinde olması hali” (Cevizci, 1999, 395).

“Doğruluk (İng. truth) Düşüncenin gerçekte uyuşması. Yargı ya da önermelerin gerçeğe uygun olması, verilmiş bir olguyla uyuşması” (Akarsu, 1975, 53).

Yapılan bu tanımlar sonrasında gerçeklik ve doğruluk arasındaki fark açıkça ortaya konmaktadır. Şöyle ki gerçekliğin taşıyıcısı insan zihninden bağımsız olarak var olan nesne iken doğruluğun taşıyıcısı var olan nesnenin yanı sıra bu nesnelere hakkındaki yargı ve önermelerdir. Doğruluk, düşüncenin nesnesi ile örtüşmesidir. Öyleyse doğruluk, düşünce ve yargılara ait bir özelliktir. Kavramların zıddı ile daha iyi anlaşıldığı bilindiğinden, doğruluk ve hakikati bir de yalanın tanımından yola çıkarak ele almak gerekirse; Nietzsche yalanı: “Kişinin gördüğü bir şeyi görmemiş olmayı istemesi ya da gördüğü bir şeyi öyle görmemiş olmayı istemesi” (1996) olarak tanımlar.

Gerçeklik ve doğruluğun anlam aşınmasına uğradığı post-truth adı verilen dönemi tanımlamak gerekirse:

Post-truth kavramı ilk kez 2004 yılında R. Keyes tarafından “Posttruth Era” adlı kitapta kullanılmış olup “nesnel olan bir gerçeklik karşısında halk kitlelerinin kişisel duygular ve çeşitli çıkarların ağırlık kazanması ile nesnel gerçekliğin silikleştirilmesi ve kamuoyunu

etkilemesi” olarak tanımlanır (Keyes, 2017, 152). Bu yönüyle kelime tek bir olgu olan gerçekten ziyade, insandan insana değişebilecek olan his ve inançların ön plana çıkarılmasına işaret etmektedir. İnsanlar için artık gerçeğin bir önemi bulunmamaktadır, insanlar inanmak istediklerine inanma eğilimindedirler (Özgan, 2020, 170).

Bu kapsamlı kavram analizini yaptıktan sonra Baudrillard’ın görüşlerine kısaca değinmek gerekirse: Baudrillard’ın simülasyon kuramının en temel yapı taşı gerçeklik ve hakikat kavramlarıdır. “Baudrillard kuramında, gerçekliğin, modern toplumlarda son iki yüz yılda ortaya çıkan metafizik yani düşünsel bir süreç olduğunu söyler. J. Baudrillard'a göre kitle iletişim araçları ve teknoloji gerçekliği yok ederek, gerçekle sanalın ayrımının yapılamadığı bir hipergerçeklik yaratmıştır” (Kurttaş, 2018). Sıkı bir modernizm eleştiricisi olan Baudrillard kitle iletişim araçları ile gerçekliğin yok edilerek yeni bir hiper gerçeklik oluşturulmak istendiğini anlatan simülasyon kuramını ele almıştır. Makalenin içeriği ile paralellik gösteren Baudrillard’ın simülasyon kuramında; filozof var olanların ontolojik olarak ortadan kalkmadığını ancak bilginin ortadan kalktığını ileri sürmektedir.

Gerçeklik ve Hakikatin Kitle İletişim Araçlarında Dönüşüm Süreci

İnsanın gördüğü veya yaşadığı şeyleri anlamlandırma çabası ve merakı onu belli başlı sorular sormaya itmiştir. İlk olarak mitolojik öğeler içeren bu anlamlandırma çabasının cevapları yetmez olmuş ve insanları başka sorular ve başka cevaplar aramaya itmiştir. İlk filozoflar ana maddenin ne olduğu sorusuyla yola çıkmışlardır, sonrasında yaptıkları sistemli soru sorma ile birlikte doğa felsefesini oluşturmuşlardır. Bu felsefi çalışmalarda ana hareket noktasını Antik Yunan felsefesi oluşturmaktadır. Felsefenin ilgisinin insana dönmesi doğa felsefesinden sonrayı bulmuştur. Günümüzde uzun bir atlama yaparak söylemek gerekirse post-modern denilen bir dönem yaşanmaktadır. Post-modern dönemden önce yaşanan modernizm dönemi; büyük anlatıların (Liberalizm, Marxizm vb) yer aldığı dönemdir. Modernizmin başlayabilmesi için kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmuştur.

İlk kitle iletişim aracı, kitabın matbaa yoluyla halka ulaşmasıdır. Böylece büyük anlatıların ulaşabileceği homojen insan kütlesine ulaşmanın ilk adımı atılır. Ortalama

250-300 yıl süren ulus çapında homojenleşmenin ardından ikinci kitle iletişim aracı olarak gazete ortaya çıkar. Gazete daha fazla kitleye hitap ettiğinden daha az entelektüel içeriğe de sahip olur. Bu yüzden gazetede mesajı iletilirken biçim kitaba göre biraz daha fazla öne çıkar. Tam bu aşamada insanın rasyonel olduğuna dair büyük anlatı devreye girer. Eş zamanlı olarak aydınlanma fikri ile ilerlemeci yaklaşım da ortaya çıkar. Bu arada kitap ve gazeteler aydınlanmayı realite olarak kabul edecek homojenleşmiş kitleyi oluşturur. Gazeteden sonra ortaya çıkan kitle iletişim aracı radyo olur. Radyo ile birlikte entelektüel içerikten büyük oranda vazgeçilir çünkü radyonun kitlesi okur yazar olmak zorunda değildir.

Bazı düşünörlere göre post-modern ve post-truth dönemlerden önceki son kitle iletişim aracı televizyondur (Alpay, 2021). Televizyonda konuşmacının dilini bile anlamaya gerek kalmadan oluşturulan imgeyi anlamak yeterli olmuştur. Televizyon ile birlikte biçim içerikten daha önemli duruma gelmiştir. Bu yüzden televizyon en düşük entelektüel seviyeye bile ulaşabilecek türden bir kitle iletişim aracıdır. Bu noktada artık realite ile hakikat arasındaki açıklık iyice artmıştır. Modern dönemin siyaset arenasında tek bir realite ve bu realiteye inanan akılcı özneler vardır. Sadece bu özneler farklı bakış açısından bakmaktadır. “Modern dönemde insanlar, akılcı tezler üzerinde minimum düzeyde anlaşabilirler” (Alpay, 2021). Birbirine eşit mesafede olan realite ile hakikat, modernizmden post-modernizme evrilme sürecinde anlam açısından birbirinden uzaklaşmıştır. Çünkü akıl, duygu karşısında gerilerken; fikir de imge karşısında gerilemiştir. Bunun temel nedenlerinden biri de kitle iletişim araçlarının daha az entelektüellik talep etmesiydi. Artık daha çok kişi imgeler üzerinden yönlendirilebilir ve manipüle edilebilir hale gelmiştir. Kitle iletişim araçlarından olan televizyonda bile mesajların hepsi tek bir merkezden kontrol edildiği için verilen mesajda realite ile hakikat arasındaki ilişki tam anlamıyla kopmamıştı. Çünkü bir editör grubu mesajla realite arasındaki ilişkiyi sürekli kontrol etmekteydi. Ancak internetin ortaya çıkmasıyla bu durum değişti. İnternette mesajlar çok sayıda merkezden üretildiği için editörler grubunun bu mesajları kontrol etme imkânı ortadan kalktı ve realite ile hakikat tamamen birbirinden koptu. Post-modernizm genel olarak büyük anlatıların çöktüğü bir dönem olarak tabir edilir.

Sosyal Medya Araçlarında Hakikatin Değişimi ve Algı Oluşturulması

Sosyal medya araçlarında hakikatin değişimine değinmeden önce sosyal medya araçlarındaki değişime kısaca değinmek gerekir. Çünkü ilk çıktığı dönemlerde web siteleri etkileşimli değildir. Bu yüzden ziyaret edenler okuyucu konumundadır. Ancak gelişen yazılım teknolojileri ile kullanıcılar okur-yazar olma imkânı kazanmışlardır. Çift taraflı etkileşim kullanımının ortaya çıktığı web2 döneminde, içerik üretmeye başlayan okuyucular yeni bir özgürlük alanına da kavuşmuştur. Bu özgürlük alanındaki birey artık sadece etkilenen değil ürettiği içeriklerle başkalarını etkileyebilen bir konuma ulaşmıştır. Yani aynı kişi haberin hem kaynağı hem de alıcısı konumuna ulaşmıştır. İnternet teknolojilerin ve yazılımların sürekli kendini güncellediği bu dönemde iletişim kolaylaşmış ve haberler çok hızlı yayılmaya başlamıştır. Yani iletkenlik bir fizik terimi olmaktan çıkıp toplumsal bir anlam kazanmıştır. Bireyler arası bir ilişkiden doğan “iletkenliğin artması” artık sadece bireyleri ilgilendiren bir durum olmaktan çıkmıştır. “Nietzsche ‘güçlüler’in yalanları, “zayıflar”ın hakikatlerinden daha kıymetli olabilmektedir’ der. Zira bu güçlüler “mutlak hakikat” iddiasında bulunmaktan çok, kendi görüşlerinin peşinden giden insanlar olarak görünmektedirler.

Yorumların çoğulluğunun önünü açan böylesi bir görüş, yine de kendisinde sınıflandırmacı bir bakış açısını barındırmaktadır. Yaşam yorumlarının özellikleri bakımından insanlığı ikiye ayıran böyle bir bakış açısı, mevcut hakikat yorumlarını değersizleştirirken, belirli birtakım yalanların değerini yükseltmektedir (Çakın, 2017). Gücü elinde bulunduranlar bu durumu kendi gücünü perçinlemek ya da karşı tarafın gücünü zedelemek gibi amaçlarla kullanmaya başlamıştır. Bu amaçlarını gerçekleştirirken en çok da sosyal medyanın gücünden faydalanır.

İktidarı elinde bulunduran sınıfın kendi düşüncelerini, değerlerini ve kültürlerini, çeşitli ideolojik aygıtları kullanarak, bununla birlikte toplumun rızasını da göz ardı etmeden, toplumsala dayatması bağlamında hegemonya, modern çağın önemli bir fenomeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan devletin kendi hegemonyasını oluşturmak için birtakım aygıtlara ihtiyaç duyduğu vurgusu ve nihayetinde devlete rıza mekanizmaları arasında sivil toplumun, bunu gerçekleştirebilecek bir aracı kurum olduğu görülmektedir (Hall ve Jacques, 1995’ten akt. Coşgun, 2021, 67).

Sosyal medya üzerinde çeşitli ortak tabanlarda bir araya gelerek gruplaşan kesimler de bu yönlendirme gücünü aktif olarak kullanmaktadır.

TÜİK 2022 verilerinde, Türkiye’de internet kullanan bireylerin oranının yüzde 85’e yükselmesi, internetin en çok başvurulan bilgi toplama ve haber alma kaynağı olduğunu kanıtlamaktadır. Kendisine sunulan hiçbir bilginin kaynağını sorgulamayan, karşısına çıkan haberleri eleştirel açıdan değerlendiremeyen birey, her türlü yönlendirmeye açık, akan suyun yüzeyinde salınan bir dal parçasına benzer. Bu noktada eleştirel düşünmenin bir zorunluluk haline geldiği, sosyal medyanın yönlendirme gücünün en üst seviyeye çıktığı bu dönem, *post-truth* olarak tanımlanan dönemdir. “Eskiden ilk başvuru kaynağı olan basılı materyaller de bulunan basılı bilgi miktarı yaklaşık 14 yılda bir ikiye katlanırken, internet üzerinden elde edilen bilgiler her yıl 2- 3 kat artmaktadır. Bu durum da insanları internete ve sosyal medyaya yönlendirmektedir” (Türk, 2015).

Bazen internette yapay gündem oluşturularak insanların tepkisi ölçülmektedir. Örneğin Justin Bieber’in ağzından “Türk kızları ter kokuyor” açıklaması yapılması ve bu haberin manşetlere taşınması. Bu habere sorgulamadan inanan İzmir’den bir avukatın da J. Bieber’a suç duyurusunda bulunması (En son haber, 2013). Bu örnek interneti kullanan bireylerin -avukatların dahi- çoğunun karşısına çıkan bilgiyi eleştiri süzgecinden geçirmeden kabul edip ani ve duygusal tepkiler verdiğini göstermektedir. Yapay gündemlerle yapılan nabız yoklamalarından sonra alınan tepkilere göre toplumun duygusallık boyutu büyük ölçüde ortaya çıkar. Toplumdaki bireylerin eleştirel düşünme gücünü kullanmadığı, daha çok duygularıyla hareket ettiği post-truth dönemde gerçeklik ve hakikat yerinden yurdundan olmuştur. Çünkü sorgulamayan bir toplum için yalnızca oluşturulan imge ve yaratılan algı vardır. Böyle bir ortamda birey her türlü etkiye açıktır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bireyin etrafında olan biteni öğrenmek istemesiyle başlayan haber alma serüveni, çeşitli aşamalardan geçerek 21. yüzyıla ulaşmıştır. Ancak her geçtiği aşamada bir parça deformasyona uğramıştır. Bu duruma en güzel örnek; kulaktan kulağa oyununda her kişinin bir sonrakine aktarışında ortaya çıkan değişim verilebilir. Kitle iletişim araçları da her dönemde hitap ettiği kesim, hitap ediş tarzı, aktardığı bilginin gerçeklik payı

konusunda yavaş yavaş değişerek günümüze gelmiştir. Günümüzde gelinen nokta ise; aşırı hızlı yayılan bilgi, bireylerin bu bilginin kaynağını ve doğruluk payını sorgulamadaki yetersizliği sonucu oluşan bilgi kirliliğidir. Eleştirel düşünmeyen bireylerin yaydığı gerçek olmayan bilgiler, gündemi meşgul ederek toplumdaki bireylerin duygusal tepkiler vermelerine neden olmaktadır.

Bireylere erken yaşta medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi gerekmektedir. Çünkü eleştirel düşünme yeteneğine sahip olmayan bireylerin oluşturduğu toplum internetten gelecek tehlikeler için potansiyel bir hedef kitle konumundadır (Demircioğlu, 2018). Medya okuryazarlığı eğitimini alacak durumda olmayan bireylerin ise okuduğu haberin kaynağının doğruluğunu araştırma alışkanlığını kazanması gerekir. Bu alışkanlık da yine bireyi eleştirel düşünme ve sorgulama yapmaya yöneltmektedir.

Bireylerin sosyal medya hesabı açarken bir testten geçmesi zorunlu olmalıdır. Testten geçenlerin de tıpkı sürücü ehliyeti gibi sosyal medya ehliyeti sahibi olmaları ve bu ehliyeti olanların dahi sosyal medyada uygunsuz içerikler paylaşmasına izin vermeyecek bir mekanizma olması gerekir. Çünkü sosyal medyada görünmez duvarların arkasına saklanarak olumsuz davranışlarında staj yapan birey, zamanla bu halini gerçek toplumsal yaşama da aktarır. Uzun vadede, sosyal medyanın yapılan yanlış davranışların şikâyet edildiği bir mecra değil, bu yanlış davranışları yapanların olmadığı bir mecra olması beklenmektedir. Her geçen gün gelişen yapay zekâ teknolojisi gerçeklik algısını alt ederken belki de bireyin gerçekliğini kanıtladığı tek nokta eleştirel düşünmenin gücünden faydalanmak olacaktır.

KAYNAKÇA

Akarsu, B. (1975). *Felsefe terimleri sözlüğü*, Türk Dil Kurumu Yayınları.

Alpay, Y. (2021). *Yalanın siyaseti* (17. Baskı). Destek Yayınları.

Arslan, A. (1982). *Metafizik I. kitap* çevirisi. Divan Yayınevi.

Cevizci, A. (1999). *Felsefe sözlüğü*, Paradigma Yayıncılık.

Coşgun, M. (2021). Post-truth: Hegemonya'nın yeni ideolojik aygıtı. *Akademik Hassasiyetler*, 8(15), 67-82. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademik-hassasiyetler/issue/61981/821165>

- Çakın, M. (2017). Yalanın değeri / Yorumun önemi. *ViraVerita*. 5 (1-14).
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/viraverita/issue/37188/429094>
- Çifci, Y. (2018, Nisan 27-28). *Medyada haber kavramının kullanımına eleştirel bir bakış*, (Sempozyum Sunumu), 2. Uluslararası KAD Sempozyumu (ISCAT2018), Türkiye. <https://iscat.info/PastConferences/ISCAT2018/ISCAT2018-e-proceeding.pdf>
- Demircioğlu, A. (2018). *Eleştirel düşünme eğitimi*. Gece Kitaplığı.
- Keyes, R. (2017). *Posttruth era*, Çeviren: Deniz Özçetin, Tudem Yayıncılık
- Kurtdaş, M. Ç. (2018). Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramında kitle iletişim araçları ve toplumsalın sonu. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2012-2023. <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.408137>
- Nietzsche, F. (1996). *Deccal*, Çeviren: Oruç Aruboa. Hil Yayınevi
- Nietzsche, F. (1998). Ahlakdışı Anlamda Doğruluk Üzerine. Çeviren: Oruç Aruboa. *Cogito Dergisi*, 16, İstanbul
- Özgan, A. (2020). Hakikatin ölümü ya da ölümlü hakikat. *Etkileşim*, 3(6), 168- 188.
<https://doi.org/10.32739/etkileşim>
- Türk, G. D. & Tugen, B. (2015, Ağustos 2). *Türk toplumunda sosyal medyaya eleştirel bakış eksikliği: Türk troller ve trolleme* (Sempozyum Bildirisi), 1. Uluslararası KAD Sempozyumu, Sakarya, Türkiye <https://www.kritikanalitik.global/wp-content/uploads/2016/09/C12-ISCAT2015ID58.pdf>
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2022, Ağustos). *Hanehalkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırması*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,%92%2C0%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,%92%2C0%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti)
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (1932). *Sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/>
- En Son Haber. (2013, Mayıs 3). *Justin Bieber'in Türk kızları hakkındaki 'Ter kokuyorlar' tweeti İnci Sözlük yazarının oyunu çıktı!*
<https://www.google.com/amp/s/www.ensonhaber.com/amp/magazin/inci-sozlukun-justin-bieber-oyunu-2013-05-03>

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

05/02/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

05/03/2023

Workplace aggression and violence

Merve MAMACI¹

Abstract

Violence is a serious problem for Turkey as it is in the world. It is inevitable that violence, which is observed in all areas of social life, is also seen in work life. Workplace violence includes incidents that occur in workplaces and sometimes not in the workplace but in social environments related to work, which can include psychological violence such as threats, harassment, intimidation, as well as physical violence. Workplace aggression and violence negatively effect human health and social integrity. Anyone can be a target of violence. In addition, working conditions and work-related factors can also lead to violence. In this study, it is aimed to present a conceptual framework for workplace violence and aggression based on literature, to draw attention to the subject by emphasizing the factors that lead to workplace violence, the consequences of workplace violence and the preventions that can be taken regarding workplace violence.

Keywords: Violence, Workplace violence, Aggression, Employee health, Employee well-being

INTRODUCTION

Workplace aggression and violence is an important health problem worldwide (Dalvand, Gheshlagh, Najafi, Zahednezhad, & Sayehmiri, 2018). When the studies conducted in the literature in recent years are examined, it is seen that violence and different types of violence continue to be a growing problem (Fischer, Van Reemst & De Jong, 2016; Spector, Zhou, & Che, 2014). Many workers around the world are abused, threatened, demolished or otherwise subjected to work-related assault (Di Martino & Musri, 2001).

The National Institute for Occupational Safety and Health (NIOSH) reports that homicide is one of the leading causes of workplace fatalities in the United States (NIOSH, 2022). Another study by the Workplace Bullying Institute found that 30% of adult American

¹ Dr. Fenerbahçe University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of Psychology, İstanbul, Türkiye

E-mail: mervemamaci@gmail.com

ORCID: 0000-0001-7882-3670

Atf İçin / For Citation: MAMACI, M. (2023). Workplace aggression and violence. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 187-212. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

workers have experienced bullying in the workplace, 76.3 million people effected (Workplace Bullying Institute, 2021).

Workplace violence is a significant problem also in Turkey, particularly in healthcare industry but not limited to. A number of studies have been conducted to investigate the extent and impact of violence in the workplaces. In Turkey a study conducted in 2011 by Aytac and her colleagues it has examined the experience of workplace violence among Turkish workers from various industries and to evaluate the impact of such violence on their mental health. The results showed that the prevalence of workplace violence was 44.8%, with verbal violence and mobbing being the most common forms. Physical violence was primarily experienced by male workers, while females were more likely to face verbal, psychological, and sexual violence. Most cases of violence went unreported and did not lead to legal action. The findings also suggested that the psychological well-being of workers exposed to violence, including depression, anxiety, and stress, was negatively impacted.

In another study by Dursun and Aytac (2021a) 169 hospital staff was examined. Results indicate that more than half of the hospital staff had been exposed to violence (verbal, sexual, physical) and job satisfaction levels of participants who were exposed to violence were lower than the job satisfaction level of participants who were not exposed to violence.

In another survey of 12,944 health care workers in Turkey, it has shown that participants who experienced workplace violence in Turkey in the previous 12 months was 44.7%. The types of violence stated as physical 6.8%, verbal 43.2%, mobbing 2.4%, and sexual harassment 1%. Results also showed that demographic characteristics such as type of institution, gender, occupation, age, working hours, and shift work were also risk factors. independent risk factors (Pinar et. al, 2017).

First of all, violence at work has the potential to cause death, severe mental suffering, and physical injury. Trauma may develop for the victims, their families, and their coworkers as a result of this. Additionally, it may result in greater turnover rates, lower productivity, and increased absenteeism. In extreme circumstances, it may harm the business's reputation and need expensive legal action (OSHA, 2015 & WHO, 2002).

Second, aggressive behavior at work, which can include verbal abuse, bullying, or harassment, can produce a poisonous office atmosphere that lowers morale, lowers output, and raises absenteeism. In addition, stress-related diseases and problems with mental health can lead to higher healthcare expenditures. This can result in decreased job performance, decreased creativity, and decreased innovation (Einarsen, Hoel & Notelaers, 2009; Escartín, Rodríguez-Carballeira, Zapf, Porrúa & Martín-Peña, 2009; Leymann, 1990).

Businesses that ignore workplace aggressiveness and violence run the danger of losing skilled workers, destroying their brand, and suffering legal and financial repercussions. As a result, it is critical that businesses give the prevention and control of workplace violence and aggression top priority through strong policies, training programs, and support systems.

Because of emergency and importance of the topic, **in this study it is aimed** to present a conceptual framework for workplace aggression and violence based on literature review, to draw attention to the subject by emphasizing the factors that lead to workplace violence, the consequences of workplace violence and the measures that can be taken regarding workplace violence by using **narrative literature review method** (Green, Johnson & Adams, 2006). With this study, it is hoped to remind that workplaces are responsible for their employees' health and well being not only in physical terms but also psychologically and socially.

CONCEPTUAL FRAMEWORK

Workplace Aggression and Workplace Violence

According to Allen and Anderson (2017) aggression is defined as a behavior that is intentional and aimed at causing harm or injury to another person. It is not considered aggression if the harm is accidental, such as unintentionally elbowing someone in a crowded room. Aggression also involves people, not just damaging inanimate objects, unless the intention is to harm someone else. Also the recipient of the harm must also be motivated to avoid it. While violence is often seen as different from aggression it is also viewed as a type of aggression. According to the most widely used scientific definition,

violence is a severe form of aggression that aims to cause significant physical harm, such as injury or death. Although the act of violence does not need to result in actual harm, attempting to harm someone is still considered violent. All acts of violence are considered aggressive, but not all aggressive acts are considered violent (Schat & Kelloway, 2005).

Nevertheless, starting in the 1990s, a significant change occurred, and in numerous nations, the definition of workplace violence was broadened to encompass hate, intimidation, and harassment (Cole et al. 1997; Löfgren Nilsson & Örnebring 2016). Recently, nonphysical forms of aggression have been referred to as "violence" when the consequences are severe, such as when certain types of verbal aggression are called "emotional violence" if directed at people with the aim of seriously harming their emotional or social well-being. Despite this, violence is typically studied in the context of extreme physical aggression. Aggression encompasses any behavior that is meant to harm or intimidate someone, including verbal, passive, physical, sexual, and cyber aggression. Violence, however, specifically refers to the use of physical force with the intention of causing harm or injury to another person. In other words, violence is a type of aggression, but not all aggression is violent (Allen and Anderson, 2017).

On the other hand workplace violence is defined as “the intentional threat or actual use of force against another person or group in the workplace or work-related situations” (WHO, 2014). According to this definition, victims of workplace violence are exposed to physical or psychological damage, as well as physical and psychological violence can occur together. The National Institute for Occupational Safety and Health defines workplace violence as an act of violence directed at people at work or performing their duties at work (National Institute for Occupational Safety and Health, 2002). Workplace violence is defined as the harassment, threat or assault of employees in the workplace and the threat to their safety, physical and psychological integrity (Gerberich et al., 2004).

Based on the definitions encountered in the literature, it is seen that workplace violence may not only be of physical nature and may occur in different forms. Workplace aggression and violence can be of various types.

Classification of Workplace Violence

Workplace violence is defined by the World Health Organization (2002) as the intentional use of physical force or power as a threat against oneself, another individual, group, or community, which can result in damage, psychological trauma, and even death. It may also have a negative impact on development and growth, as well as contribute to deprivation.

European Agency for Safety and Health at Work (2015) states that; when it comes to the source of workplace violence, a difference is sometimes established between internal and external violence. Internal workplace violence occurs amongst employees. Aggressive behaviors between superiors and subordinates are examples of this. External workplace violence, sometimes known as "third party violence," is committed by those outside of the organization. Customers, clients, patients may have a direct relationship to the victim or the victim's company.

Similarly, other classifications distinguish between criminal violence (no link between perpetrator and victim), client-initiated violence, co-worker violence (internal violence), and domestic violence (perpetrated inside a work context, by those who have a personal relationship with the victim) (Wynne, Clarkin, Cox, & Griffiths, 1997).

According to National Institute for Occupational Safety and Health (NIOSH, 2020) workplace violence is classified into four types and these are *criminal intent*, *customer/client violence*, *worker-on-worker violence* and lastly *personal relationship violence*.

Criminal intent refers to an individual's mental state or purpose to commit a crime and is essential in assessing guilt or innocence in criminal situations. A "conventional" crime requires criminal intent, which is a conscious choice on the part of one person to damage or deprive another. It is one of three types of "mens rea," the legal ground for determining guilt in a criminal case. There are several shades of criminal intent that may be applied in scenarios ranging from deliberate activity to impulsive action. Even if a crime is not premeditated, criminal intent can be established. Individuals who conduct a crime on their own may be aware that their acts will cause harm to another person and violate current

criminal law. In other words, a person with criminal intent acts or refrains from acting with the awareness that such conduct would result in the commission of a crime (Gardner, 2014). In addition, intentional harm is perceived as worse than unintentional harm, even when the harms are identical (Ames & Fiske, 2013). Secondly, *customer/client aggression* is the second form of workplace violence, which is conducted by customers, clients, or patients. It refers to aggressive, threatening, or violent behavior displayed by a customer or client in a commercial setting towards an employee or other customers. An "individual has a relationship with the business and becomes violent while receiving services" falls under this category. Thirdly, *employee-on-employee violence*, is a type of workplace violence performed by coworkers. Employees that attack or threaten another employee are considered to be violent in a "worker-on-worker" interaction. Lastly, *personal relationship violence* refers to instances of domestic abuse that occur in the workplace. It refers to aggressive or violent behavior between employees who are involved in a personal relationship, such as a romantic or intimate relationship. It comprises "individuals who have interpersonal relationships with the intended target but no business relationship (NIOSH, 2020).

Classification of Workplace Aggression

Workplace aggression refers to negative behaviors directed towards an individual or group in a workplace setting, which can take various forms including sexual harassment, bullying, abusive supervision, counterproductive work behavior, deviance, lateral violence and violence (Magnavita et al., 2020, Manier et al., 2017 & Priesemuth et al., 2017). As is seen, different types of aggression can be considered as in workplace aggression. Also verbal violence, passive aggressive behaviors, physical aggression, psychological aggression and cyberbullying can be considered as workplace aggression.

Verbal violence involves insults, threats, and disparaging words. It is the use of words or phrases with the intent to injure, intimidate, or threaten another person. This can include insults, name-calling, threats, and other forms of harsh words. If not handled, verbal aggressiveness can inflict emotional injury and evolve into physical violence. The use of

destructive language or threatening speech aimed against an individual or group of persons in the workplace is referred to as verbal aggression. Employees' job performance, morale, job satisfaction and productivity can be effected by these aggressive form of verbal abuse (Li & Zhou, 2013; Kang & Gong, 2019; Rowe & Sherlock, 2005).

Passive-aggressive behavior was originally used professionally to characterize troops who refused to comply with superiors' instructions during World War II. (Millon, 1981). *Passive aggression* is indirect and involves behaviors such as sulking, procrastination, and withholding information. Passive aggression in the workplace refers to behavior that indirectly expresses anger, frustration, or resentment, rather than directly addressing or resolving the issue. The passive-aggressive personality disorder was defined by DSM-III-R as a widespread pattern of passive resistance to demands for satisfactory social and occupational performances that began in early adulthood and was apparent in the person's functioning in a number of circumstances. It identified the following nine related behaviors, of which at least five were required before this diagnosis could be established. Behaviors listed as: (1) Procrastinates, putting off required tasks such that deadlines are missed. (2) Sulks, becomes angry, or becomes argumentative when asked to do something he or she does not want to do (3) Appears to work slowly or inefficiently on jobs that he or she dislikes (4) Unjustifiably complains that others put unfair demands on him. (5) Ignores duties by pretending to have "forgotten" (6) Believes that he or she is doing a far better job than others believe (7) Dislikes constructive ideas from others on how he or she may be more productive (8) Obstructs others' efforts by neglecting to accomplish his or her fair part of the task (9) unfairly criticizes or dismisses those in positions of power (1987, American Psychiatric Association). The diagnostic criteria were increased further in DSM-IV (APA, 1994), the illness was called "negativistic" and it was appendicized.

On the other hand factors related to workplace such as organizational change may lead people to resist, and this resistance cannot be classified as a passive aggressive clinical disorder (Neumann, 1989). Procrastination, hidden obstructionism, inefficiency, and stubbornness define passive-aggressive personality disorder, also known as negativistic personality disorder. The term "passive-aggressive personality disorder" is no longer used in the DSM-5 (APA, 2022).

Examples of passive aggressive behavior in the workplace may include: gossiping about someone while they are not present, making mean jokes, sarcastic remarks, withdrawal, and treatment in silence, performing a task incorrectly on purpose, keeping score quietly, opinion/information withholding, ignoring coworkers' notes, failure to meet deadlines, policy evasion, deliberate procrastination. This kind of conduct can be unsafe to working environment connections and efficiency, and can establish a negative and unfriendly workplace.

Therefore, it is vital for individuals to understand their own passive aggressive behaviors, to create a workplace culture that encourages healthy, open and direct communication.

Aggressive behavior at work has severe implications for both individuals and companies. Researchers have mostly focused on the physiological and behavioral repercussions of workplace aggressiveness, which has been conceptualized as a workplace stressor (Schat & Kelloway, 2005). *Physical aggression* is anger that involves physically injuring someone, such as punching, kicking, stabbing, or shooting them. Nonphysical hostility is defined as aggressiveness that does not result in physical injury. Nonphysical aggression includes verbal aggression (yelling, screaming, swearing, and name calling) as well as relational or social aggression, which is defined as intentionally causing harm to another person's social relationships, such as gossiping about another person, excluding others from our friendship, or giving others the "silent treatment" (Crick & Grotpeter, 1995). Physical workplace aggression is also illegal and it is also tremendously detrimental to individuals and may create a hostile and problematic work climate. Employers must take physical aggressiveness in the workplace seriously and handle it quickly in order to ensure a safe and productive work environment for all workers. If physical hostility develops, police enforcement may be called in and disciplinary action taken against the perpetrator.

Psychological aggression includes ridiculing, verbal threats, isolating one's partner from family and friends, and attempting to control one's partner, and are intended to degrade and attack others' self-worth by making him or her feel guilty, upset, or inadequate. Individuals who have experienced psychological victimization are far more likely to have physical victimization, and depressive symptoms (Arias, Lyons, & Street, 1997; O'Leary & Jouriles, 1994). In workplaces it can be considered as causing emotional harm, such as

spreading rumors, manipulation, or exclusion from social events, intending to intimidate, control, or manipulate another person, or that creates a work environment that is hostile or threatening. Examples of psychological aggression in the workplace can include: spreading rumors or lies, engaging in verbal abuse or bullying, excluding or ostracizing someone, or making threats or demands. This type of behavior can have serious impacts on the mental and emotional well-being of employees, and can negatively impact their job performance and satisfaction. It is important for employers to recognize and address instances of psychological aggression in the workplace, and to create a work environment that values respect, open communication, and psychological safety.

Another type of aggression that occurs in workplaces is workplace bullying. Workplace bullying is when an employee is subjected to repetitive, systematic and prolonged negative behaviors and is perpetrated by coworkers. The person who is subjected to bullying may think or be unable to defend himself/herself and constantly struggle with abuse (Einarsen et al., 2011).

Also *cyberbullying* can be seen as workplace aggression. Workplace bullying is defined as recurrent behavior that offends, humiliates, sabotages, intimidates, or negatively impacts someone's job when there is an imbalance of power (Barron, 2003; Zapf & Einarsen, 2001) and it is related about relationships, power, and control (Belsey, n.d). Workplace bullying is defined as occurring when one or more persons feel themselves to be the focus of repeated and systematic unpleasant behaviors on a weekly or longer basis (Leyman, 1996; Einarsen & Skogstad, 1996). In addition to the victim's attribution of the perpetrator's purpose to do damage, there is a power imbalance between the perpetrator and the target of bullying. Because of this power imbalance, the victim's capacity to deal with exposure to systematic negative behaviors is seriously harmed and mentally effected. (Mikkelsen & Einarsen, 2001; Chen & Cheng, 2017; Chu, Fan, Liu & Zhou, 2018).

Sexual harassment in the workplace is considered a kind of aggression and/or aggressive behavior in the workplace, according to Fitzgerald, Gelfand, and Drasgow (1995). It consists of unwelcome sexual approaches, remarks, gestures, or physical contact that creates a hostile or frightening work environment. It can take many forms, including but not limited to verbal harassment (making sexual comments, telling sexual jokes, or

making sexual advances), physical harassment (unwanted touching, grabbing, or kissing), visual harassment (displaying sexually suggestive material in the workplace or making sexually suggestive gestures), and online harassment (sending sexually explicit emails, text messages, or social media posts). Sexual harassment at work, according to the International Labour Organization (2021), is a type of discrimination that is illegal in most countries.

It is important to note that sexual harassment can occur between any individuals in the workplace, regardless of gender, sexual orientation or status. The employer shall be responsible for the creation and maintenance of a work environment that is not sexually harassing. It may also involve putting in place policies and procedures to ensure that workers are trained and taught on what constitutes harassment, as well as a prompt and appropriate response where an incident has been reported. Victims of sexual harassment at work can experience severe psychological and emotional effects, including anxiety, stress, and depression. In view of that, employers need to take the issue into account and support those who have been affected. Employers may, for example, introduce regular training and education, promote openness of the communication process, develop zero tolerance policies or have a single reporting system that allows them to identify instances of sexually harassing behaviour at work. Employees can also play a role in preventing sexual harassment by speaking out against it, reporting incidents and supporting colleagues who have been affected.

Professions Under Risk

Some workplaces and occupations, like taxi drivers, health care workers, teachers, social workers, domestics in foreign countries, people working alone, especially in late night retail operations, municipal workers are at higher risk than others of experiencing such violence. They are frequently subjected to physical and verbal abuse. Women are especially at risk, because so many are concentrated in the high-risk occupations, particularly as teachers, social workers, nurses, and bank and shop workers (ILO, 1998; National Association of Social Workers, 2022; Peek-Asa, 2001). Police officers and other law enforcement personnel face a high risk of violence due to the nature of their work,

including confrontations with criminals and other dangerous individuals (Dursun & Aytaç, 2021b). Retail workers, such as cashiers and store managers, are often at risk of violence from customers, especially during late hours or in high-crime areas. Social workers, such as child protective services workers and probation officers, may face violence from clients or their families in the course of their work. Bus drivers, train conductors and other public transportation workers can be at risk of violence from passengers, particularly during incidents of fare evasion or other confrontations. However, it is important to note that workplace violence can occur in any industry and in any type of workplace, and that any employee may be at risk.

Factors Leading to Workplace Violence

When the literature is examined, it is seen that there are various factors associated with the emergence of workplace violence. These factors are; individual factors/personal factors, organizational factors and environmental/situational factors (Alkorashy & Al Moalad, 2016; Nielsen & Einarsen, 2018; Teferralikassa, 2015). According to Occupational Safety and Health Administration (2004) there are various risk factors such as, client and setting related risk factors and organizational risk factors. Client and setting related risk factors are stated as; interacting with individuals with a history of violence, substance abuse, gang involvement, working solo, poor workplace design that limits visibility or hinders escape during violent incidents, poor lighting in hallways, rooms, parking lots, and other areas, limited access to emergency communication, presence of weapons such as firearms and knives among workplace, employment in high-crime neighborhoods. The following conditions also contribute to the risk of workplace violence in terms of organizational risk factors: insufficient policies and training for recognizing and handling aggressive behavior from clients, visitors, or staff. Also, understaffing, particularly during meal times and visiting hours, high employee turnover rate, inadequate security and mental health staff, extended waiting times and overcrowded, uncomfortable waiting rooms, unrestricted access to clinics and hospitals by the general public, perception that violence is acceptable and that victims cannot report incidents or press charges.

Violent and Harassing Experiences at Work

The International Labour Organization and the Lloyd's Register Foundation and Gallup conducted a global poll on workplace violence and harassment in 2021 (ILO, 2022). It can be considered as the first attempt to present a worldwide experiences of employees' workplace violence and harassment. According to *Experiences of violence and harassment at work: A global first survey* results; workplace violence and harassment is a common occurrence across the world, with more than one in every five (22.8 percent or 743 million) people having encountered some type of workplace violence and harassment. One-third (31.8%) of those who had encountered workplace violence and harassment stated they had faced more than one kind, with 6.3% having suffered all three forms at some point in their care. Also, findings indicted that people who has active work life, about one in ten (8.5 percent or 277 million) people have encountered physical abuse and harassment at work. Men were more likely to report physical abuse and harassment than women. Psychological violence and harassment were the most often reported forms of violence and harassment by both men and women, with nearly one in every five (17.9% or 583 million) individuals in employment experiencing it in their working lives. In their work lives, one in every fifteen (6.3% or 205 million) persons has suffered sexual abuse and harassment at work. Women were more vulnerable to sexual abuse and harassment at work. The findings on sexual violence and harassment show by far the greatest gender gap (8.2 percent of women vs. 5.0 percent of males) among the three types of violence and harassment. The outcomes showed that workplace violence and harassment is also a common and chronic all around the world. More than three out of every five victims of workplace violence and harassment reported having experienced it many times, with the majority of them experiencing it within the past five years. Also findings revealed that certain demographic groups are especially vulnerable to workplace violence and harassment. Especially, young people, migrants, wage and salaried women and men were more likely to encounter workplace violence and harassment, necessarily for women. According to survey data, young women are twice as likely as young men to have experienced sexual assault and harassment, and migrant women are nearly twice as likely as nonmigrant women to report such incidents. People who had faced discrimination at some time in their lives on the basis of gender, handicap status, nationality/ethnicity, skin

color, and/or religion were more likely to endure violence and harassment at work than those who had not. Those subjected to gender discrimination have suffered the most: Nearly five out of ten persons who have experienced gender-based discrimination in their lives have also experienced workplace violence and harassment, compared to two out of ten who have not experienced gender discrimination. Results indicated that it is still difficult to talk about personal experiences of abuse and harassment. Only slightly more than half (54.4%) of victims have reported their experience with someone, and typically only after experiencing many forms of assault and harassment. People were also more inclined to tell their friends or family than other informal or official methods. Among survey respondents, “waste of time” and “fear for their reputation” were the most common barriers discouraging people from talking about their own experiences of violence and harassment at work.

Consequences of Workplace Violence

While workplace aggression and violence is a global public health problem, it continues to pose a serious threat to the physical and mental health of workers. In addition, depending on workplace violence, it can be thought that employees have negative effects in terms of their behaviors and emotions in their workplace and private lives. Various consequences may occur due to the trauma experienced by people who are exposed to physical and psychological violence. The consequences of workplace aggression and violence can be significant and far-reaching, both for the affected individuals and for the organization as a whole. Some of the consequences include physical harm, psychological harm, decreased productivity, increased absenteeism, legal and financial consequences, decreased employee retention and decreased customer satisfaction. Workplace aggression and violence can result in physical harm, including injury, trauma and even death. The impact of workplace aggression and violence on mental health can be profound and long-lasting, including anxiety, depression, stress and post-traumatic stress disorder. In literature review it has shown that common among the individual outcomes are; mental problems and psychosomatic symptoms and complaints such as depression, substance abuse, anxiety, sleep problems, post-traumatic stress symptoms, musculoskeletal

complaints, headache, hypertension, respiratory and cardiac problems (Boyle & Wallis, 2016; Hogh et al., 2011; Hogh et al., 2012; Nielsen et al., 2008; Nielsen & Einarsen, 2012; Rodwell & Demir 2012).

Also aggressive and violent behavior in the workplace can create a hostile and stressful work environment, leading to decreased employee morale, motivation and productivity. Employees who experience or witness workplace aggression and violence may take time off work for their own well-being, leading to increased absenteeism. Fear can be acquired through direct experience with a threat, but also through social learning, such as observing others (Olsson, & Phelps, 2007). In parallel with this, studies showed that the stress levels of violence witnesses are higher than those of non-witness workers (Vartia, 2001).

Organizations can face significant legal and financial consequences if they are found to be liable for workplace aggression and violence, including lawsuits, compensation claims and damage to their reputation. Employees who experience or witness workplace aggression and violence may choose to leave their job, leading to increased turnover and decreased employee retention. A workplace culture of aggression and violence can also have a negative impact on customer satisfaction and perceptions of the organization. Therefore, it is important for organizations to take proactive measures to prevent and address workplace aggression and violence, to minimize the impact on employees and the organization as a whole. Studies show that the most common organizational outcomes include; burnout, job dissatisfaction, loss of performance and productivity, low quality of life, high employee turnover, and high organizational costs (Bernaldo-De-Quirós et al. 2015; Cooper and Swanson, 2002; Heckemann et al. 2015; Roche et al. et al. 2010; Woelfle & McCaffrey 2007; Yang et al. 2012; Zeng et al. 2013).

Preventions to be Taken Against Workplace Violence

Preventing workplace aggression and violence is crucial and requires action from both institutions and workers. The ILO (2022) suggests that institutions should educate employees about violence and harassment by providing them with contact information for support organizations outside of the workplace. This training ensures that employees

are informed of their legal rights and have access to legal assistance. Institutions can safeguard their employees from violence by enabling them to decline to perform particular activities under specific conditions, offering them the right to abstain from work, reducing their workload, or altering their location of work or job responsibilities based on their requirements. In situations where employees are exposed to violence or are at risk, institutions should establish a secure and confidential means of communication, taking into account any potential security issues that may arise if employees work from home or have to provide information about their new location, bank details, or health status.

It is critical that institutions develop effective complaint, investigation, referral, assistance, and compensation systems within their human resources departments and occupational health and safety boards. Employees should be informed on how to retain evidence of occurrences, and flexible and prolonged leave periods should be allowed. To guarantee broad coverage, the board should include representatives from the human resources department, employees, employers, independent members, an occupational physician, a psychiatric counselor, an occupational safety specialist, and managers.

It is critical that authorities who receive complaints about violent episodes obtain sufficient training on how to recognize and respond to such situations, as well as promote prompt and effective reporting of such instances. The complaint procedure should be neutral, fair, and discreet. Employees who report occurrences should be confident that they will experience no repercussions in their jobs or personal life. Third-party complaints, notifications, and reports, in addition to those made by impacted personnel, should be taken into account.

It is also critical to focus education in the endeavor to prevent violence. It is critical to provide comprehensive training programs that are adapted to the unique workplace and accessible to all, and that include the rights and obligations of all relevant persons, as well as to ensure that all relevant managers and employees engage in these trainings. This includes training on violence and harassment prevention, as well as protocols for reacting to occurrences, assessing and identifying possible dangers, and offering first and secondary intervention. Training on these themes should be incorporated into all relevant

trainings. It is critical to emphasize the examination of violence within the context of occupational health and safety procedures, as well as the fact that dangers in the workplace are systematic and systemic.

Individual and psychological risks and hazards must be included in risk assessments, and suitable actions to avoid workplace violence must be implemented. Employees who report or help with an inquiry into a violent occurrence should be safeguarded from retribution and discrimination, and any kind of reprisal should be grounds for disciplinary action and investigation.

In conclusion, employees should be trained how to detect and avoid potentially violent situations, as well as how to report events and threats and protect themselves. Employees should also be encouraged to report instances, be educated of their legal rights, and have access to on-site counseling services. Workplace violence trends should be assessed, and all incidences should be documented. Ensuring that these techniques are integrated into organizational culture as part of a decent work approach will result in a comprehensive strategy to combating workplace violence.

CONCLUSION

Workplace aggressiveness and violence refers to any type of activity that is meant to cause hurt, discomfort, or distress to employees. With its harmful effects on peoples lives and organizations, is now being addressed on a global basis, and a remedy is being developed. As a result of its prevalence, the idea of workplace violence has become a unique subject of investigations. This might include everything from verbal harassment and bullying to physical attacks and even murder.

Workplace aggression and violence is an increasing issue for both employers and employees, since it may have major ramifications for the safety and well-being of people involved, as well as the organization's productivity and reputation. Employees might suffer substantial physical, psychological, and emotional effects as a result of workplace aggressiveness and violence, including injury, stress, anxiety, despair, and even post-traumatic stress disorder.

Aggressive behavior in the workplace can create a hostile and stressful atmosphere, lowering employee morale and motivation and resulting in decreased production and efficiency. If employers are judged to be accountable for workplace aggressiveness and violence, they may face substantial legal and financial implications, including litigation, compensation claims, and reputational harm.

As a result, it is critical for employers to take preventions to avoid and resolve workplace aggression and violence in order to provide employees for safe, healthy and productive work places.

REFERENCES

- Allen, J.J., & Anderson, C.A. (2017). Aggression and violence: Definitions and distinctions. <https://doi.org/10.1002/9781119057574.whbva001>
- Alkorashy, H. A., & Al Moalad, F. B. (2016). Workplace violence against nursing staff in a Saudi university hospital. *International Nursing Review*, 63(2), 226-232. <https://doi.org/10.1111/inr.12242>
- American Psychiatric Association (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*. 4. Washington, DC: Author; 1994
- American Psychiatric Association (1996), *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, 4th ed., (3rd ed. revised 1987), American Psychiatric Association, Washington, DC.
- American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed., text rev.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425787>
- Ames, D. L., & Fiske, S. T. (2013). Intentional harms are worse, even when they're not. *Psychological Science*, 24(9), 1755-1762. doi: [10.1177/0956797613480507](https://doi.org/10.1177/0956797613480507)
- Arias, I., Lyons, C. M., & Street, A. E. (1997). Individual and marital consequences of victimization: Moderating effects of relationship efficacy and spouse support. *Journal of Family Violence*, 12, 193–210. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1023/A:1022888728475>

- Aytac, S., Bozkurt, V., Bayram, N., Yildiz, S., Aytac, M., Akinci, F. S., & Bilgel, N. (2011). Workplace violence: a study of Turkish workers. *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 17(4), 385–402. <https://doi.org/10.1080/10803548.2011.11076902>
- Barron, O. (2003) Workplace violence and bullying: Your rights, what to do and where to go for help. Melbourne: Jobwatch and WorkSafe Victoria. Retrieved from: <https://www.daru.org.au>
- Belsey, B. (n.d) Cyberbullying: An emerging threat to the “always on” generation. www.cyberbullying.ca (accessed May 1, 2023)
- Bernaldo-De-Quirós, M., Piccini, A.T., Gómez, M.M. & Cerdeira, J.C. (2015). Psychological consequences of aggression in pre-hospital emergency care: Cross sectional survey. *International Journal of Nursing Studies*, 52, 260-270. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2014.05.011>
- Boyle, M. J. & Wallis, J. (2016). Working towards a definition for workplace violence actions in the health sector. *Safety in Health*, 2(1),1-6. <https://doi.org/10.1186/s40886-016-0015-8>
- Chen, L., & Cheng, Y. (2017). Perceived severity of cyberbullying behaviour: Differences between genders, grades and participant roles. *Educational Psychology*, 37(5), 599–610. <https://doi.org/10.1080/01443410.2016.1202898>
- Chu, X. W., Fan, C. Y., Liu, Q. Q., & Zhou, Z. K. (2018). Cyberbullying victimization and symptoms of depression and anxiety among Chinese adolescents: Examining hopelessness as a mediator and self-compassion as a moderator. *Computers in Human Behavior*, 86, 377–386. DOI: 10.1016/j.chb.2018.04.039
- Cole, L. L., P. Grubb, S.L. Sauter, N.G. Swanson & P. Lawless. (1997). Psychosocial correlates of harassment, threats and fear of violence in the workplace. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 23 (6), 450–457. DOI: [10.5271/sjweh.268](https://doi.org/10.5271/sjweh.268)

- Cooper, C., & Swanson, N. (2002). Workplace violence in the health sector. Geneva, Switzerland: International Labor Organization, World Health Organization, International Council of Nurses.
- Crick, N. R., & Grotpeter, J. K. (1995). Relational aggression, gender, and social-psychological adjustment. *Child Development*, 66(3), 710–722. DOI: 10.1111/j.1467-8624.1995.tb00900.x
- Dalvand, S., Ghanei Gheslagh, R., Najafi, F., Zahednezhad, H. & Sayehmiri, K. (2018). The prevalence of workplace violence against Iranian nurses: a systematic review and meta-analysis. *Shiraz E-Medical Journal*, 19(9), e65923 <https://doi.org/10.5812/semj.65923>
- Di Martino, V. & Musri, M. (2001). Guidance for the prevention of stress and violence at the workplace. In Ministry of Human Resources Malaysia and International Labour Organization.
- Dursun, S. & Aytac, S. (2021a). The prevalence of violence against healthcare workers in Turkey and employee job satisfaction. *Pakistan Journal of Medical and Health Sciences*, 15(6), 1607-1610. <http://dx.doi.org/10.53350/pjmhs211561607>
- Dursun, S. & Aytac, S. (2021b). Workplace violence against police officers and the effect of workplace violence on mental health. *Pakistan Journal of Medical and Health Sciences*, 15(12), 3491-3493. DOI: [10.53350/pjmhs2115123491](https://doi.org/10.53350/pjmhs2115123491)
- Einarsen, S., & Skogstad, A. (1996). Bullying at work: Epidemiological findings in public and private organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(2), 185–201. <https://doi.org/10.1080/13594329608414854>
- Einarsen, S. (2000). Harassment and bullying at work: A review of the Scandinavian approach. *Aggression and Violent Behavior*, 5(4), 379–401. [https://doi.org/10.1016/S1359-1789\(98\)00043-3](https://doi.org/10.1016/S1359-1789(98)00043-3)
- Einarsen, S., Hoel, H., & Notelaers, G. (2009). Measuring exposure to bullying and harassment at work: Validity, factor structure and psychometric properties of the Negative Acts Questionnaire-Revised. *Work & Stress*, 23(1), 24-44. <https://doi.org/10.1080/02678370902815673>

- Einarsen, S., Hoel, H., Zapf, D., & Cooper, C. L. (2011). The concept of bullying and harassment at work: The European tradition. In S. Einarsen, H. Hoel, D. Zapf, & C. L. Cooper (Eds.), *Bullying and harassment in the workplace: Developments in theory, research, and practice* (pp. 1-39). Boca Raton, FL: CRC Press/Taylor & Francis.
- Escartín, J., Rodríguez-Carballeira, Á., Zapf, D., Porrúa, C., & Martín-Peña, J. (2009). Perceived severity of various bullying behaviours at work and the relevance of exposure to bullying. *Work & Stress*, 23(3), 191-205. <http://dx.doi.org/10.1080/02678370903289639>
- European Agency for Safety and Health at Work (2015). Workplace Violence. <https://oshwiki.osha.europa.eu/en/themes/workplace-violence>
- Fischer, T., Van Reemst, L., & De Jong, J. (2016). Workplace aggression toward local government employees: Target characteristics. *International Journal of Public Sector Management*, 29(1), 30-53. <https://doi.org/10.1108/IJPSM-05-2015-0100>
- Fitzgerald, L. F., Gelfand, M. J. & Drasgow, F. (1995). Measuring sexual harassment: Theoretical and psychometric advances. *Basic and Applied Social Psychology*, 17, 425-445. https://doi.org/10.1207/s15324834basp1704_2
- Gardner, B. (2014). *Black's law dictionary*. St. Paul, MN :Thomson Reuters.
- Gerberich, S. G., Church, T. R., McGovern, P. M., Hansen, H. E., Nachreiner, N. M., Geisser, M. S., Ryan, A. D., Mongin, S. J., & Watt, G. D. (2004). An epidemiological study of the magnitude and consequences of work related violence: the Minnesota Nurses' Study. *Occupational and Environmental Medicine*, 61(6), 495-503. <https://doi.org/10.1136/oem.2003.007294>
- Green, B. N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative literature reviews for peer-reviewed journals: Secrets of the trade. *Journal of Chiropractic Medicine*, 5(3), 101-117. [https://doi.org/10.1016/S0899-3467\(07\)60142-6](https://doi.org/10.1016/S0899-3467(07)60142-6)
- Heckemann, B., Zeller, A., Hahn, S., Dassen, T., Schols, J. & Halfens, R. (2015). The effect of aggression management training programmes for nursing staff and students working in an acute hospital setting: A narrative review of current

- literature. *Nurse Education Today*, 35, 212-219.
<https://doi.org/10.1016/j.nedt.2014.08.003>
- Hogh, A., Mikkelsen, E. G., & Hansen, Å. M. (2011). Individual consequences of workplace bullying/mobbing. In S. Einarsen, H. Hoel, D. Zapf, & C. L. Cooper (Eds.), *Bullying and Harassment in the Workplace: Developments in Theory, Research and Practice* (2.ed. ed., pp. 107-128). CRC Press.
- Hogh, A., Hansen, A. M., Mikkelsen, E. G., & Persson, R. (2012). Exposure to negative acts at work, psychological stress reactions and physiological stress response. *Journal of psychosomatic research*, 73(1), 47–52.
<https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2012.04.004>
- International Labour Office [ILO]. (2022). Experiences of violence and harassment at work: A global first survey, Geneva:<https://doi.org/10.54394/IOAX8567>
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_863095.pdf
- International Labour Office [ILO]. (2020). Şiddet ve tacizle mücadele işyeri politika belgesi. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_865042.pdf
- International Labour Office [ILO]. (2021). Violence and Harassment in the world of work. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_814507.pdf
- Kang, M. & Gong, T. (2019). Dysfunctional customer behavior: conceptualization and empirical validation. *Service Business*, 13(4), 625–646. DOI: 10.1007/s11628-019-00398-1
- Leymann, H. (1990). Mobbing and psychological terror at workplaces. *Violence and Victims*, 5(2), 119-126. <https://doi.org/10.1891/0886-6708.5.2.119>
- Leymann, H. (1996). The content and development of mobbing at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5, 165-184.
<https://doi.org/10.1080/13594329608414853>

- Li, X. & Zhou, E. (2013). Influence of customer verbal aggression on employee turnover intention. *Management Decision*, 1(4), 890–912. <http://dx.doi.org/10.1108/00251741311326635>
- Löfgren Nilsson, M. & H. Örnebring. (2016). Journalism under threat: Intimidation and harassment of Swedish journalists. *Journalism Practice*, 10(7), 880–890. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1164614>
- Magnavita, N., Heponiemi, T., & Chirico, F. (2020). Workplace violence is associated with impaired work functioning in nurses: An Italian cross-sectional study. *Journal of Nursing Scholarship*, 52(3), 281–291. DOI: [10.1111/jnu.12549](https://doi.org/10.1111/jnu.12549)
- Manier, A. O., Kelloway, E. K., & Francis, L. (2017). Damaging the workplace: Consequences for people and organizations. In N. A. Bowling & M. S. Herscovis (Eds.), *Research and theory on workplace aggression* (pp. 62-89). Cambridge University Press. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1017/9781316160930.004>
- Mikkelsen, E. G., & Einarsen, S. (2001). Bullying in Danish Work-Life: Prevalence and Health Correlates. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 10, 393-413. <http://dx.doi.org/10.1080/13594320143000816>
- Millon, T., Davis, R., Millon, C., Escovar, L., & Meagher, S. (2000), *Personality disorders in modern life*. New York: John Wiley
- National Association of Social Workers (2022). Protecting social workers and health professionals from workplace violence act. <https://www.socialworkers.org/LinkClick.aspx?fileticket=KC9ZuSiXjkk%3d&portalid=0>
- National Institute for Occupational Safety and Health [NIOSH]. (2002). Violence: Occupational Hazards in Hospitals. <http://www.cdc.gov/niosh/docs/2002-101/>.
- National Institute for Occupational Safety and Health [NIOSH]. (2022). Occupational Violence. <https://www.cdc.gov/niosh/topics/violence/default.html>
- Neumann, J. E. (1989). Why people don't participate in organizational change in

- Woodman, R.W. and Pasmore, W.A. (Eds). Research in Organizational Change and Development, Vol. 3, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 181-212.
- Nielsen, M. B., Matthiesen, S. B., & Einarsen, S. (2008). Sense of coherence as a protective mechanism among targets of workplace bullying. *Journal of Occupational Health Psychology, 13*(2), 128–136. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.13.2.128>
- Nielsen, M.B. & Einarsen, S. (2012). Outcomes of exposure to workplace bullying: A meta-analytic review. *Work and Stress, 26*(4), 309-32. DOI: 10.1080/02678373.2012.734709
- Nielsen, M. B. & Einarsen, S. V. (2018). What we know, what we do not know, and what we should and could have known about workplace bullying: An overview of the literature and agenda for future research. *Aggression and Violent Behavior, 42*, 71-83. DOI: 10.1016/j.avb.2018.06.007
- NIOSH (2020). Types of Workplace Violence. https://wwwn.cdc.gov/WPVHC/Nurses/Course/Slide/Unit1_5
- Occupational Safety and Health Administration (2015). Preventing workplace violence: A roadmap for healthcare facilities. U.S. Department of Health and Human Services. <https://www.osha.gov/sites/default/files/OSHA3827.pdf>
- O'Leary, K. D., & Jouriles, E. N. (1994). Psychological abuse between adult partners: Prevalence and effects on partners and children. In L. L'Abate (Ed.), *Handbook of developmental family psychology and psychopathology* (pp. 330–349). London: Wiley
- Occupational Safety and Health Administration [OSHA]. (2015). Guidelines for preventing workplace violence for healthcare and social service workers. U.S. Department of Labor. <https://www.osha.gov/sites/default/files/publications/osha3148.pdf>
- Olsson, A. & Phelps, E. A. (2007). Social learning of fear. *Nature neuroscience, 10*(9), 1095–1102. <https://doi.org/10.1038/nn1968>

- Peek-Asa, C. (2001). Workplace violence in municipal occupations. *Occupational Medicine*, 16(1), 109-123.
- Pinar, T., Acikel, C., Pinar, G., Karabulut, E., Saygun, M., Bariskin, E., Guidotti, T. L., Akdur, R., Sabuncu, H., Bodur, S., Egri, M., Bakir, B., Acikgoz, E. M., Atceken, I., & Cengiz, M. (2017). Workplace Violence in the Health Sector in Turkey: A National Study. *Journal of Interpersonal Violence*, 32(15), 2345–2365. <https://doi.org/10.1177/0886260515591976>
- Priesemuth, M., Mitchell, M., & Folger, R. (2017). Third-party reactions to workplace aggression. In N. Bowling & M. Hershcovis (Eds.), *Research and theory on workplace aggression* (pp. 156-185). Cambridge University Press.
- Roche, M., Diers, D., Duffield, C., & Catling-Paull, C. (2010). Violence toward nurses, the work environment, and patient outcomes. *Journal of nursing scholarship : an official publication of Sigma Theta Tau International Honor Society of Nursing*, 42(1), 13–22. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2009.01321.x>
- Rodwell, J. & Demir, D. (2012) Psychological consequences of bullying for hospital and aged care nurses. *International Nursing Review*, 59, 539-546. DOI: [10.1111/j.1466-7657.2012.01018.x](https://doi.org/10.1111/j.1466-7657.2012.01018.x)
- Rowe, M. M & Sherlock, H. (2005). Stress and verbal abuse in nursing: do burned out nurses eat their young? *Journal of Nursing Management*, 13(3), 242–248. doi: 10.1111/j.1365-2834.2004.00533.x.
- Schat A. C. H., Kelloway E. K. (2005). Workplace aggression. In Barling J., Kelloway E. K., Frone M. R. (Eds.), *Handbook of work stress* (pp. 189-218). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Spector, P.E., Zhou, Z.E., & Che, X.X. (2014). Nurse exposure to physical and nonphysical violence, bullying, and sexual harassment: A quantitative review. *International Journal of Nursing Studies*, 51(1), 72-84. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2013.01.010>
- Teferralikassa, & Jira, C. (2014). Assessment of the prevalence and predictors of workplace violence against nurses working in referral hospitals of Oromia

- regional state, Ethiopia. *JIMS8M: The Journal of Indian Management & Strategy*, 20, 61-64. <https://doi.org/10.5958/0973-9343.2015.00009.5>
- Vartia M. A. (2001). Consequences of workplace bullying with respect to the well-being of its targets and the observers of bullying. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 27(1), 63-69. <https://doi.org/10.5271/sjweh.588>
- World Health Organization (2003). Workplace Violence in the Health Sector - Country Case Study Research Instruments - Survey Questionnaire. <https://www.who.int/publications/m/item/workplace-violence-in-the-health-sector---country-case-study-research-instruments---survey-questionnaire>
- World Health Organization (2002). *Framework guidelines for addressing workplace violence in the health sector*. International Labour Office ILO International Council of Nurses ICN.
- WHO (2014). Global Status report on violence prevention 2014. Geneva: World Health Organization, http://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/en/
- Woelfle, C.Y. & McCaffrey, R. (2007). Nurse on nurse. *Nursing Forum*, 42, 123-131. DOI: 10.1111/j.1744-6198.2007.00076.x
- Workplace Bullying Institute (2021). Workplace Bullying Survey Results. <https://workplacebullying.org/>
- Wynne, R., Clarkin, N., Cox, T., & Griffiths, A. (1997). Guidance on the prevention of violence at work, Luxembourg: European Commission, DG-V. (Ref. CE/VI-4/97).
- Zapf, D., & Einarsen, S.V. (2001). Bullying in the workplace: Recent trends in research and practice—an introduction. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 10, 369 - 373. <https://doi.org/10.1080/13594320143000807>
- Zeng, J. Y., An, F. R., Xiang, Y. T., Qi, Y. K., Ungvari, G. S., Newhouse, R., Yu, D. S., Lai, K. Y., Yu, L. Y., Ding, Y. M., Tang, W. K., Wu, P. P., Hou, Z. J., ve Chiu, H. F. (2013). Frequency and risk factors of workplace violence on psychiatric

nurses and its impact on their quality of life in China. *Psychiatry Research*, 210(2), 510–514. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2013.06.013>

Yang, L-Q., Spector, P.E., Chang, C-HD., Gallant-Roman, M. & Powell, J. (2012) Psychosocial precursors and physical consequences of workplace violence towards nurses: A longitudinal examination with naturally occurring groups in hospital settings. *International Journal of Nursing Studies*, 49, 1091-1102. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2012.03.006>

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

30/01/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

05/03/2023

Cumhuriyet'in ilânından günümüze Türkiye'de siyasetin ve eğitim politikalarının sanat eğitime etkisi¹

Ersin AYDIN² & Seda LİMAN TURAN³

Öz

Bu çalışmada amaç; Cumhuriyet'in ilânından günümüze kadar geçen süreçte sanat eğitimiyle siyasetin döngüsel ilişkisini; siyasi iktidarların sanat eğitimi politikalarını, konu ile ilgili aldıkları karar ve uygulamaları incelemek ve bu ilişkinin olumlu-olumsuz yanlarını ortaya koyarak, günümüzdeki duruma öneriler sunmaktır. Nitel araştırma desenlerinden doküman analizi yöntemi kullanılan çalışmada; Türkiye'de 1923-2020 yılları arasında sanat eğitiminde yaşanan gelişmelere yer verilmiştir. Araştırma verilerini; Millî Eğitim Bakanlığı [MEB] Tebliğler Dergileri, Millî Eğitim Şûraları, MEB Talim ve Terbiye Kurulu raporları, hükümet programları, kalkınma planları, resmî ve özel raporlar, sanat eğitimi, eğitim veya siyaset üzerine yazılan tez, makale, gazete haberleri, konuyla ilgili hazırlanan kitap ve kaynaklar oluşturmaktadır. Elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemiyle çözümlenip alt amaçlarına uygun şekilde başlıklandırılarak yorumlanmıştır. Siyasette yaşanan her değişikliğin eğitim sistemine yansıdığı, eğitim sistemindeki bu yansımanın doğrudan sanat eğitimi de etkilediği gözlenmiştir. Literatürde; sanat, siyaset ve eğitim üzerine, ayrı veya farklı ilişkilendirilen pek çok çalışma bulunmasına karşın; sanat eğitimiyle siyasetin etkileşimi üzerine 1923'ten 2020 yılını kapsayan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırmanın; günümüz politikalarına öneri sunması açısından özgün olduğu ve alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Türkiye'de sanat eğitimi, Eğitim politikaları, Siyaset, Görsel sanatlar

¹ Bu çalışma "Aydın, E. (2021). *Türkiye'deki Siyasi Politikaların Cumhuriyet'ten Günümüze Sanat Eğitime Etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Trabzon Üniversitesi" künyeli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Uzm. Öğretmen; Millî Eğitim Bakanlığı, Mürefte Ortaokulu, Görsel Sanatlar Öğretmeni, Tekirdağ, Türkiye

E-mail: barisersinaydin@gmail.com

ORCID: 0000-0002-6838-0690

³ Dr. Öğr. Üyesi; Trabzon Üniversitesi, Fatih Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim İş Eğitimi Anabilim Dalı, Trabzon, Türkiye

E-mail: sedaliman@trabzon.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6920-6558

Atf İçin / For Citation: AYDIN, E. & LİMAN TURAN, S. (2023). Cumhuriyet'in ilânından günümüze Türkiye'de siyasetin ve eğitim politikalarının sanat eğitime etkisi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 213-242. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

Impact of political issues on Türkiye's contemporary art of education dating back to proclamation of the republic

Abstract

The aim of in this study, this historical initiative identifies the art education policies of various political powers, focusing on the different decisions and practices enacted, from the Republic to the present, with a view to better understanding the cyclical relationship between art education and politics, the advantages as well as drawbacks of said relationship, and how to better implement successful art education policies today. Patterns were identified via qualitative research design, specifically the “document analysis method”. In order to identify patterns of development in art education in Türkiye, between the years of 1923 to 2020, a wide variety of sources were utilized. Data was amassed from the following: MEB Announcements Journals; National Education Councils; MEB Board of Education and Discipline Reports; Government Programs; Development Plans; official and special reports; theses on art education, general. Collected data was then interpreted and codified according to the Descriptive Analysis Method. It is observed that every change in politics is reflected in the education system, and this reflection in the education system directly affects arts education. When the literature is searched; although there are many studies on art, politics and education that are related separately or differently; No research has been found on the interaction of art education and politics. This research; It is thought that it is original in terms of presenting suggestions for today's policies and will contribute to the field.

Keywords: Education, Art education in Türkiye, Educational policy, Sciences, Visual arts.

GİRİŞ

Eğitim, istenilen davranış ve düşünüş biçimlerinin sistematik şekilde bireylere aktarılması yoluyla amaçlanan kazanım düzeyidir. Ayrıca Eğitim, bireylerin toplumda yaşam sürmeleri için gerekli bilgi, yetenek ve pratikleri edinmelerine katkı sunan, anlayış geliştirme ve kişiliklerinin oluşmasında etkili, okul veya okul dışında durumu doğrudan veya dolaylı kolaylaştıran bir süreçtir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2020). Bu süreçte toplum ve medeniyetler, biçimlenmekte, yeniden yapılanmakta ve kültürel donanımını zenginleşmektedir. Eğitim, “aydınlanma peşinde koşmak; bağımsız düşünmeyi, özgürlüğü, eşitliği, karşılıklı sevgiyi, saygıyı ve işbirliğini, insanın aklını her konuda kamu önünde açıkça kullanabilmesini” (Kaplan, 2013, s. 393) sağlamaktadır. Eğitim aracılığıyla gelişen insan estetik duyarlılık/estetik bakış açısına gereksinim duymuştur. Yaşamı boyunca yaratıcılıkla iç içe olan toplumlar ilkel insanların mağaralara yaptığı resimlerden, kullanılan eşyalardan aletlere, çanak çömleklerden taş işçiliklerine kadar estetik kaygı geliştirmişlerdir (Moran, 2018). Bu estetik kaygıyla insanlığın var oluşundan beri kendisini bulduğu sanatı, yeniden yapılandırdığı ve estetize ederek ortaya koyduğu ürünler toplamı olarak adlandırmak mümkündür.

Eğitim ve sanat sözcüklerinin birleşmesinden ortaya çıkan sanat eğitimi aracılığıyla insanlar, buldukları kültürün alt değerlerini keşfederek çevrelerinde farklı bakış açılarının gelişmesine fayda sağlamaktadırlar. Ünver (2016); sanat eğitimi alan bireylerin toplumsal sorunlara karşı daha duyarlı olduğunu klasik eğitimdeki edilgen yapıyı ileriye dönük dinamikleriyle ötelediğini ifade etmektedir. Sanat eğitiminin toplumsal sorunlara karşı düşünce geliştiren insanlar yetiştirdiği sürece siyasetle etkileşim içinde olduğunu ifade etmek mümkündür.

Siyasiler ülkeyi yönetirken aldıkları kararlarla eğitim sistemini etkilemekte, Devlet politikalarının değişmesi eğitimin de güncellenmesini gerektirmektedir. Ülkemizde Cumhuriyet'ten günümüze sanat eğitimiyle ilgili pek çok gelişme yaşanmıştır. Bu gelişmelerden en önemlisi özenle seçilen bireylerin devlet desteğiyle yurtdışına gönderilmesidir. Devlet desteğiyle yurtdışına gönderilenler yurda döndüklerinde sanat eğitimine katkıda bulunmuşlardır. Türkiye'de 70'li yıllarda başlayan hareketlilik 80'li yıllarda yönetime el koyan siyasi yapı ile değişmiş, Resim, Müzik gibi sanat derslerinin haftalık ders saati sayısını azaltmış, din derslerini ise zorunlu dersler kapsamına alınmıştır (Tunç, 2009). Sanat derslerinin saatinin azaltılması; sanat anlayışının gelişmesi ve ilerlemesinde fayda sağlayamamış, bu süreçte yeni sanatçıların ortaya çıkmamasıyla da bu dönemden verim elde edilememiştir. 90'lı yıllara gelindiğinde sanat eğitiminin programlara dâhil edilmesi ve daha fazla önemsenmesi gerektiği gündeme gelmiştir. Alınan bu karar, 90'lı yılların sanat eğitimine tekrardan gereken özenin gösterilmesi ve bu eğitimin hazırlık aşamalarını hayata geçirme gayretlerinden dolayı olumlu olarak nitelendirilebilmektedir. 2010 yılında ise sanat eğitime yönelik alınan olumlu kararlara rağmen ders saatlerinin düşürüldüğü gözlenmektedir.

Cumhuriyet'ten günümüze kadar geçen süreç içerisinde sanat eğitiminde pek çok değişim yaşanmış, bir istikrar sağlanamamıştır. Ülkemizde endüstrileşme sürecinin yaşanmaması sanat alanındaki koşulları ve gereksinimleri de etkilemiştir. Sanat eğitimindeki değişimler ve gelişimler bu sebeple Batı'dan farklı zamanlarda ve farklı koşullarda oluşmuştur (Kırıçoğlu, 2019). Günümüzde de sanata gereken değer verilmediğini ifade etmek mümkündür. Bu geçerliliğin ortadan kaldırılabilmesi için gerekli hükümet planlamalarının yapılması, bu düzenlemelerin bir yasa hâline getirilmesi ve eğitim

kurumlarınca uygulanması gerekmektedir. Ancak bu sayede, sanat eğitiminin, istenilen ve beklenen dereceye çıkacağı ve toplumun da bu doğrultuda olumlu yönde bir değişim gösterebileceği ön görülmektedir.

Literatür incelendiğinde; sanat, siyaset ve eğitim üzerine, ayrı veya farklı ilişkilendirilen pek çok araştırma bulunmasına karşın; sanat eğitimiyle siyasetin etkileşimi üzerine 1923'ten 2021 yılları arasında tüm eğitim kademelerini kapsayan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Kurtuluş (2000), "Türkiye'de Sanat Eğitimi Tarihi (1950-1999), genel eğitimde ve öğretmen yetiştiren kurumlarda resim/resim-iş bölümleri ve dersleri" isimli araştırmasında sanat eğitimi tarihinin 1950-1999 yılları arasını incelemiştir. Terzi (2008) "12 Eylül 1980 Sonrası Sanat-Siyaset İlişkisi ve Plastik Sanatlara Etkisi" isimli araştırmasında 12 Eylül öncesi ve sonrası Türk sanatındaki değişiklikleri, Yılmaz (2014) ise "1980'li Yıllarda Türkiye'de Sanat ve Siyaset İlişkisi" isimli araştırmasında 1980'li yıllardaki kurumlar, eğitim ve yapıtlar gibi durumların değişimini incelenmiştir. Cihaner Keser (2014) ise "1980 Sonrası T.C. Kalkınma Planlarında ve Hükümet Programlarında Kültür, Sanat ve Eğitim Politikaları" isimi araştırmasında 1980 sonrası yedi adet kalkınma planı ve 18 adet hükümet programı incelemiştir. Kuru ve Kakan (2020), "Hükümet Politikalarında Kültür ve Sanat Eğitimi (1938-1950)" isimli araştırmalarında 1938-1950 yılları arasında kurulan hükümetlerin programlarında kültür ve sanat konularının nasıl ele alındığını o dönemde kurulan sekiz hükümet ile sınırlandırılarak incelemiştir. Kakan (2021) ise "Türkiye'deki hükümet politikalarının sanat eğitime etkisi (1980-2019)" isimli araştırmasında, 1980-2019 yılları arasındaki ortaöğretim kademesine yönelik gelişmeleri incelemiştir.

Bu araştırmada, Cumhuriyet'ten günümüze siyasi iktidarların sanat eğitimi politikalarını, aldıkları kararları ve uygulamaları incelemek, sanat eğitimiyle siyasetin birbirleriyle olan döngüsel ilişkilerini ve bu ilişkinin olumlu-olumsuz yanlarını tespit etmek ve günümüzdeki durumuna öneriler sunmak amaçlanmıştır. Araştırmanın; günümüz politikalarına öneri sunması açısından özgün olduğu ve alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda; 1923'ten 2020'ye kadar ki yasal düzenlemeler, hükümet programları, kalkınma planları, Millî Eğitim Şûraları ve müfredat değişiklikleri sanat eğitimi özelinde incelenmiştir.

Alt amaçlar:

1. 1923'ten 2020'ye kadar geçen sürede yasal düzenlemelerin sanat eğitimiyle ilgili hükümleri nelerdir?
2. 1923'ten 2020'ye kadar geçen sürede hükümet programlarında sanat eğitimiyle ilgili hedef ve politikalar nelerdir?
3. 1923'ten 2020'ye kadar geçen sürede kalkınma planlarında sanat eğitimiyle ilgili alınan önlemler ve belirlenen hedefler nelerdir?
4. 1923'ten 2020'ye kadar geçen sürede Millî Eğitim Şûralarında sanat eğitimiyle ilgili alınan kararlar nelerdir?
5. 1923'ten 2020'ye kadar geçen sürede sanat eğitimi programlarında müfredatlarında nasıl değişimler görünmektedir?
6. 1923'ten 2020'ye kadar geçen sürede sanat eğitimine ilişkin nasıl bir değişim görülmektedir?

YÖNTEM

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın deseni “araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini” (Yıldırım ve Şimşek, 2005, 187) kapsayan doküman analizi diğer bir adıyla doküman incelemesi yöntemiyle oluşturulmuştur.

Araştırmada; hükümet programları, kalkınma planları, “MEB Tebliğler Dergileri, “Millî Eğitim Şûraları, “MEB Talim ve Terbiye Kurulu” raporları, resmî ve özel raporlar, sanat eğitimi, eğitim veya siyaset üzerine yazılan tezler ve makaleler, gazete haberleri, konuyla ilgili yazılan kitaplar ve kaynaklar gibi materyallerin tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu kaynaklardan elde edilen veriler yayın etiği ilkelerine göre düzenlenmiştir.

Araştırmada; doküman analiziyle toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu analizde hedef, ulaşılan bulguları düzenleyip yorumlayarak okuyucuya sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu amaçla bulgular önce sistematik olarak betimlenip, yorumlanmış, neden-sonuç ilişkileri incelenmiştir. Bu bağlamda öncelikle çerçeve oluşturulmuş ve oluşturulan çerçeveye göre temalar işlenip

tanımlanmıştır. Yıl aralıklarıyla oluşturulması planlanan temalar son aşamada yorumlanmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu başlığı altında sanat eğitimi ve siyaset etkileşimi incelenmiştir. İnceleme yıllara göre dört başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklardaki yıl aralıkları 1923-1960, 1960-1980, 1980-2000, 2000-2020 olarak belirlenmiştir.

1923-1960 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset

Sanat eğitiminin Türkiye'deki gelişimini incelerken 1923'le başlayan keskin bir değişim olmadığını, Cumhuriyet Dönemi'nin, Osmanlı Dönemi'nde başlatılan alandaki modernleşmenin devamı niteliğinde olduğunu ifade etmek mümkündür. Sanat alanındaki batılılaşma etkisi Fatih Sultan Mehmet döneminde İtalyan ressamın İstanbul'a gelmesiyle kısa süreliğine de olsa başlamış ve bu etki Lale Devri'nde görünür olmuştur. 1923'ten önce de batılı anlamda modernleşme için girişimlerde bulunulmuş ve Resim derslerinin müfredat programına alınması için gerekli hazırlık denemeleri yapılmıştır. III. Selim döneminde "Mühendishane-i Berri Hümayun"un açılması ve II. Mahmut döneminde açılmış olan "Mekteb-i Harbiye"de Resim derslerinin müfredat programlarına alınmış olması bu ifadeyi desteklemektedir (Ayvazoğlu, 1989). Açılan bu okullar sosyal anlamdaki toplumsal gelişmelerden ziyade askeri anlamdaki kişisel ve toplumsal ilerlemeler modelinde uygulanmıştır. "Bu okullarda; daha çok askeri amaçlarla yeni resim teknikleri öğretilmiş, böylece batı perspektif kuralları ile ışık-gölge uygulaması resim eğitimi programı içine dâhil edilmiştir" (Özdemir, 1997, 115). 1882'de İstanbul'da kurulan "Sanayi-i Nefise Mektebi" güzel sanatlar eğitiminde oldukça önemli bir yere sahiptir. "Sanayi-i Nefise Mektebi" ile öğrenciler eğitim için yurt dışına gönderilmiştir. Bu öğrenciler Doğu ve Batı resim tekniklerinin nasıl harmanlanabileceği üzerine araştırmalar yapmıştır. Ayrıca bu harmanlamanın hangi tekniklerle açığa çıkarılabileceği ve bunun mevcut yapıya nasıl uyarlanabileceği üzerine çalışmalarda bulunmuşlardır. 1908 sonrası eğitim almak için Avrupa'ya gönderilen öğrencilerin 1914'ten sonra devlet kadrolarında görev aldıkları görülmektedir. Dilmaç (2009)'ın aktardığına göre, Avrupa'da eğitim gören sanatçılar ülkeye döndüklerinde bilgilerini ilkökul seviyelerine uyarlayarak çocuklara

sanatı sevdirmeye çalışmışlardır. Öğrendikleri Batı tekniklerinin Cumhuriyet eğitimine uyarlanabilmesi için gerekli zemini oluşturarak, sanat eğitimi vermeyi kendilerine amaç edinmişlerdir. Cumhuriyet'i dünya medeniyetleri düzeyine taşımak ve çağdaş eğitimin temellerini atmak için mücadele etmişlerdir. Toplumun her kesimine hitap etmeyi amaçlayan bu faaliyetler Cumhuriyet Dönemi ve sonrasındaki sanat eğitiminin gelişmesine katkı sağlamıştır.

Yurtdışından gelen aydınların çalışmalarının sistematik ve düzenli olarak işleyebilmesi için hükümet tarafından sanat eğitimi politikaları yeniden gözden geçirilerek bu yapının daha sağlam temeller üzerine kurulması için gerekli çalışmalarda bulunulmuştur. Bu amaç ve hedefler kapsamında uygulamaların ve programların başarıya ulaştığı görülmüştür. “08 Kasım 1937’de Güzel Sanatlar Akademisi’nde yaşanan olumlu değişimlere ve Avrupa’da sanat eğitiminde yetkin kurumlara öğrenci gönderilmesine devam edileceğini belirtilmiştir” (Dağlı ve Aktürk, 1988a). 17 Mart 1943’te Güzel Sanatlar Akademisi’nde öğrenim gören öğrenci sayısının on yıl içinde yükseldiğinden bahsedilmektedir (Dağlı ve Aktürk, 1988a). 14 Ağustos 1946’da açıklanan hükümet programında yeni kanun tasarısı oluşturulacağından ve bu kanun tasarısıyla yeni tiyatro binalarının inşa edileceğinden ayrıca güzel sanatların çeşitli alanlarında da yeni kurumların oluşturulacağından söz edilmiştir (Dağlı ve Aktürk, 1988a). Aynı dönemde John Dewey’nin, “Türkiye Eğitim Maarifi Hakkında Rapor” kapsamında yurt dışı ve yurt içinden uzmanların hazırladıkları program ve uygulamalar doğrultusunda eğitim sisteminin yeniden düzenlenmesiyle eğitimde başarıya ulaşılmıştır. Bu durum sanat eğitimini de olumlu yönde etkilemiştir (Altınkurt, 2005). Tüm bu olumlu gelişmelerin ardından geleneksel yaklaşıma dönüş başlamış ve 1949’a kadar Resim dersi saatleri azaltılarak bir saate düşürülmüştür.

1923-1960 yılları arasına denk gelen dönemde toplanan şûralardan, “I. Millî Eğitim Şûrasında (17-29 Temmuz 1939) sanat, resim ve görsel sanatlar kelimelerine rastlanmamasına rağmen (MEB, 1939) “II. Millî Eğitim Şûrasında (15-21 Şubat 1943) liselerde Sanat Tarihi dersinin programa alınması gündeme getirilmiş ve bu öneri Şûra’da kabul edilmiştir (MEB, 1943). Bu karara rağmen Sanat Tarihi dersinin liselerin ders programına 1952’de alındığı görülmektedir (Altuner, 2008). 1952’ye kadar yapılan “III. ve IV. Millî Eğitim Şûralarında Sanat Tarihi dersinden bahsedilmediği fakat “III. Millî Eğitim

Şûrasında (02-10 Aralık 1946) “Erkek Sanat Ortaokulları ve Endüstri Program ve Yönetmeliği” (MEB, 1946)’nin yeniden düzenlendiği görülmüştür. “IV. Şûrada (23-31 Ağustos 1949)” ise Beden Eğitimi ve Resim Öğretmenliği branşlarının birbirinden ayrılması gerektiği ve öğretmen yetiştiren kurumların branş ihtiyaçlarına göre yeniden düzenlenmesi bu düzenleme doğrultusunda müfredat programlarının da güncellenmesi gerektiği karara bağlanmıştır (MEB, 1949). Ayrıca bu Şûra’da “Öğrencilerin hayata atılımları, meslek okullarına gitmeleri, liseye devam etmeleri hâllerinde kendilerine gerekli olan bilgi ve becerilerin kazandırılması” (MEB, 1949) kararları alınmıştır.

Kırıçoğlu (2019); 1940’lı yıllarda Resim dersinin amacının öğrenci odaklı yaklaşıma kaydığını belirtmektedir. Türkiye’de sanatın yaygınlaşmasında bu yıllarda açılan Köy Enstitüleri’nin yeri de oldukça önemlidir. Köy Enstitüleri’ne dönemin Millî Eğitim Müdürü Hasan Ali Yücel ve İlköğretim Genel Müdürü İsmail Hakkı Tonguç’un önemli katkısı olmuştur. Tonguç’un yazdığı “Resim-Elişleri ve Sanat Terbiyesi”, “Resim Eğitimi Tarihi” ile “İş ve Meslek Eğitimi” kitapları alan için oldukça önemlidir.

Köy Enstitüleri’nde uygulanan sanat eğitimi programının yaşamın tüm sosyal alanlarında etkili olduğunu ifade etmek mümkündür. Program doğrultusunda uygulanan Resim dersleri diğer beşerî bilimlerle de koordineli ilerlemiş ve birbirleriyle iletişim hâlinde yürütülmüştür. Köy Enstitüleri’nde yürütülen programda sanat eğitime verilen önem tüm toplumu etkileyen bir yaşam tarzına dönüşmüştür (Ülkü, 2008).

Köy Enstitüleri’nin 1954’te kapatılmasıyla birlikte eğitim süreci Köy Enstitüleri’nin devamı niteliğinde oluşturulan öğretmen okullarında yürütülmeye çalışılmıştır. Altınkurt (2005)’un aktardığına göre, mezun olan öğretmenlerin sanat alanında oldukça yetkin oldukları, resim yapabildikleri ve en az bir çalgı aleti çalabildiklerini ifade etmek mümkündür. Siyasi ortamın değişmesiyle birlikte ilk yıllardakine oranla sanata ve sanat eğitime verdikleri önemin 50’li yıllardan sonra azaldığı görülmektedir. Bu önemin azaltılmış olmasına rağmen 1952’ye kadar liselerde yer almayan sanat dersleri 1952 sonrası 2 saat seçmeli Resim veya Müzik dersleri olarak uygulamaya koyulmuştur. Bu 2 saatlik dersin biri 1956’da Sanat Tarihi dersi olarak değiştirilmiş, 1957’den sonra ise Sanat Tarihi dersi edebiyat bölümleri için zorunlu hâle getirilmiştir (Deroğlu, 2017, 59). Liselerdeki bu gelişmeleri sanat eğitimi açısından yetersiz olsa da olumlu gelişmeler olarak

değerlendirmek mümkündür. Ayrıca 22 Şubat 1956'da "Güzel Sanatlarda Fevkalâde İstidat Gösteren Çocukların Devlet Tarafından Yetiştirilmesi Hakkındaki Kanun" adıyla çıkartılan kanun da olumlu gelişmeler arasındadır.

"V. Millî Eğitim Şûrasında (04-14 Şubat 1953) sanat eğitimi alanında alınan bir karara rastlanmamasına karşın, "VI. Millî Eğitim Şûrasında (18-23 Mart 1957) sanat enstitülerinin birinci dönemlerinin ilk iki sınıfında öğrencilerin gelişim özellikleri dikkate alınarak atölye derslerinin azaltılması ve sanat enstitülerin bazı bölümlerine kız öğrenci alınması karara bağlanmıştır. Enstitü kısımlarının öğrenim süresini 2 yıldan 3 yıla çıkartılarak bu okulların sanat lisesine dönüştürülmesine karar verilmiştir (MEB, 1957).

Özsoy (2015)'un aktardığına göre, 07 Ekim 1957'de yayımlanan Tebliğler Dergisinin 976. Sayısında, liseler için hazırlanan yeni Resim dersleri programında İsmail Hakkı Baltacıoğlu'nun geliştirdiği prensiplere zenginleştirilerek yer verilmiştir. 1959 yılına gelindiğinde dikkate değer iki karar karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan biri güzel sanatlar akademilerine artık seçme sınavıyla öğrenci alınması, diğeri ise bu akademilerin öğrenim sürelerinin beş yıla çıkarılmasıdır. Bu süre 1974'te tekrar dört yıl olarak uygulamaya konulmuştur. Kırıçoğlu (2019); Cumhuriyet Dönemi'nin ilk yıllarının sanat eğitiminin gelişimi açısından çok önemli olduğunu fakat sonrasında kurumsallaşma eksikliğinden ve politik nedenlerden kaynaklı olarak bu durumun geliştirilemediğini belirtmektedir. Bu durum sanat eğitimi üzerinde olumsuz etkiler bırakmıştır.

1960-1980 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset

Türkiye'nin 1960-80 yılları arasındaki döneminin sanat eğitimindeki gelişmeleri incelendiğinde 1960 ihtilali sırasında yaşanan kargaşanın sanat eğitimini etkilediği gözlenmektedir. Kırıçoğlu (2019), 60'lı yılların başından "altın yıllar" olarak bahsetse de 60'lı yılların sonuna gelindiğinde Deroğlu'nun (2017) aktardığına göre, öğrenci merkezli uygulanan sanat eğitimi görüşü yerini disiplin merkezli yaklaşıma bırakmaya başlamıştır. Bu yıllarda yaşanan siyasal alandaki tutarsızlıklar tüm eğitim sistemini etkilemiş, alınan kararlar doğrudan sanat eğitimi politikalarına da yansımıştır. Bu dönemin başlarında MEB Güzel Sanatlar Komitesi'nin hazırladığı raporda Alakuş (2003)'un aktardığına göre, "Resim derslerinin alanda yetkin olmayan sınıf öğretmenlerince verildiği, bu öğretmenlerin derse bakışlarına göre sınıflandırılarak analizlerin yapıldığı, dersin amaçları dışında yedek

ders mantığıyla kullanıldığı ve buna teftiş sisteminin de engel olamadığı, estetik ve pedagojik kriterlere dikkat edilmediği ve derse gereken önemin verilmesinin sağlanmasında okul-aile işbirliğinde de diyalog ve bilgilendirme eksiklikleri bulunduğu” belirtilmektedir. Alanında yetkin olmayan kişiler tarafından yürütülmeye çalışılan bu uygulamada kullanılan metotlar oldukça olumsuz sonuçlara neden olmuştur. Altınkurt (2005)'ün aktardığına göre, alınan karar doğrultusunda Resim Öğretmenliği branşında yaşanan bu eksiklik farklı okullardan mezun olan ve alanda yetkin olmayan öğretmen adaylarıyla kapatılmıştır. Yaşanan olumsuz gelişmelere ek olarak “VII. Millî Eğitim Şûrasında (05-15 Şubat 1962) sanat enstitülerinin iki yıldan üç yıla çıkartılması gerektiği kararı alınmış, fakat uygulamaya 1966-1967 eğitim-öğretim döneminde başlanmıştır. Bu şûrada “dünyanın her tarafında yayılmakta olan modern resim eğitiminin gerçek anlamda ele alınamamış ve öğretimdeki esas rolün yeteri kadar anlaşılammış” olduğu sonucuna varılmıştır (MEB, 1962).

1963-1968 yılları arasını kapsayan ve ilk kez hazırlanan I. Beş Yıllık Kalkınma Planında sanat eğitimiyle ilgili Batı'nın sanat anlayışının yurda, Türk sanat anlayışının da dünyada tanıtılması, plâstik ve fonetik sanatlar alanında eleman yetiştirilmesi gibi hedeflerle güzel sanatlara önem verilmesinin gerektiğinden bahsedilmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı [DPT], 1963). II. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1968-1972) ise “Eğitimden beklenen genel ve özel faydaların sağlanması amacıyla, bütün eğitim kademelerinde öğretim programları, eğitimde iş ilkesini gerçekleştirecek yönde ve yeterli bir beden ve sanat eğitimi programı ile desteklenerek düzenlenecektir” (DPT, 1968, s. 159) ifadesine yer verilmiştir. Bu maddeden eğitim programlarında düzenlemeler yapılacağı anlaşılmaktadır. Bu düzenlemeler dâhilinde III. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1973-1977) temel eğitim süresi sekiz yıla çıkarılmış ve bu kapsamda “teknik, sanat, tarım konularına ağırlık verilecek, eğitim süresince bireylere yeteneklerine göre bilgi ve bir ölçüde beceri kazandırarak mesleğe ve bir üst eğitim kademesine yöneltecek, ayrıca bu düzenlenen programlarda öğrencilere ezbercilik yerme, inceleme ve doğru düşünce alışkanlıkları kazandırmak esas olacaktır” (DPT, 1973, 744) ifadesine rastlanmıştır. Meslek edindirmeye yönelik bu anlayış, Başbakan Süleyman Demirel'in “I. Demirel Hükümet Programı Konuşmasında (03 Kasım 1965) da vurgulanmıştır. Bu konuşmada, “meslek okullarından mezun olan öğrencilerin yeteneklerine göre üniversite ve yüksekokullara devam edebilmelerini fırsat

eşitliği sağlamak amacıyla pozitif olanaklar tanınacağına ve meslek okulları programlarının bu amaç doğrultusunda yeniden düzenleneceği”ni belirttiği meclis tutanaklarında görülmüştür (Neziroğlu ve Yılmaz, 2013a). Bu kararın gerçekleşmesi durumunda sanat okulu mezunlarının üniversiteye girişlerinin kolaylaşacağını ifade etmek mümkündür.

Demirel hükümeti II. Program konuşmasında ise güzel sanatlar eğitimiyle bağlantılı sayılabilecek; dünya düşünce tarihine hizmet eden eserlerden oluşan ve önceki dönem çalışmaya başladıkları Bin Temel Eser isimli seriyi ilerleyen süreçte tamamlamayı düşündüklerini belirtmiştir. Ayrıca Türkiye’deki tarihi ve turistik bölgelerin arkeolojik değerlerini ön plana çıkaracak müzeler açmayı ve bu değerleri tüm dünyaya tanıtmaya çalışacaklarını ifade etmiştir (Dağlı ve Aktürk, 1988b). Daha sonra 09 Mart 1970’te yine Başbakan Süleyman Demirel “Eğitim sistemimizde hedef ve metotların, bugünün ve yarının ihtiyaçlarına göre geliştirmesi ve gençliğin yetiştirilmesi ile birlikte, millî kültürümüzün ve tarihi değerlerimizin korunması ve yaşayan nesillere tanıtılması, kültür ve sanat alanında yaratıcı faaliyetlerin teşviki: Hükümetimizin üzerinde önemle duracağı konulardır” (Dağlı ve Aktürk, 1988b, 183-184) ifadesini kullanmıştır. I. Demirel Hükümeti Programında (1965) geçen “Meslek okullarında orta öğretimlerini tamamlayanların kabiliyetlerine göre üniversite ve yüksekokullara devam edebilmelerini fırsat eşitliği bakımından imkân veren gerekli tedbirler alınacak” vaadi VIII. Millî Eğitim Şûrasında uygulamaya alınmıştır. Ayrıca şûrada “Yükseköğretime geçişin yeniden düzenlenmesi” (MEB, 1970) kararı alınmıştır. “14.06.1973 Tarihli Millî Eğitim Temel Kanunu”nda da güzel sanatlarda yetenekli olan öğrenciler için ilk ve orta öğretim seviyelerinde okullar açılacağından bahsedilmiştir. Bu kanunun çıkarılmasından kısa bir süre sonra “IX. Millî Eğitim Şûrasında (24 Haziran-04 Temmuz 1974) seçmeli dersler başlığı altında ortaokullarda “Resim çalışmaları spor faaliyetleri ve millî oyunlar”, liselerde ise “Sanat Tarihi” ve “Resim Çalışmaları” dersleri eklendiği görülmektedir (MEB, 1974).

Eğitim kurumlarına yönelik alınan kararların haricinde Başbakan Bülent Ecevit, I. Ecevit hükümeti (01 Şubat 1974) programında; ülkenin en uzak yerlerine de kültür sanat faaliyet ve etkinliklerinin yayılmasının sağlanacağından bahsedilmiştir. Ayrıca kültür ve sanatla ilgili kurum ve kuruluşların işlevselliğinin artırılması, böylece sanatın halkın tüm kesimlerine hitap edeceği ve tüm kesimlerin faydalanabileceği şekilde gelişmesinin

sağlanacağı belirtilmiştir (Dağlı ve Aktürk, 1988b). Yaşanan olumlu gelişmelerden bir diğeri de 70'li yıllarda yurtdışına öğrenim için öğrenci gönderilmesidir. Bu öğrencilerin Türkiye'nin sanat-siyaset ilişkisinin başlamasına sebep olduğunu ifade etmek mümkündür. Ayrıca 70'li yıllarda yaşanan kargaşa için, gönderilen öğrencilerin Paris öğrenci olaylarından etkilendiğini ve bu etkinin ülkemizde siyasetle sanatın çatışmasına sebep olduğu düşünülmektedir (Bozdağ, 2015).

1980-2000 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset

Başbakan Bülend Ulusu'nun, 27 Eylül 1980'deki hükümet programı konuşmasında "Millî kültür ve sanat değerlerimizi modern ilim zihniyeti ve metotlarıyla işleyerek, önce milletimize yaymak ve ayrıca millî değerlerimizi diğer milletlere tanıtmak için ciddi faaliyetlere girişilecektir" (Dağlı ve Aktürk, 1988c, s. 19) ifadesine rağmen askeri yönetimin aktif rol oynadığı 80'li yıllarda sanata ve özelinde sanat eğitime karşı tutumunun sert olduğu ifade etmek mümkündür.

Askeri yönetim döneminde (1980) Cumhurbaşkanlığı görevini yürütmekte olan Kenan Evren'in uluslararası bir sergiden ahlak dışı olması gerekçesiyle uygunsuz bulunduğu bir eseri kaldırdığı, aynı şekilde dönemin Ankara Belediye Başkanı Süleyman Önder'in aynı gerekçeyle bir heykele tükürüp "Ben böyle sanatın içine tükürürüm" dediği ve Türk halk müziğinin önemli ozanı Ruhi Su'nun sağlık problemlerinden dolayı yurt dışına çıkması gerekirken, muhalif olduğu gerekçesiyle yurtdışına çıkmasına izin verilmeyerek ölümüne neden olunması gibi olaylar sanata karşı sergilenen sert tutuma örnek gösterilebilmektedir (Tunç, 2009). Artun (2015)'un aktardığına göre, İstanbul Resim ve Heykel Müzesi yöneticilerinden Yusuf Taktak'ın öncülüğünde açılan bir sergiden Zühtü Müridoğlu'na ve Sabri Berkel'e ait eserler dönemin Cumhurbaşkanı Kenan Evren tarafından kaldırılmıştır. Adnan Çoker'in bir eserini de Mimar Sinan Üniversitesi rektörlük odasından kaldırmıştır. Ayrıca 1986'da Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilen I. Asya Avrupa Bienali'nde katılımcı olan Polonyalı sanatçı Eugeniusz Markowski'ye ait eser Kenan Evren'in ifadesiyle -eserin insanı kusturacak kadar iğrenç- olması gerekçesiyle sergiden kaldırılmıştır (Artun, 2015). Askeri yönetiminin sanatı ve özelinde de sanat eğitimini olumsuz etkilediğini bu durum 90'lı yıllara kadar devam etse de 80'li yılların sonuna doğru olumlu örneklerle de rastlanmak mümkündür. 04.11.1981'de yayınlanan 2547 Sayılı Yüksek Öğretim Kanunu'nda

“Yükseköğretim Kurulunca belirlenecek usul ve esaslara göre, belli sanat ve spor dallarında üstün kabiliyetli olduğu tespit edilen öğrenciler ile Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumunca tespit edilen uluslararası bilimsel yarışmalarda ödül kazanan öğrenciler, ilgili dallarda eğitim yapmak kaydıyla yükseköğretim kurumlarına yerleştirilebilir” (Yükseköğretim Kanunu, 1981) ifadesi kullanılmıştır. Ayrıca bölümlerde işlenecek sanat dersleri bu kanunla düzenlenmiştir. 80’li yıllarda yaşanan diğer bir olumlu gelişme de Başbakan Turgut Özal’ın “I. Özal Hükümeti Programı (19 Aralık 1983)” konuşmasında “Kültür ve sanat, milli değerlerin korunmasında ve gelişmesinde olduğu kadar, milletlerarası ilişkilerde de yakınlaşma ve dayanışmanın temel unsurudur... Milletimizin sosyal ve kültürel hayatında önemli rolü olan edebiyat, musiki, resim, folklor, sinema ve tiyatrunun geliştirilmesi, kültür, sanat ve eğitim politikamızın ana hedefi” olduğunu belirtmesidir (Dağlı ve Aktürk, 1988c, 55). Ayrıca Özal, okul dışında da kültür sanat faaliyetlerine önem verileceğini belirtmiştir.

Kültür sanat faaliyetlerine önem verilmesi ve plastik sanatlar alanında yeteneklerin ortaya çıkarılması için eğitim olanaklarının devletçe geliştirilmesi IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1979-1983) da öngörülmüş fakat gerçekleştirilememiştir. İlgili planda alınan kararlar incelendiğinde yetenekli çocuklara devletçe eğitim olanakları sağlanacağı belirtilmektedir. İlgili planda ayrıca kültür ve sanat etkinliklerinin ve ilgili kuruluşların yurda dengeli dağılması, gençlerin etkinliklere etkin katılımı ve öğrenci yurtlarının da devletçe bu koşullara uygun hâle getirilmesi kararları alınmıştır (DPT, 1979). Millî bütünlüğün ve dayanışmanın pekiştirilmesinde kültür ve sanatın önemine değinilen V. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1985-1989) da eğitim ve öğretimin hayata dönük olması ve niteliğinin artırılmasından bahsedilmektedir. Bu programın uygulanmasıyla ülkenin tüm bölgelerine sanat eğitiminin de ulaşacağı öngörülebilmektedir. Alınan kararlar arasında müzelerin eğitime açılması; müzelerde seminer, konferans ve sergi düzenlenerek eğitime destek verilmesi, okul dışı sanat faaliyetlerinin desteklenmesi, “üstün ve özel yetenekli çocukların eğitiminin bir programa bağlanması, eğitimin okul dışında da sürdürülmesine” (DPT, 1984, 142) yönelik kararlar da bulunmaktadır. Öğrencilerin yeteneklerine göre eğitim alması ve bu eğitimin salt okulda değil, okul dışında da uygulanması sanat eğitimi açısından olumlu bir gelişmedir.

Bu olumlu gelişmelere ek olarak Talim ve Terbiye Kurulunun (08 Temmuz 1987) kararıyla okullarda yürütülen ders saatlerinin artırılmasına karar verilmiştir. “Seçmeli dersler arasına Resim, Müzik, İhtisaslaşmış Spor ve Bilgisayar dersleri de ilave edilmiştir” (Millî Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı [MEGSB], 1987, 342). Ortaokullarda bir saat olarak görülen Resim derslerine ek olarak seçmeli 2-4 saat Resim dersi eklenmesi olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilmektedir. Dönemin bir diğer olumlu gelişmesi de Anadolu Güzel Sanatlar Liseleri'nin ilkinin 16 Ekim 1989'da İstanbul'un Kadıköy semtinde açılmasıdır. Ayrıca XIII. Millî Eğitim Şûrasında (Ocak 1990) okullarda düzenlenecek sosyal ve kültürel içerikli kurslarda sanat eğitime gereken önem verilmesi alınan kararlar arasındadır (MEB, 1990). Aynı yıl “Türkiye'de Güzel Sanatlar Eğitimi Geliştirme Özel İhtisas Komisyonu” oluşturulmuştur. Bu gelişmeleri sanat eğitimi olumlu olarak değerlendirmek mümkündür. Ard arda yaşanan gelişmelerle sanata verilen değerin artması VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1990-1994) devam etmiştir. İlgili planda, gençliğin okul içinde veya dışında yapacakları kültür sanat etkinliklerinin teşvik edileceği, bu sayede yapıcı ve yaratıcı yönlerinin geliştirilmesinin amaçlandığı belirtilmiştir (DPT, 1989). Öğrencilerin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda yönlendirilmesi için rehberlik faaliyetlerin artırılacağı karara bağlanmıştır. Mesleki yönlendirmeye ağırlık verilip başarısızlıkların azaltılacağı ve sınıfta kalma oranının düşürüleceği öngörülmektedir. Eğitim dışında gerçekleşen sanatsal faaliyetlerin artırılmak istendiği, mahallî idarelerin sanatçılara katkı sağlayacaklarını ve destekleyeceklerini belirtmesinden anlaşılabilir.

Okul içinde ve dışında sanat faaliyetlerinin teşvik edileceği ve millî değerlerin gelecek kuşaklara aktarılması doğrultusundaki kararlara VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planında da değinilmiştir. Kültür Bakanlığı ortaklığıyla düzenlenecek projelerle öğrencilerin erken yaşlarda sanat ve geleneksel el sanatlarıyla tanıştırılacağı ve ilgili tüm sanatların faaliyetlerinin destekleneceği belirtilmiştir. Ayrıca “VII. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1996-2000), zorunlu eğitimin sekiz yıla çıkarılma kararının VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planında gerçekleştirildiği görülmektedir. Yetenek ağırlıklı değerlendirme ve yönlendirme sistemine bu planda da değinilmiştir. Bilgisayar destekli rehberlik yoluyla eğitimin her kademesinde öğrencilerin yeteneklerine göre yönlendirileceği, yükseköğretime giriş sisteminde ilgi ve yetenekler belirlenip, öğrencilerin yeteneklerine uygun programlara yerleştirilmesinin sağlanması amaçlanmıştır (DPT, 2000).

Olumlu gelişmelerin bir diğeri de XII. Millî Eğitim Şûrasında (18-22 Haziran 1988) alınan kararlardır. “Mesleki ve Teknik Ortaöğretimin, hem mesleğe ve iş hayatına eleman ve hem de yükseköğretime öğrenci hazırlayan, endüstriyel eğitim sanat eğitimi ve meslek eğitimi programlarını uygulayan eğitim-öğretim kurumları olarak tanımlanması (Karar 13)” ve “Bir kısım derslerin yabancı dille okutulduğu okullar da dâhil olmak üzere, endüstriyel teknik öğretim programları ile sanat eğitim ve meslek eğitimi programları uygulayan okullarda yönlendirmenin; endüstriyel alanlarda 9. sınıftan, diğer alanlarda ise 10. sınıftan itibaren başlaması (Karar 18)” kararları alınmıştır (MEB, 1988). “Eğitim Fakültelerinin Beden Eğitimi, Resim, Müzik Eğitimi bölümlerine öğretmen lisesinden mezun öğrencilerin ÖSS yetenek sınavı ile alınmaları (Karar 10)” ve “Mesleki Eğitim ve Teknik Eğitim Fakülteleri ile Sanat Eğitimi ve Kız Sanat Eğitimi Yüksekokullarına; Kız Meslek, Endüstri Meslek, Teknik, Ticaret, Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri ile diğer meslek liseleri mezunlarından ÖSS ve Mesleğe Yatkınlık Testi ile öğrenci alınması (Karar 12)” kararları alınmıştır. Ayrıca Öğretim Programları başlığında ise; “Sanat Tarihi, Resim ve Müzik dersleri programlarının; Türk ve İslâm Sanatları Bilgisini de içine alacak ve sanat kültürü kazandıracak şekilde yeniden geliştirilmesi (Karar 19)” karara bağlanmıştır (MEB, 1988). XIII. Millî Eğitim Şûrasında (15-19 Ocak 1990) ise sadece okullarda düzenlenecek kurs programlarına sanat eğitiminin eklenmesi ve sanat eğitimine gereken önemin verilmesi kararı alınmıştır (MEB, 1990). Başbakan Tansu Çiller, “I. Çiller Hükümeti Programı”nı 30 Haziran 1993’te duyurmuş ve programda “Gençlerin yapıcı yaratıcı yeteneklerini ortaya çıkarmak üzere, kişilik, düşünce ve beden yönünden gelişmelerini sağlayacak okul içi ve dışı düşünce, kültür, sanat ve spor faaliyetleri desteklenecektir” (Neziroğlu ve Yılmaz, 2013b, 6761) ifadesini kullanmıştır.

Başbakan Mesut Yılmaz “II. Yılmaz Hükümeti” adına 07 Mart 1996’da yaptığı konuşmasında; öğrencilerin meslek dallarına yönlendirilmesinde yeteneklerine göre daha erken yaşlarda başlanması gerektiğinden ve bu amaçla ortaokul ve lise eğitim programlarının güncelleneceğinden bahsetmiştir (Neziroğlu ve Yılmaz, 2013c). “II. Yılmaz Hükümeti Programı”ndaki cümlenin aynısına 03 Temmuz 1996’da “Erbakan Hükümeti Programı”nda da rastlanmaktadır. XIV. Millî Eğitim Şûrasında (27-29 Eylül 1993); “sanat, resim, görsel sanatlar” kelimelerine rastlanmadığını ve sanatla ilgili karara rastlanmazken, XV. Millî Eğitim Şûrasında (13-17 Mayıs 1996) “Müzik, Resim, Beden Eğitimi ve Din

Kültürü ve Ahlâk Bilgisi derslerinin notla değerlendirilmesine devam edilmelidir (Karar 26)" şeklinde tutanaklara geçirildiği saptanmıştır (MEB, 1996). Neziroğlu ve Yılmaz (2013c)'ın aktardıklarına göre, "V. Ecevit Hükümeti Programı"nın sunan Başbakan Bülent Ecevit 04 Haziran 1999'da güzel sanatların tüm dallarının destekleneceğini ve bu doğrultuda dünyanın farklı ülkeleriyle iletişim hâlinde olunacağını belirtmiştir. Ayrıca üstün yetenekli çocukların eğitim süreçlerinin başlarında keşfedilip, özel ilgi görmelerine çalışılacağını taahhüt etmiştir. XVI. Millî Eğitim Şûrasında (13-17 Kasım 1999) ise ortaöğretim kısmında alınan kararda nasıl bir birey yetiştirilmesi gerektiği tarif edilirken bireyin sanat ve estetik duyarlılığı olması gerektiğinden de bahsedilmiştir (MEB, 1999).

Olumlu gelişmelerin yanında yaşanan olumsuzlukları Altinkurt (2005), her iktidar döneminde farklı politikalar izlenmesine bağlamaktadır. Bu bağlamda askeri yönetim döneminde rastlanan heykele tükürme olayının benzeri, 1994'te yine Ankara'da ve Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek tarafından gerçekleştirilmiştir. Heykeltıraş Mehmet Aksoy'un "Periler Ülkesinde" isimli heykeli "Ahlaksızlığın adını sanat koymuşlar. Ben böyle sanatın içine tükürürüm." diyerek bulunduğu parktan kaldırtmıştır. Heykelin yerine koyulması için açılan dava kazanılarak 11 yıl sonra heykel tekrar yerine koyulmuştur (Erdem, 2005; Sayın, 2017). Altinkurt (2005)'un, iktidarların eğitim üzerinde her dönem farklı politikalar izlediği tespitine, sanat ve özelinde sanat eğitimi üzerindeki politikaların da eklenebileceğini ifade etmek mümkündür.

2000-2020 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset

Dönemin en önemli gelişmesinin eğitimde yapılan müfredat değişikliğidir. Millî Eğitim Bakanı Hüseyin Çelik eğitimdeki problemleri; okullaşma oranı, okulların fiziksel şartlarının iyileştirilmesi, rehberlik sisteminin güncellenmesi, öğretmen niteliklerinin geliştirilmesi, müfredatların döneme uygun hâle getirilmesi olarak ifade etmektedir (Çalışkan, 2004). Müfredat değişikliği; 2004'te, önce altı pilot ilde uygulanmış, 2005'te de tüm Türkiye'de öğrenci merkezli eğitim modeli olarak uygulanmaya başlanmıştır.

Müfredat değişikliği sonrasında 2020'ye kadar eğitim sisteminde yapılan değişiklikler incelendiğinde sanat eğitimiyle ilgili bir maddeye rastlanmamaktadır. Fakat XVII. Millî Eğitim Şûrasında (13-17 Kasım 2006) "Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi ve Spor Lisesi vb. ortaöğretim kurumlarına öğrenci alımı, yetenek ağırlıklı iki kademeli sınavla yapılmalıdır"

kararı alındığı görülmüştür. (MEB, 2006). IX. Kalkınma Planında (2007-2013) ise sınav odaklı sistemin değiştirileceği, yeni sistemde öğrencilerin çok yönlü, süreç odaklı ve ilgi yeteneklerine göre değerlendirileceği, müfredatın güncelleneceği, görsel, işitsel ve sahne sanatları için de uygun ortamlar hazırlanarak geliştirilip destekleneceği belirtilmiştir (DPT, 2006).

Kasım 2010'da XVIII. Millî Eğitim Şûrasında (01-05 Kasım 2010) Görsel Sanatlar derslerine, okul öncesi eğitimden itibaren alan öğretmenlerinin girmesi, sanatsal etkinliklerin artırılması, “İlköğretim düzeyinde Görsel Sanatlar ve Müzik ders saatlerinin yeni öğretim yöntem ve teknikleri de dikkate alınarak artırılması ve zorunlu olması, ilgili derslerde not yerine ‘yeterli, geliştirilebilir’ ifadelerinin” (MEB, 2010) kullanılması kararları alınmıştır.

Kararlar incelendiğinde birçoğunun günümüzde uygulamada olmadığı görülmektedir. 2010 yılının eğitim özelinde değerlendirmesi yapılan Eğitim İzleme Raporu'nda sanat eğitimi alanında alınan kararların olumlu olduğu ve sanat eğitimine verilen öneme katkı sunduğu (Eğitim Reformu Girişimi [ERG], 2010) fakat kararların uygulanmadığı belirtilmiştir. Bu duruma örnek olarak 2010'da uygulamaya koyulan değişiklikle ilköğretim kademesindeki seçmeli sanat derslerinin ders saatlerinin azaltılması gösterilmiştir. 2010'da sunulan bu rapordaki tespitlerin günümüzde de geçerli olduğunu ifade etmek mümkündür. Yapılan değişiklikle birlikte sanat etkinliklerine yönelik ders saatlerinin düşürülmesi olumsuz bir gelişmedir. Sanatla beslenmesi gereken toplumların sanata yönelik ders saatinin düşürülmesi yönündeki adımlar/kararlar sanatsal yaratıcılığının ortaya çıkmasında ve toplumdaki sanat anlayışının gelişmesinin önünde olumsuz bir etki bırakmaktadır. Ayrıca aynı şûrada “Eğitim ortamının sanatta da üstün yetenekli öğrencilere hitap edecek şekilde düzenlenmeli, sanatsal etkinliklerin artırılması kararları alınmıştır” (MEB, 2010).

Günümüze bakıldığında ilk ve ortaokullarda Görsel Sanatlar ders saati haftada bir saat olarak uygulanmaktadır. Ayrıca ortaöğretimde sadece dokuzuncu sınıflarda bu ders görülmektedir. XVIII. Millî Eğitim Şûrasında alınan kararların uygulanması durumunda sanat eğitiminin gelişmesine katkı sunacağını ifade etmek mümkündür. Sanat eğitiminin gelişme göstermesi, yarınlara için yetişen çocukların ruhsal açıdan daha sağlıklı bireyler olmasını sağlaması açısından önemlidir.

Sanat eğitimi özelinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın 08 Temmuz 2011'deki hükümet programı konuşmasında; Türk düşünce dünyasında önemli izler bırakan, halkın belleğinde yeri olan çalışmaların gerek yerelde gerekse tüm dünyada tanıtılması için çaba harcanacağından ve sanatsal çalışmalar yürüten tüm kuruluşlara mevcut durumdan daha fazla destek verileceğinden bahsetmiştir (Neziroğlu ve Yılmaz, 2013d).

XIX. Millî Eğitim Şûrasında (02-06 Aralık 2014); okul öncesi öğrencilerinin yeteneklerinin izlenmesi, İlkokullarda Görsel Sanatlar derslerinin haftada en az iki saat, Ortaokullarda iki saat olması, Ortaöğretimde ise özel yetenekli öğrencilerin eğitime yönelik yeni bir yönetmeliğin oluşturulması ve bu eğitimin okulöncesinden başlaması, Görsel Sanatlar dersi içinde hat ve minyatür gibi geleneksel el sanatlarına yer verilmesi ayrıca bu derslerin Güzel Sanatlar Liseleri programlarına (MEB, 2014) alınması kararı alınmıştır. Bu kapsamda X. Kalkınma Planında (2014-2018) sanat anlayışı ve estetik duyguları güçlü bireylerin yetiştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca temel ve mesleki becerileri geliştirme programı başlığı altında sanat eğitimiyle ilgili yapılması hedeflenen maddeler görülmüştür (DPT, 2013). XI. Kalkınma Planında (2019-2023) ise özel yetenekli öğrenciler için Eğitim Bilim ve Denetleme Kurulu oluşturulacağından, öğrencilerin sanatsal etkinliklere katılımlarının destekleneceğinden ve bu süreçlerin öğrenci üzerindeki etkisinin inceleneceğinden bahsedilmiştir (DPT, 2018).

SONUÇ

Sanat eğitimi, bireylere değerleri aşılması ve onların kültürel donanımını artırarak geliştirmesi açısından önemlidir. Bu eğitim salt birey odaklı olmanın ötesinde geniş açıdan yaklaşıldığında özünde tüm topluma yön verme ve onun gelişimsel ilerlemesini sağlaması amacındadır. Sanat eğitimi vasıtasıyla bireyler eksik olan alanlarını tamamlayarak olgunlaşmaya doğru ilerlemektedir. Yetkin'in (2019) de bahsettiği üzere; sanat eğitimi çocukların yarım değil tam bir birey olarak yetişmesi için önemlidir. Duygularından eksik yetişen çocuk, rasyonel düşüncesi en üst düzeyde gelişmiş olsa bile yarım"dır. Bu bağlamda siyasi otoritenin sanat eğitime gösterdiği önem, gelecek nesillerin durumunu ortaya koyacaktır.

1923-1960 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset Anlayışına Yönelik Tartışma ve Sonuç

Bu dönemde sanat eğitimi ve siyaset ilişkisi incelendiğinde; sanat eğitimi bağlamında en önemli gelişmeler; Sanayi-i Nefise Mektebi ve Köy Enstitüleri'dir. Bu eğitim kurumları, sanat eğitimi için gerekli hazırlıkları yaparak öğrencilere yaratıcılığı benimsetmeye çalışmışlardır. Cumhuriyet'in ilanından sonra, sanat eğitiminin işlevli hâle gelebilmesi için özenle seçilen öğrenciler yurt dışına gönderilmiş ve Batı'nın sanat eğitimi değerleri Türk eğitim sistemine uygulamaya çalışılmıştır. Türkiye'de sanat-siyaset ilişkisinin başlangıcı Paris'e gönderilen bu öğrenciler ve genç sanatçılar olarak görülmektedir. İleriki dönemlerde bu öğrenciler ve genç sanatçılar önemli görevlerde bulunmuşlardır. Bu duruma; İsmail Hakkı Tonguç'un 1940'ta Köy Enstitüleri gibi farklı bir eğitim modeli ortaya çıkarması, İsmail Hakkı Baltacıoğlu'nun geleneksel eğitim dışında farklı modelleri ortaya koyması ve Anadolu'ya sanatı yaymak için birçok sanat eğitimcisinin gönderilmesini örnek vermek mümkündür.

Bu olumlu gelişmelerin ardından sanat eğitimi ders saatleri 1938'de azaltılmış ve 1949'a kadar bir saat olarak verilmiştir. 1952'ye kadar da liselerde sanat eğitimiyle ilgili bir ders bulunmamaktadır. 1950'li yıllarda "sanat yolu ile eğitim" modeli ülke genelinde daha fazla uygulanmaya başlamıştır.

1923-1960 yılları arası yapılan yasal düzenlemeler incelendiğinde; sanat eğitimi doğrudan etkileyen bir kararın olmadığı görülmektedir. Bu durum yeni kurulan Cumhuriyet'in daha çok siyasi yapılanmaları üzerine odaklanmasından kaynaklanmaktadır. Bu dönem hükümet programlarında Güzel Sanatların gelişimi ve öğrenci sayısının yükseltilmesi amaçlanmıştır. Alınan bu kararlar sanat eğitime gereken önemi vermesi ve bu amaca yönelik çalışmalar yapması bakımından olumlu gelişmeler olarak değerlendirilmelidir.

1923-1960 yılları arasında "Millî Eğitim Şûrası" altı kez toplanmış fakat I. ve IV. şûralarda alanla ilgili bir karara rastlanmamıştır. II. Millî Eğitim Şûrasında (15-21 Şubat 1943) lise programlarına Sanat Tarihi dersinin eklenmesi önerilmiş fakat 1952'de müfredat programına alınmıştır. III. Millî Eğitim Şûrasında (02-10 Aralık 1946) "Erkek Sanat Ortaokulları ve Endüstri Program ve Yönetmeliği" yeniden düzenlenerek sanat eğitiminin zeminini oluşturmak amaçlanmıştır. IV. Millî Eğitim Şûrasında (23-31 Ağustos 1949) ise

alınan “Resim-iş branşların ayrı olması ve öğrencileri hayata hazırlamak ve onların kişisel gelişimine katkıda bulunmak gibi” kararların sanat eğitimi bağlamında olumlu gelişmeler olduğunu ileri sürmek mümkündür. VI. Millî Eğitim Şûrasında (18-23 Mart 1957) sanat enstitülerinin bir kısmının sanat lisesi hâline getirilmesi ve öğrenim sürelerinin üç yıla çıkarılması ayrıca bu enstitülere kız öğrencilerin alınması gibi kararlar hem toplumsal cinsiyet hem de sanat eğitimi açısından olumlu adımlardır.

1960-1980 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset Anlayışına Yönelik Tartışma ve Sonuç

Bu dönemde sanat eğitimi açısından olumlu adımlar atıldığı görülmektedir. Bu dönem hükümet programlarında; alınan kararlar kültürel faaliyetleri ve sanatsal zenginliği açığa çıkarma amacı taşıdığından sanat eğitimi bağlamında olumlu gelişmeler olarak değerlendirilebilmektedir. Sanat eğitimi, alınan siyasi kararlarla sistematik olarak yapılandırılmaya çalışılmıştır.

1960-1980 yılları arasında üç kez toplanan “Millî Eğitim Şûraları”nın ilki olan VII. Millî Eğitim Şûrasında (05-15 Şubat 1962) alınan kararlar oldukça kapsamlıdır. Sanat eğitimiyle ilgili ne yapılması gerektiği ve elde bulunan imkânların nasıl kullanılması gerektiğine dair bilgilerin tespit edilmesi olumlu adımlardır. Bu şûra sanat eğitimi açısından dünya konjektöründeki eğitimin Türk eğitim sistemine nasıl uygulanabileceğinin bir çalışması olarak değerlendirilebilmektedir.. Bu Şûra’yı takiben I. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1963-1967) sanat eğitimi bağlamında alınan “sanatın teşviki ve bu alanlarda eleman yetiştirilmesi” kararı da sanat eğitimi açısından olumlu bir adımdır. Bu kararlarla sanat eğitime gereken önem verilerek, bu alandaki gelişmeleri arttırılabilmek mümkündür. II. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1968-1972) ise “öğretim programlarının iş ilkesini gerçekleştirme” ve sanat eğitimi programıyla desteklenmesi yoluyla eğitimin yeniden düzenlenmesi amaçlanmıştır. VIII. Millî Eğitim Şûrasında (28 Eylül-03 Ekim 1970) “meslek okullarında eğitimlerini tamamlayan öğrencilerin yeteneklerine göre yükseköğretim kurumlarına alınması” ve III. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1973-1977) “bireylerin yeteneklerine göre mesleğe hazırlanması, onlara doğru düşünce alışkanlıkları” vermeyi esas alması kararı sanat eğitimi bakımından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilmektedir. Bireyin sanatsal gücünü açığa çıkarmak için onu doğru şekilde yönlendirmek ve o alanda yetiştirmek gerekmektedir.

Bu olumlu gelişmelerin ardından 24 Haziran-04 Temmuz 1974 tarihleri arasında toplanan IX. Millî Eğitim Şûrasında sanat eğitime yönelik kapsamlı kararlar alınmadığı görülmektedir. Ortaokullarda ve liselerde okutturulması düşünülen Sanat Tarihi ve Resim Çalışmaları dersleri sanat eğitimi kararı bağlamında değerlendirilebilmektedir. Bu adımlar olumlu olarak değerlendirilse de sanat eğitimi bakımından yetersizdir.

Genel olarak 1960-1980 yılları arasında politik kargaşaların sanat eğitimi üzerinde olumsuz etkisi olduğunu ileri sürmek mümkündür. Ortaya çıkan politik kargaşalarla, sanat eğitimindeki öğrenci merkezli yaklaşım disiplin merkezli yaklaşıma evrilmiştir. Bu durum sanat eğitimi bağlamında olumsuz bir alan yaratmıştır.

1980-2000 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset Anlayışına Yönelik Tartışma ve Sonuç

Bu dönemde Yüksek Öğretim Kanunu ile Yüksek Öğretim Kurumlarına alınacak öğrencilerin sanatsal yeteneğinin göz önünde bulundurulması ve seçmeli olarak güzel sanatlar dallarındaki derslerden birinin iki yıl okutturulması sanat değerleri açısından olumlu bir gelişmedir. 1982’de yürürlüğe giren anayasada ise sanat eğitimi özelinde herhangi bir maddeye rastlanmamıştır. Bu durum da sanat eğitimi açısından olumsuz bir gelişme olarak değerlendirilmelidir.

Hükümet programındaki kararlara göre; öğrenciler yetenekleri ölçütünde değerlendirilerek uygun oldukları alana yöneltilip, böylece içlerindeki yaratıcılık duygusunu hayata geçirerek sanata katkı sağlayacaklardır. Bu bağlamda alınan kararların sanat eğitimi açısından olumlu gelişmeler olduğunu ifade etmek mümkündür. X. Millî Eğitim Şûrasında (23-26 Haziran 1981) ve XI. Millî Eğitim Şûrasında (08-11 Haziran 1982) sanat eğitime yönelik bir karar alınmadığı görülmektedir. IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1979-1983) ise; yetenekli öğrenciler için gerekli ortamların hazırlanmasına yönelik alınan karar olumlu bir adım olarak değerlendirilse de bu karar uygulamaya geçememiştir. Bu olumsuzlukların ardından XII. Millî Eğitim Şûrasında (18-22 Haziran 1988) alınan “Mesleki ve Teknik Ortaöğretimlerin öğrenci merkezli hareket etmesi ve öğrencileri hem mesleğe hem de hayata hazırlamak için gerekli çalışmaların yapılması, onları yükseköğretime hazırlayarak endüstriyel sanayi içinde olmalarını sağlamak diğer açıdan öğretmen ve mesleki liselerden mezun olan öğrencilerin yetenek sınavıyla yükseköğretime alınması gibi” kararlar sanat eğitimi açısından olumlu adımlar olarak değerlendirilebilmektedir. Bu kararlarla

öğrencilerin, yeteneklerine göre hayata ve mesleğe hazırlanması ve toplumun sanatsal üretiminin artmasını beklemek mümkündür. Aynı dönemde açıklanan V. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1985-1989) alınan “üstün ve özel yetenekli çocukların eğitiminin bir programa bağlanması, eğitimin okul dışında da sürdürülmesine” yönelik karar da sanat eğitimi açısından olumludur. Bu kararın hemen ardından toplanan XIII. Millî Eğitim Şûrasında (15-19 Ocak 1990) Sanat eğitime ağırlık verilmesine karar verilmiştir. Bu kararın sanat eğitimi açısından olumlu fakat yetersiz olduğu düşünülmektedir. XIV. Millî Eğitim Şûrasında (27-29 Eylül 1993) ise sanat eğitimiyle ilgili herhangi bir karar alınmamıştır. Bu da sanat eğitimi açısından olumsuz bir durumdur. Fakat VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1990-1994) “sanatsal eğitimlerin teşvik edilmesi ve öğrencilerin başarı düzeyini yükseltmeyi amaç edinmesi, yeteneklere göre mesleki yetiştirmeye önem verilmesi” gibi kararlar, sanat eğitimi bakımından olumlu adımlar olarak değerlendirilebilir. Ayrıca 90'lı yıllarda ortaya konulan yeni eğitim programı “İlköğretim Kurumları Resim-iş Dersi Öğretim Programı” adıyla MEB (1992) tarafından hazırlanmış ve 1992'de uygulanmaya başlanmıştır. Sanat eğitime katkısı olduğu düşünülen Güzel Sanatlar Liseleri bu yıllarda açılmıştır. Güzel Sanatlar Liselerinin açılması her ne kadar olumlu bir gelişme olsa da günümüze kadar yaşanan müfredat değişikliklerinin uyum sürecinde problemler oluştuğunu ifade etmek mümkündür.

“Sanat eğitime önem verilmesi” gerektiği kararı XV. Millî Eğitim Şûrasında (13-17 Mayıs 1996) tekrarlanmış olsa da bu eğitimin uygulanması bakımından yetersizdir. XVI. Millî Eğitim Şûrasında (13-17 Kasım 1999) da yetiştirilmek istenilen öğrenci profilinden bahsedilirken sanat eğitime yönelik herhangi bir programdan bahsedilmemiştir. Bu bakımdan Şûra'nın sanat eğitimi bakımından eksik olduğunu ifade etmek mümkündür. VII. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1996-2000) da sanat eğitime yönelik bir karar alınmadığı saptanmıştır. Alınan kararlar daha çok müfredat programının değişmesi ve eğitimin zorunlu olarak sekiz yıla çıkartılması ile ilgilidir. Ayrıca askeri yönetim ile başlayan bu dönemde; sanat eğitimi bağlamında katı tutumlar sergilendiği gözlenmektedir. İlerleyen süreçlerde bu katı tutum yerini daha demokratik ortamlara bıraksa da sanat eğitimi bağlamında istenilen sonuca ulaşamamıştır.

2000-2020 Arası Sanat Eğitimi ve Siyaset Anlayışına Yönelik Tartışma ve Sonuç

2000-2020 yılları arası hükümet programları ele alındığında; sanatın gelişmesi ve sanat eğitime katkı sağlanması amacıyla, olumlu adımlar atılmaya çalışılmıştır. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planında (2001-2005) sanat eğitimi bağlamında öğrencilerin yeteneklerine göre yetiştirilmesi ve yükseköğretim kurumlarına girişte yetenek sınavlarının uygulanması, öğrencilere kültürel değerleri aşılama amacıyla erken yaşlarda sanatla tanıştırılması, mahallî idarelerin desteklediği kültür, sanat ve sanatçılara verilen desteğin sürdürülmesi gibi kararlar sanat eğitimi açısından olumlu gelişmeler olarak değerlendirilebilmektedir.

2000-2020 yılları arası “Millî Eğitim Şûrası” üç kez toplanmıştır. XVII. Millî Eğitim Şûrasında (13-17 Kasım 2006) sanat eğitimiyle ilgili sadece yetenek ağırlıklı iki kademeli sınav kararı alınmıştır. XVIII. Millî Eğitim Şûrasında (01-05 Kasım 2010) da “öğretmen yetiştirmesine yönelik ve spor, sanat, beceri ve değerler eğitime yönelik” alınan kararlar sanat eğitimi bakımından olumlu adımlardır. Bu Şûra’da alınan kararların sanat eğitimi açısından olumlu olduğu ifade edilse de alınan kararların nasıl sonuca ulaşacağını kestirmek güçtür. Benzer bir şekilde IX. Kalkınma Planında (2007-2013); “öğrenciyi çok yönlü ve ilgi yeteneklerine göre değerlendirilip müfredatın da buna uyumlu hâle getirilmesi gibi” alınan kararlar sanat eğitiminin öğrencilere aşılması ve devam etmesini sağlamak amacıyla olumlu bir adımdır. IX. Kalkınma Planından bir yıl sonra toplanan XIX. Millî Eğitim Şûrasında (02-04 Aralık 2014) ise özel yetenekli öğrencilere özel bir eğitim programı hazırlanması ve bu programın anaokulu döneminden itibaren başlaması kararı olumlu bir gelişmedir. Görsel Sanatlar dersi haftalık derslerinin iki saat olması kararı alınmış fakat günümüzde hala uygulamaya koyulmamıştır.

Özel yetenekli öğrencilerin eğitimine yönelik alınan kararlar X. Kalkınma Planında (2014-2018) da devam etmiştir. Bu planın her öğrenciye bir sportif ya da sanatsal performans becerisi kazandırması, onları sanat eğitimiyle kötü alışkanlıklardan kurtarması, bireylere fırsat eşitliği yaratması ve bu eşitliğin sürdürülebilir olması sanat eğitimi ve gelişimi açısından olumlu adımlardır. XI. Kalkınma Planında (2019-2023) ise öğrencilerin fiziki şartlarını sanat eğitime uygun hâle getirerek onların sanatsal faaliyetlerine destek vermek amacıyla olumlu adımlar atılmıştır.

Genel olarak 2000-2020 yılları arası sanat eğitimi ve siyaset ilişkisi incelendiğinde: Yapılan en önemli gelişmenin müfredat değişikliği olduğu görülmektedir. Öğrencilerin fiziksel koşullarını ve yeteneklerine göre ayırt edilerek yükseköğretim kurumlarına yerleşmesini amaç edinen bu değişikliklerin sanat eğitimi bağlamında olumlu adımlar olduğu ileri sürülebilse de eksik kaldığını ifade etmek mümkündür. Türk Eğitim sisteminin siyasi kararların sanat eğitimi üzerinde etkili olduğu halde sanat eğitimi programlarında yer alan kök değerlere çoğu ölçüde sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Türk eğitim sisteminde siyaset ve eğitimin paralel yürüdüğünü ifade etmek mümkündür. Her siyasi iktidar kendi ideal profilini oluşturmak için eğitim kararları almaktadır. Bu da toplumun yerleşik bir eğitim politikası olmamasını; toplumsal gelişme ve ilerleme bağlamında başarıya ulaşamadığını ortaya koymaktadır.

Öneriler

Sanat ve siyaset konusunda siyasetçilerin, eğitim açısından daha olumlu kararlar alabilmesi için eğitimin ve sanat eğitiminin önem ve gerekçesi konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir. Konu uzmanları tarafından çeşitli seminer, konferans, panel gibi etkinlikler düzenlenmelidir. Sanat eğitiminin eksikliğinden dolayı oluşan toplumsal problemleri önlemek için, toplumda çeşitli aktivitelerle farkındalık oluşturularak toplumun daha bilinçli bir hâle getirilmesini sağlamak mümkündür. Sanat ve siyaset alanında uzman kişiler bu konuda daha fazla çalışma yaparak toplumu ve siyasetçileri bilinçlendirmelidir.

Devletin sanat eğitimi politikası oluşturulmalı ve bu politika hükümetlere göre değişiklik göstermemelidir. Millî Eğitim Şûraları'nda alınan kararların bağlayıcılığı arttırılmalı ve kararların uygulanabilmesi için gerekli önlemler alınmalıdır. Sanat eğitimi alanında yapılan değişiklikler sonucunda ders saatleri azaltılmış ve yetersiz hâle getirilmiştir. Sanat eğitiminin amacına ulaşabilmesi için ders saatlerinin arttırılması gerekmektedir.

Bu araştırma sadece sanat eğitimi özelinde alınan kararları ve uygulamaları kapsamaktadır. İlerde yapılacak olan araştırmalarda diğer alanların da siyasetle olan etkileşimi incelemek mümkündür. Bu çalışmada doküman analizi yöntemi uygulanmıştır ve ağırlıklı olarak sanat eğitimi özelinde alınan kararlar incelenmiştir. Yapılacak farklı bir çalışmada alınan kararların ne kadar uygulanabildiği veya uygulanabilir olduğunu incelemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- Altinkurt, L. (2005). Türkiye’de sanat eğitiminin gelişimi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12, 125-136.
- Altuner, H. (2008). Türkiye’deki ortaöğretim sanat tarihi müfredat programı ile Almanya, Fransa ve İtalya müfredat programlarının karşılaştırılması. *D. Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 84-100.
- Artun, A. (2015). Diktatörün sanatçılığı. *E-Skop Bülten*, <http://www.e-skop.com/skopbulten/diktatorun-sanatciligi/2454>
- Ayvazoğlu, B. (1989). Türkiye’de sanat tarihi ve estetikle ilgili ilk çalışmalar. *Erdem Atatürk Kültür Merkezi Dergisi*, 5(15), 977-992.
- Bozdağ, L. (2015). Çağdaş sanat ve siyaset dönüşümüne yeniden bakmak politikanın estetize hali. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 13(52), 94-127.
- Cihaner Keser, S. (2014). 1980 Sonrası T.C. Kalkınma planlarında ve Hükümet programlarında kültür, sanat ve eğitim politikaları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dersisi*, 26, 67-80.
- Çalışkan, E. (2004, 12 Ağustos). MEB’den iddialı müfredat değişikliği. *Bianet*. <https://m.bianet.org/bianet/egitim/40626-mebden-iddiali-mufredat-degisikligi>
- Dağlı, N. ve Aktürk, B. (1988a). *Hükümetler ve programları: 1920-1960*. Türkiye Büyük Millet Meclisi Basımevi.
- Dağlı, N. ve Aktürk, B. (1988b). *Hükümetler ve programları: 1960-1980*. Türkiye Büyük Millet Meclisi Basımevi.
- Dağlı, N. ve Aktürk, B. (1988c). *Hükümetler ve programları: 1980-1987*. Türkiye Büyük Millet Meclisi Basımevi.
- Deroğlu, N. B. (2017). *1920 Sonrası Türk resim sanatında çağdaşlaşma doğrultusunda alınan kararların uygulanması ve değerlendirilmesi süreçlerinin sanatsal açıdan değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Trakya Üniversitesi.

- Dilmaç, O. (2009). 1914-1940 Yılları arasında Avrupa'da eğitim alan sanatçılarımızın ülkemizdeki sanat eğitimine katkıları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(23), 63-78.
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1968).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (1979). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (1984). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (1989). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (1995). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (2000). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (2006). Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (2013). Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018).
- Devlet Planlama Teşkilatı [DPT]. (2018). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023).
- Eğitim Reformu Girişimi [ERG]. (2011). Eğitim İzleme Raporu 2010. İmak Ofset.
- Erdem, U. (2005, 22 Mart). Tükürülen heykelin dönüşü. *Hürriyet*.
<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/tukurulen-heykelin-donusu-305699>
- Kakan, E. (2021). *Türkiye'deki hükümet politikalarının sanat eğitime etkisi (1980-2019)*. Nobel Bilimsel Eserler.
- Kaplan, İ. (2013). *Türkiye'de millî eğitim ideolojisi* (7. basım). İletişim Yayınları.
- Kırıçoğlu, O. T. (2019). *Sanatta eğitim görmek anlamak yaratmak* (4. basım). Ütopya Yayınevi.

- Kurtuluş, Y. (2000). *Türkiye’de sanat eğitimi tarihi (1950-1999), genel eğitimde ve öğretmen yetiştiren kurumlarda resim/resim-iş bölümleri ve dersleri* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Kuru, A. ve Kakan, E. (2020). Hükümet politikalarında eğitim, kültür ve sanat (1938-1950). *İdil*, 75, 1670-1678. doi:10.7816/idil-09-75-04.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1939). *I. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1943). *II. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1946). *III. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1949). *IV. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1953). *V. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1957). *VI. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1962). *VII. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1970). *VIII. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1974). *IX. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1981). *X. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1982). *XI. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.

- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1988). *XII. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1990). *XIII. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1992). *İlköğretim Kurumları Resim-İş Dersi Öğretim Programı*. Ankara: Millî Eğitim Basımevi.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1993). *XIV. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1996). *XV. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1999). *XVI. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2005). 2005-2006 öğretim yılında okutulacak olan ve öğretim programları değişen ders kitapları. *Tebliğler Dergisi*, 68(2574), 473.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2006). *XVII. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2010). *XVIII. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2014). *XIX. Millî Eğitim Şûrası*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2018). 2018-2019 öğretim yılında güzel sanatlar liselerinin 9. sınıflarına yeni alınacak öğrenci kontenjanları. http://ogm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2018_06/06155733_20182019guzelsanalar.pdf
- Millî Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı [MEGSB]. (1987). Ortaokul ve liseler için kabul edilen yeni haftalık ders çizelgelerinin uygulanması ile ilgili açıklamalar ve esaslar. *Tebliğler Dergisi*, 50(2240), 342.

- Moran, B. (2018). *Edebiyat ve Eleştiri Kuramları*. İletişim Yayınları.
- Neziroğlu, İ. ve Yılmaz, T. (2013a). *Hükümetler, programları ve genel kurul görüşmeleri* (4. Cilt) Türkiye Büyük Millet Meclisi Basımevi.
- Neziroğlu, İ. ve Yılmaz, T. (2013b). *Hükümetler, programları ve genel kurul görüşmeleri* (8. Cilt) Türkiye Büyük Millet Meclisi Basımevi.
- Neziroğlu, İ. ve Yılmaz, T. (2013c). *Hükümetler, programları ve genel kurul görüşmeleri* (9. Cilt) Türkiye Büyük Millet Meclisi Basımevi.
- Neziroğlu, İ. ve Yılmaz, T. (2013d). *Hükümetler, programları ve genel kurul görüşmeleri* (10. Cilt) Türkiye Büyük Millet Meclisi Basımevi.
- Özdemir, N. (1997). *Anadolu halk kültüründe resim, heykel ve müziğin yeri önemi*. Nurol Matbaacılık.
- Özsoy, V. (2015). *Görsel sanatlar eğitimi* (3. basım). Pegem Akademi Yayınları.
- Sayın, A. (2017, 23 Ekim). Melih Gökçek: MHP'nin Ankara Büyükşehir Belediyesi adaylığı için adı geçen tartışmalı siyasetçi kimdir? *BBC News Türkçe*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-41637837>
- Ülkü, C. (2008). Sanat eğitimi, sanat ve köy enstitüleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 37-45.
- Ünver, E. (2016). Neden ve nasıl sanat eğitimi. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 5(23), 865-878.
- Üzümcü, Ö. (2016). Nitel araştırma yöntemine sahip tezlerin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(32), 327-340.
- Terzi, S. (2008). *12 Eylül 1980 Sonrası Sanat-Siyaset İlişkisi ve Plastik Sanatlara Etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2020). Türk dil kurumu online sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>
- Tunç, A. Z. (2009). Köy enstitülerinde sanat eğitimi ve dönemin yöneticilerinin sanata yaklaşımları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26, 30-34.
- Yetkin, S. K. (2019). Güzel sanatların eğitimdeki yeri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(1), 125-129.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (5. basım). Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, A. N. (2014). *1980'li yıllarda Türkiye'de sanat ve siyaset ilişkisi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi], Hacettepe Üniversitesi.

Yükseköğretim Kanunu. (1981). Türkiye Cumhuriyeti [T.C.] Resmî Gazete, 17506.
<https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/17506.pdf>

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

02/02/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

09/03/2023

Interaction and development of university and society through the prism of social responsibility

Kateryna TRYMA¹ & Volodymyr RYABCHENKO²

Abstract

This article highlights the social responsibility of universities in the context of sustainable development since both scientific and technical progress and socio-economic development are crucially dependent on the people who have higher education diploma. The evolution of the concept of the social responsibility over the past seventy years has been highlighted. A critical analysis of the theoretical discourse on the issue of social responsibility has been carried out resulting in revealing contradictions of a methodological nature. The theoretical and methodological principles of socially responsible interaction and society in terms of sustainable development have been formulated. Models reflecting the interaction of universities and society in the dimensions of sustainable development have been proposed and interpreted. It has been proven that to ensure sustainable development, universities and other higher education institutions should implement positive or prospective social responsibility, the basic conditions for which are democracy, integrity, and morality.

Keywords: University, Higher education, Social responsibility, Society.

INTRODUCTION

The social responsibility of universities is becoming increasingly relevant in the context of sustainable development. This is because ensuring sustainable development through the achievement of its goals decisively depends on the university and other higher education institutions' graduates, in particular, their professional and worldview competence. After all, it is the population with higher education who ensure not only

¹ Assoc. Prof. Dr.; Institute of Higher Education of the National Academy of Educational Sciences of Kyiv Ukraine

E-mail: katet@ukr.net

ORCID: 0000-0001-5567-1387

² Dr.; Institute of Higher Education of the National Academy of Educational Sciences of Kyiv Ukraine

E-mail: ryabchenkovolodymyr@ukr.net

ORCID: 0000-0001-6404-1045

Atıf İcin / For Citation: TRYMA, K. & RYABCHENKO, V. (2023). Interaction and development of university and society through the prism of social responsibility. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 243-258. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

scientific and technical progress but also socio-economic development, since thanks to higher education degrees they obtain responsible social statuses in the social hierarchy, including those in power (Рябченко [Riabchenko], 2021, 17).

The conceptual essence of sustainable development is to meet the needs of current generations without depriving opportunities of future generations to meet their needs. This was determined in the report of the World Commission on Environment and Development “Our Common Future”, reviewed and approved by the UN General Assembly in December 1987. This report formed the basis for program documents on sustainable development, including:

report of the UN Conference on Environment and Development (1992);

–The Ten Principles of the UN Global Compact;

–Resolution “Transforming our world: the 2030 Agenda for sustainable development”;

–Paris Agreement;

–UN Secretary-General Antonio Guterres' address at Columbia University (New York) on December 2, 2020, “The State of the Planet” etc.

A somewhat paradoxical situation emerges from the analysis of sustainable development program documents and publications that highlight a critical analysis of the state of our planet. Despite the wide-ranging systemic activities of international organizations, and the declared solidarity in support of sustainable development by most countries of the world, the condition of our planet has been deteriorating over the past three decades. This is factually confirmed in the very recent report of the UN Secretary-General A. Guterres “The State of the Planet”.

On the one hand, he noted that “the door to sustainable development is open and solutions are there – the 2030 Agenda for Sustainable Development, the Sustainable Development Goals and the Paris Agreement on Climate Change”. On the other hand, he diagnosed the dire state of our planet: “We are facing devastating pandemic, new heights of global heating, new lows of ecological degradation and new setbacks in our work towards global goals for more equitable, inclusive and sustainable development”.

Therefore, universities and other higher education institutions should ensure that their graduates acquire not only professional but also worldview competence, which would meet the requirements of sustainable development. This is primarily their social

responsibility both to the entire university community and the local community and region of location and to society and humanity in general. At the same time, social responsibility for ensuring sustainable development at the global level should be a kind of common denominator to which all other manifestations of social responsibility at lower levels are subordinated. After all, any social projects and initiatives that demonstrate social responsibility at the local level do not give grounds to consider a university socially responsible, which by its main types of activity contradicts sustainable development.

Actualization of the defining role of higher education in ensuring sustainable development is a refrain through the founding and regulatory documents of the Bologna process. In particular, the Paris Communiqué (2018) emphasized: “We commit to developing the role of higher education in securing a sustainable future for our planet and our societies and to finding ways in which we, as EHEA Ministers, can contribute to meeting the United Nations Sustainable Development Goals at global, European and national levels” (Paris communiqué, 218).

This emphasis is reinforced in the Rome Communiqué (2020): “Higher education will be a key actor in achieving the UN’s Sustainable Development Goals (SDGs) by 2030. We commit to supporting our higher education institutions in bringing their educational, research and innovation capacities to bear on these fundamental global objectives and to deploying resources to ensure that our higher education systems contribute to the achievement of the SDGs. Moving towards climate neutrality is essential for all of us, and learners must be prepared for new “green” jobs and activities. They must be offered up-skilling and reskilling opportunities in a lifelong learning perspective and enabled to develop and apply new technologies and approaches. Quality education will continue to be the hallmark of the EHEA. A robust culture of academic and scientific integrity that blocks all forms of academic fraud and distortion of scientific truth, will be supported by all higher education institutions and all public authorities” (Rome Ministerial Communiqué, 2020)

Strengthening the actualization of social responsibility of universities and other higher education institutions is confirmed by the increase in the number of publications on this issue. This is confirmed by V. Meseguer-Sánchez, E. Abad-Segura, L. Jesús Belmonte-Ureña and V. Molina-Moreno (article “Examining the Research Evolution on the Socio-

Economic and Environmental Dimensions on University Social Responsibility”) as a result of bibliometric analysis of 870 articles devoted to the study of university social responsibility. These papers were published during 1970–2019 (Meseguer-Sánchez et al., 2020). The authors of the study found that 85.7% of the mentioned publications are from the last decade.

In Ukraine, the issue of social responsibility of business, the state, and higher education institutions became relevant somewhat later than abroad, in particular in the Western regions. But over the past two decades, many publications on the issue of social responsibility have appeared in our country, the number of which is increasing every year. A. Kolot in the article “Corporate social responsibility: modern philosophy, problems of assimilation” actualizes the social responsibility of domestic scientists for the social development of Ukraine: “In the same context, attention should be focused on the need to increase social responsibility of representatives of the scientific community. Behind the abstract categories’ “responsibility”, “social activity”, “social perception” etc. we stop seeing deep processes and phenomena. Scientists are unable to explain complex processes and single out root causes, origins, driving forces of development, modern trends and dominants of social progress. In our understanding, a person with high scientific titles and degrees cannot and has no right to be socially irresponsible, and not to take an active position in life. Everyday scientific rhetoric and real-life develop in parallel, but often in opposite directions from our observationally neutral position. In calls for stabilization and growth of well-being, one cannot help but see a shift from European standards of quality of life, as well as from standards of freedom, justice, social inclusion, social cohesion, etc. Unexpectedly, it turns out that we are approaching the established characteristics of the countries of the “third world” – with anomalous polarization of incomes, unacceptable levels of the merger of power and property and monopolization of everything by oligarchic structures. But we continue to glorify or remain silent based on inertia” (Kolot [Kolot], 2014, 80).

The object of research is modern Ukrainian society in the global civilizational context and its universities and other higher education institutions.

The subject of research is the interaction of universities and other higher education institutions with Ukrainian society through the prism of social responsibility.

The purpose of the research is to critically analyse the discourse on the issue of social responsibility and substantiate the theoretical and methodological foundations of the socially responsible interaction of universities and other higher education institutions with society in terms of sustainable development.

Research methods

To ensure the adequacy and reliability of research results, a set of general scientific, philosophical and special research methods has been used: analysis; dialectical method, induction and deduction; systematic approach; terminological analysis; comparison and systematization; abstraction and prediction.

Social responsibility in the context of sustainable development

The literature review showed that social responsibility as a phenomenon has a contradictory interpretation, in particular in a broad and narrow sense. In a broad sense, social responsibility is interpreted as an integral component of people's lives, without which normal social relations are impossible. Along with this, there are many publications in which social responsibility is interpreted somewhat in a narrow sense as responsibility for additional obligations that an enterprise or institution undertakes beyond what they have to fulfil according to their purpose.

It is logical to interpret the essence of social responsibility based on a critical analysis of publications that represent the mentioned discourse, taking into account the requirements of sustainable development as an alternative way out of the global environmental crisis and ensuring the successful future development of civilization.

The beginning of the modern theory of social responsibility is associated with G. Bowen's monograph "Social Responsibilities of the Businessman", published in 1953 (Bowen, 1953). Conceptualization of social responsibility in its modern interpretation first took place in the field of business and in particular in industry, and only then in higher education. This was due to the awareness of the need to curb the relentless expansionism of earthly existence on the part of business structures and especially energy-intensive industries, the negative consequences of which on a large scale were demonstrated by transnational corporations.

At the initial stage, the social responsibility of business structures and industrial

enterprises was demonstrated and limited to charity, which was usually used for self-promotion and the formation of a positive self-image. Later, this limitation was criticized. But this does not prevent us from resorting to such limited social responsibility, which is demonstrated by modern business structures and industrial enterprises and other organizations and institutions, including higher education institutions.

The problem of manifestations of such distorted social responsibility, which is called a “smoke screen” in publications, is caused not only by the individual and collective selfish interests and economic benefit of its subjects but also by the perception of such manifestations as proper by the communities and society that are harmed by these subjects. Such a positive assessment is facilitated by a superficial idea of social responsibility, which is formed at the level of theoretical consciousness by a fragmentary and contradictory interpretation of its essence.

An example of this contradiction is the interpretation of corporate social responsibility, which was made in the early 1970s by D. Votav: “The term is simply wonderful; it means something, but not the same for everyone. For some it expresses the idea of legal responsibility or legal obligation; for others, it characterizes socially responsible behaviour in an ethical sense; for the next group, it is given the meaning “to be responsible” in a casual sense; many simply equate it with charitable contributions; someone interprets it as social consciousness; most of those who use it are especially ardent in defending the interpretation of the term as a simple synonym of “legitimacy” in the context of... correctness and reasonableness; some see it as a kind of fiduciary duty to set a higher standard of conduct for businessmen than for ordinary citizens” (Матвійчук, Ткач [Matviichuk, Tkach], 2016, 333). Unfortunately, this inconsistency is observed in publications up to this day, which confirms the relevance of their critical analysis.

This, in our opinion, is an important methodological emphasis given the fact that in many publications the essence of social responsibility is interpreted precisely in a narrow format as responsibility in addition to the main activity of a social nature. At the same time, the authors of the publication note that high-quality higher education is the basis for improving human life and for sustainable development. Universities should prepare socially responsible citizens capable of making responsible decisions from the point of view of ecological integrity, economic viability and just society for present and future

generations.

O. Orzhel, who systematically researches the current issues, in her work “University social responsibility in the context of university leadership” claims that the formation of social responsibility of universities took place under the influence of corporate social responsibility: “Both CSR (corporate social responsibility) and USV (university social responsibility) are primarily implemented through social responsibility policies, strategies, programs, projects, practices, based on similar principles and values. CSR and USV are characterized by similar areas of activity: for example, volunteering, philanthropy, transfer of knowledge and technologies, educational programs for children and youth, the involvement of local public activists in the processes of development and decision-making by the corporation or higher education institutions” (Оржель [Orzhel], 2017, 10).

It should be noted that universities and other higher education institutions do not function by themselves, but in interaction with their societies. Such interaction implies mutual responsibility – universities to society, and society to universities. Ideally, this mutual responsibility should be balanced. But the decisive role in ensuring such an optimum belongs to society. Unfortunately, modern Ukrainian society does not motivate domestic higher education institutions to social responsibility, which would meet the requirements of sustainable development, because it systematically cultivates irresponsibility and does not respect morality (Tryma & Chervona, 2022).

Factors that significantly limit the potential scope and actual manifestation of socially active behavior in Ukrainian practice, as well as the perception of the CSR institute, should be attributed to:

- extremely unfavourable economic environment and unsatisfactory business climate;
- the role of the state as a social institution and social partner not adequate to today’s needs;
- a distorted view of the modern mission of the business, the relationship and interdependence of the economic and social components of sustainable development;
- lack of proper institutional prerequisites for socially active activities;

- humiliation or lack of awareness of the true role of social resources in ensuring sustainable development;
- massive manifestations of the degradation of ethical values of the top management of business organizations and the lack of proper moral prerequisites for active socially responsible activities;
- the insufficient scientific study of the applied principles of CSR implementation in the corporate management system” (Колот [Kolot], 2014, 80).

Agreeing with the cited list of reasons for the low demand for social responsibility in Ukrainian society, it is necessary to make a fundamental methodological clarification. The fact is that the mentioned reasons are the consequences of the lack of a civilized competitive environment in Ukraine, the formation of which was blocked by the hybrid regime of power, which seized the state back in the 1990s and keeps it under control and uses it in the interests of oligarchic-clan groups. The fact that Ukraine, from the beginning of its state's independence from the metropolis set foot on the path of the existence of the so-called banana republics, freed from colonial dependence, is the result of the choice of the direction to transform its political and economic institutions, made at that time by those subjects of power on which this decisively choice depended.

Models of interaction between society and universities in the context of ensuring social responsibility

Social responsibility is manifested in interaction with the society in which they function. As it was found out, social responsibility will be higher, the more it corresponds to the goals and values of society, provided that they do not contradict sustainable development. The more the goals and values of society correspond to sustainable development, the more demanding society is to the social responsibility of its universities in terms of sustainable development. Universities differ in their potential to ensure social responsibility. Depending on the demands of society and the capabilities of universities, different models of their interaction may arise.

Taking into account the real state of earthly existence in terms of sustainable development as a result of the development of modern man-made civilization and the discrepancy between what is declared and what is done for its preservation, we offer for consideration

four models of such interaction:

- a model of interaction when society has a high demand for social responsibility in the dimensions of sustainable development, and the university can satisfy it.
- a model of interaction when society demands social responsibility in the dimensions of sustainable development, and the university is partially or completely unable to satisfy such a request.
- a model of interaction, when the university carries out socially responsible activities in the dimensions of sustainable development, and society shows disinterest in this.
- a model of interaction, when society tolerates social irresponsibility, and the university demonstrates it in its activities.

Undoubtedly, the first model is logically considered optimal, at least the best in ensuring the sustainable development of the university itself, the region where it is located, the society in which it functions, and civilization in general. Such a request is possible in societies with a civilized competitive environment in which reputation is valued more than money. In such societies, it is beneficial to be responsible and moral. Therefore, the reputation of a socially responsible university based on the criteria of the quality of its educational and scientific activities and the impact on the development of the local community and the country as a whole is capitalized in such societies, which provides competitive advantages and increases the rating of universities that can adequately respond to such public demand. Moreover, leading universities in countries with a civilized competitive environment carry out proactive activities in the development of local communities and their society, determining in advance their possible requests.

The second model visualizes the mechanism of healthy social selection of higher education institutions, requiring them to be reactive, with which they should demonstrate social responsibility that satisfies public demand. In the case of the inability to have socially responsible interaction with their society in a civilized competitive environment, universities lose the perspective of their development, and therefore their existence. Losing the reputation of a socially responsible higher education institution in a civilized competitive environment is bankruptcy.

The third and fourth models of interaction are characteristic of societies that do not have a civilized competitive environment, which is evident in Ukraine. These models show

that in such societies, social responsibility is given to universities, that is, to their voluntary consideration and choice of the philosophy of their activities.

According to which model - the third or fourth – the university interacts with Ukrainian society, it primarily depends on the leadership of the university, on its voluntary choice. The choice of the third model of interaction requires moral stability, courage and hard work from all subjects of the university's activity, thanks to which its real social responsibility is demonstrated. The fourth model of interaction of universities and other higher education institutions with Ukrainian society is the most destructive for its current state and even more so for development. Educational institutions that interact according to this model demonstrate social irresponsibility. No number of social projects and programs for the development of local communities, which denote social responsibility in a narrow format, can justify and level this irresponsibility.

Indicators of the fourth model of interaction of domestic higher education institutions with their society logically include the following:

- minimal or completely absent competition among applicants, which is most systematically practised in the formation of a contingent of students under a contract;
- low grade on the external examination of enrolled students;
- minimal or no deductions from the number of students for unsatisfactory study results;
- the only source of funding for the institution's activities is the payment of educational services, etc.

In previous studies, we identified the key reasons for the activity of domestic higher education institutions that correspond to this model, in particular, the following: broad demand in Ukrainian society for nominal higher education, which is legitimized by a state diploma, without requirements for the real competence of diploma holders; protectionism of incompetence as a factor in the formation of such demand, blocking the improvement of the quality of domestic higher education and reducing the competitiveness of Ukraine; liberalization of educational services in the field of higher education, the volume of which, firstly, exceeds the public demand for qualified specialists in the least resource-intensive specialities. And secondly, the licensed volume of admissions to study at

domestic higher education institutions exceeds the number of secondary school graduates (Рябченко [Riabchenko], 2009).

The lack of a civilized competitive environment in Ukrainian society has created ample opportunities for the employment of persons who are uncompetitive in civilized labour markets because of the formality of their higher education diploma, regardless of their real competence. In particular, in such budgetary spheres of activity as politics, civil service, power structures, fiscal bodies, education, science, health care, etc. These are mainly those spheres of activity in which no added value is directly made, but the productivity of society and its sustainable development depend decisively on the competence of their subjects and their socially responsible performance of their work, starting with politics and public administration.

For its part, the lack of civilized competition has given rise to the cultivation of protectionism of incompetence in society, which consists not only in promoting the employment of less competent persons in comparison with other applicants for the position but also in the unjustified removal from positions of persons whose level of competence corresponds to them. This is also manifested in the retention of students who are unable or do not seek to obtain a high-quality higher education, as well as in the tolerance of various types of academic dishonesty, in particular, falsification of study results, etc.

Only those domestic universities and other higher education institutions that will interact with Ukrainian society according to the third model will be able to withstand this competition and integrate successfully into the European higher education area.

This model requires universities to be proactive in all directions, thanks to which they will be a kind of locomotives for accelerating the democratization of our society, which will contribute to the formation of a civilized competitive environment in it. Only higher education institutions, in whose social environment it is beneficial for all subjects of their activity to be moral, virtuous, and responsible will be capable of such socially responsible interaction.

CONCLUSIONS

Based on a critical analysis of the discourse on the issue of social responsibility,

contradictions of a methodological nature have been revealed, in particular between goals, values and requirements of sustainable development in the global dimension and goals and values of societies; the broad and narrow format of social responsibility; the imperative of sustainable development requirements and voluntary social responsibility; philosophical understanding of social responsibility and superficial and fragmentary ideas about social responsibility as something partial in human activity.

These contradictions create methodological obstacles both in the development of the theory of social responsibility of universities and in the practice of its implementation. Ignoring these contradictions misleads both the theory and practice of social responsibility. To create relevant theoretical-methodological basis to appear in the theory and practice of social responsibility, it is necessary to rise to a philosophical vision, understanding and awareness of social responsibility as general, which is actualized wherever there is a person and human communities.

There is every reason to consider social responsibility as a generic concept that encompasses all types of responsibility of both individual people and their communities for their activities and their impact on earthly existence, the guarantee of which is sustainable development.

Sustainable development will be possible only if each person and humanity in general in their life activities are guided by worldview principles, values, norms, etc., which focus on the harmonization of earthly existence, its preservation, multiplication and prosperity. Currently, the deterioration of the state of our planet confirms that the daily life of modern people is dominated by a worldview that contradicts the requirements of sustainable development. This actualizes the worldview competence of each person in particular and humanity in general.

Worldview competence consists of a person's ability to be adequate in his worldview to the statuses and roles he occupies and performs in his life. Sustainable development becomes possible as a result of virtuous human activity. The principles, program goals and objectives of sustainable development are oriented towards this. Therefore, the basis of a worldview that corresponds to sustainable development are virtues that are not always in demand and supported in the social environment, both during the initial socialization of the individual and during adult independent life. This is the root of the problem. As

long as social environments prevail on the planet in which it is not profitable to be virtuous, the result of human activity will not be in favor of sustainable development. Only morality as an external regulator and conscience as an internal controller can save humanity from self-destruction. These are the universal fuses that, even at the stage of thinking, warn a person against reckless, harmful and destructive actions.

The essence of the social responsibility of universities is to provide high-quality higher education as a factor in the improvement of human life and to prepare socially responsible citizens who can make responsible decisions from the point of view of ecological integrity, economic viability and just society for present and future generations.

Universities and other higher education institutions should ensure that their graduates acquire not only professional but also worldview competence, which would meet the requirements of sustainable development. To ensure sustainable development, universities and other higher education institutions must implement positive or prospective social responsibility, the basic conditions of which are democracy, integrity, and morality.

Positive social responsibility as voluntary compliance with the norms of successful social life is born in the personality of a human who has enough freedom and conscience for this. The extent of the freedom of an individual to freely express his principled civic position depends on the democratic nature of the social environment in which he resides. And the conscience of an individual as an internal regulator of his actions and behaviour is supported or blocked by the morality that dominates the social environment in which he lives. Currently, we mean the social environment of the higher education institution in which a person works or studies. Therefore, the positive social responsibility of universities should begin not with the development of projects and programs for their implementation, but with the formation of an appropriate democratic and virtuous moral environment (Рябченко [Riabchenko], 2022).

The social responsibility of universities is manifested in the interaction with the society in which they function. It will be higher if it corresponds to the goals and values of society, which do not contradict sustainable development. The more the goals and values of society correspond to sustainable development, the more demanding society is to the social responsibility of its universities in terms of sustainable development and vice versa.

Universities differ in their potential to ensure social responsibility. Depending on the demands of society and the capabilities of universities, different models of their interaction may arise:

- a model of interaction when society has a high demand for social responsibility in the dimensions of sustainable development, and the university can satisfy it.
- a model of interaction when society demands social responsibility in the dimensions of sustainable development, and the university is partially or completely unable to satisfy such a request.
- a model of interaction, when the university carries out socially responsible activities in the dimensions of sustainable development, and society shows disinterest in this.
- a model of interaction, when society tolerates social irresponsibility, and the university demonstrates it in its activities.

The fourth model of interaction of universities and other higher education institutions with Ukrainian society is the most destructive for its current state and even more so for development. Educational institutions that interact according to this model demonstrate social irresponsibility. No social projects and programs for the development of local communities, which denote social responsibility in a narrow format, can justify and level this irresponsibility.

The key reasons for this model of interaction are the following: broad demand in Ukrainian society for nominal higher education, which is legitimized by a state diploma, without requirements for the real competence of diploma holders; protectionism of incompetence as a factor in the formation of such demand and blocking quality improvement of the domestic higher education and the reduction of Ukraine's competitiveness.

REFERENCES

- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper.
- Meseguer-Sánchez, V., Abad-Segura, E., Belmonte-Ureña Luis Jesús, and Molina-Moreno, V. (2020) Evolution on the Socio-Economic and Environmental Dimensions on University Social Responsibility. *International Journal of*

Environmental Research and Public Health. 17(13):4729. <https://doi.org/10.3390/ijerph17134729>

Колот, А. М. (2014). Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння. *Економіка України*. 3. С. 70-82. <https://core.ac.uk/download/pdf/32615153.pdf>

[Kolot, A. M. (2014). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: Suchasna filosofii, problemy zasvoiennia. *Ekonomika Ukrainy*. 3. S. 70-82. <https://core.ac.uk/download/pdf/32615153.pdf>]

Матвійчук, Л. О., & Ткач, К. І. (2016). Генеза концепцій корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка і суспільство*. Мукачівський державний університет. 6. 333. https://economyandsociety.in.ua/journals/6_ukr/57.pdf.

[Matviichuk, L. O., & Tkach, K. I. (2016). Geneza kontseptsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti. *Ekonomika i suspilstvo*. Mukachivskyi derzhavnyi universytet. 6. 333. https://economyandsociety.in.ua/journals/6_ukr/57.pdf.]

Оржель, О. (2017). *Університетська соціальна відповідальність у контексті університетського лідерства : навчальний посібник*. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети». https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/09/Sots_vidpovidalnist_v_Univ_liderstve_O.Orzel_2017-40p.pdf

[Orzhel, O. (2017). *Universytetska sotsialna vidpovidalnist u konteksti universytetskoho liderstva: navchalnyi posibnyk*. Kyiv: DP «NVTs «Priorytety». https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/09/Sots_vidpovidalnist_v_Univ_liderstve_O.Orzel_2017-40p.pdf]

Paris communiqué. (25 may, 2018). EHEA. http://www.ehea.info/media.ehea.info/file/2018_Paris/77/1/EHEAParis2018_Communique_final_952771.pdf

Rome Ministerial Communiqué. (19 november 2020). EHEA. http://www.ehea.info/Upload/Rome_Ministerial_Communique.pdf

Рябченко, В. (2021). Корпоративна академічна нечесність як проблема соціальної

відповідальності університету. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. 2. С. 16-24.

[Riabchenko, V. (2021). Korporatyvna akademichna nechesnist yak problema sotsialnoi vidpovidalnosti universytetu. *Neperervna profesiina osvita: teoriia i praktyka*. 2. S. 16-24.]

Рябченко, В. (2022). Соціально відповідальна взаємодія університетів та суспільства у вимірах сталого розвитку: теоретико-методологічні засади. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*, (1), 38–48. <https://doi.org/10.28925/1609-8595.2022.1.4>

[Riabchenko, V. (2022). Sotsialno vidpovidalna vzaiemodiia universytetiv ta suspilstva u vymirakh staloho rozvytku: teoretyko-metodolohichni zasady. *Neperervna profesiina osvita: teoriia i praktyka*, (1), 38–48. <https://doi.org/10.28925/1609-8595.2022.1.4>]

Рябченко, В. І. (2009). Номінальна вища освіта як актуальна проблема на шляху забезпечення реальної компетентності в сучасному українському соціумі. *Модернізація вищої освіти в Україні і світі; десять років наукового пошуку* : колектив. моногр. / Акад. пед. наук України; Ін-т вищої освіти України. Харків : Вид-во НУА, С. 133-156.

[Riabchenko, V. I. (2009). Nominalna vyshcha osvita yak aktualna problema na shliakhu zabezpechennia realnoi kompetentnosti v suchasnomu ukrainskomu sotsiumi. *Modernizatsiia vyshchoi osvity v Ukraini i sviti; desiat rokiv naukovooho poshuku*: kolektyv. monohr. / Akad. ped. nauk Ukrainy; In-t vyshchoi osvity Ukrainy. Xarkiv : Vyd-vo NUA, С. 133-156.]

Tryma, K. & Chervona, L. (2022). Social Responsibility of University: the Student Aspect . *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi* , 4 (7) , 641-656 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/usbed/issue/70167/1140604>)

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

15/02/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

20/03/2023

A thematic analysis of YouTube comments on 2020 Turkish–Greek border crisis: The case of Euronews¹

Apak Kerem ALTINTOP², Melek Aylin ÖZOFLU³ & Yasin ÖZBEY⁴

Abstract

Following the heavy military losses in Idlib, Syria, Türkiye opened its Greek border to European-bound asylum seekers and migrants on February 27th, 2020, paving the way for a political tension and border crisis between Türkiye and the EU. This research investigates the anti-refugee and anti-immigrant discourses articulated within the comments on the YouTube channels of the official EU website Euronews both in English and Turkish communicating about the Turkish–Greek Border crisis that erupted in March 2020. To this end, it analyzes a large dataset of comments taken from the most interacted videos respectively on 15th May 2020 in English (V1) and 16th June 2020 in Turkish (V2). The number of comments is 2255 (C1) for the former, and 817 (C2) for the latter. The comments were analyzed through the qualitative data analysis software MAXQDA.2022. While the themes communicating about the crisis revolve around the debates of religion, national security and conceptualization of refugees and migrants within the C1, the expulsion of the refugees, negative framing of the refugees and hate speech are prominent in the C2. The themes of social welfare and daily practice are prevalent in both C1 and C2. Consequently, refugees in C1 are mostly perceived in terms of security and/or economic considerations, while in C2 they are seen as people who benefit from social welfare but do not contribute to the state and society. In both C1 and C2, refugees are considered an economic burden and undesirable actors.

Keywords: EU, Türkiye, Refugee, Migrant, Thematic analysis, 2020 Türkiye-Greece border crisis

¹ The raw version of this article was presented as an oral presentation at the conference named “II. Migration Studies Graduate Student Conference” held in Istanbul Bilgi University, Istanbul on 5 December 2020.

² Dr.; Independent Researcher, Istanbul, Türkiye

E-mail: apakkerem@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-6854-1378

³ Dr.; Independent Researcher, Istanbul, Türkiye

E-mail: melekaylinzoflu@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-9403-6957

⁴ Ph.D. Candidate; Istanbul University, Social Science Institute, Political Science and International Relations İstanbul, Türkiye

E-mail: ozbeyasin@gmail.com,

ORCID: 0000-0003-3260-3941

Atf İçin / For Citation: ALTINTOP, A. K., ÖZOFLU, M. A. & ÖZBEY, Y. (2023). A thematic analysis of YouTube comments on 2020 Turkish–Greek border crisis: The case of Euronews. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 259-288. <https://dergipark.org.tr/pub/usbed>

INTRODUCTION

Following the eruption of the Syrian Civil War, the massive influx of people to Türkiye and the EU has led to a critical change in the attitudes and perceptions towards refugees⁵ and migrants within the host communities. Comments are often affected by various factors, including their reasons for migrating, their legal status, when they migrate or the articulated true or false news about them. Since the popularity of social media has increased considerably in recent years, citizens of the host communities usually articulate their opinions, emotions and attitudes on online media platforms and various social networks, especially on the videos they watch on video-sharing sites such as YouTube (Asghar et.al., 2015). Such a digital exchange of opinions is considered as a critical part of modern democracy (Shanahan, 2017). They play an increasingly important role in the formation and dissemination of public discourse. Therefore, analysis of the comments provides useful data about the themes and the contents of the videos.

By bearing this fact in mind, this paper examines the anti-refugee and anti-immigrant discourses articulated within the comments on the YouTube channels of the official EU website Euronews both in English and Turkish communicating about the Turkish–Greek Border crisis that erupted in March 2020. During the crisis, online-wide reactions from many commentators that express their opinions and attitudes about the crisis from many different perspectives were received. This study presents a thematic content analysis of the comments communicating about the crisis given the fact that conducting such analyses is valuable in terms of enlightening the policymakers and other actors to understand public concerns and take necessary measures relating to migration in preventing the prospective social conflict and disharmony between the host society and the newcomers. To this end, the two most interacted videos in English and Turkish were selected and in total 3072 comments were extracted. The comments are coded and analyzed through the qualitative data analysis software MAXQDA.22.

⁵ In this study, the term of refugee is used in terms of sociological perspective. That's what it includes Syrians under temporary protection in Türkiye as well. Moreover, migrants includes both regular and irregular migrants in Türkiye.

The paper first briefly explains the background of the Turkish-Greece border crisis to provide a certain contextualization to the analysis in order to consider it within the larger socio-political and international context. Then, it elaborates on the methodology it employs to conduct the thematic analysis. Finally, it presents and discusses the main themes identified and extracted through thematic analysis. The research concludes with the main findings of the research.

BACKGROUND OF THE 2020 TURKISH–GREEK BORDER CRISIS

While the Arab revolutions in the Middle East and North Africa led to the collapse of the dictators in Tunisia, Egypt, Libya and Yemen, their repercussions resulted in a civil war in Syria when the Assad regime violently oppressed the protests (Fargues & Fandrich, 2012). The situation was aggravated further after the radical Islamist terrorist organisation, Islamic State of Iraq and Syria (ISIS) took Aleppo and extended its control over the territories in western and northern Syria in 2012 (France24, 2014). The massive destruction of the country, dramatic violation of human rights and civilian deaths forced the vulnerable Syrian civilians to escape to other countries in search of security and shelter, resulting in the massive displacement of over 6 million Syrians (UNHCR, 2022). They initially fled to neighboring countries including Lebanon, Türkiye, Iraq, and Jordan (UNHCR, 2022). However, since the prolongation of the situation and the unprecedented influx of refugees have burdened these countries in terms of supplying basic needs and services such as education, healthcare, and employment (Kirişçi, 2014), Syrians started to risk their lives and took dangerous routes in order to reach Europe. As a result, the immense overcrowding of refugees generated a critical challenge to the EU with the record number of asylum applications (Connor, 2016).

The EU member states diverged highly in responding to the refugee flow regardless of the humanitarian aspect of the situation and moral obligation (Spijkerboer, 2016). They were essentially divided into three groups: those who welcomed the refugees, those who firmly opposed them, and those who were vulnerable to the massive refugee flow due to their geographical proximity (Greenhill, 2016). Thus, they could not propose a unified voice at the EU level. The persistent divergence resulted in political friction that also put

European solidarity in danger. In this respect, the EU internalized the crisis (Özoflu & Kahraman, 2019).

While member states such as Germany and Sweden adopted an open-door policy, Central Eastern European Countries (CEECs) and the Baltic States opposed the implemented packages within the framework of the European Agenda on Migration formulated respectively in May and September 2015 for the relocation of the refugees from Italy and Greece. Thus, there was escalated tension between the member states such as Italy and Greece, the Mediterranean gateway for refugees, and its EU partners. Athens was accused of deliberately waving through migrants who ought to be registered as soon as they enter the EU; a violation of the Dublin Regulation's⁶ rule of 'the first country, while it insisted on the fair burden-sharing among member states (BBC News, 2016). That has been a dilemma among member states between implementing the EU *acquis* and showing concrete solidarity with the burdened member states. Moreover, the terrorist attacks all over Europe exacerbated the situation and generated a Europe-wide feeling of insecurity.

The political tension of the crisis among member states was resolved through EU-Türkiye Joint Action Plan on 15 October 2015 (European Commission, 2015). The Plan which was activated by the historical EU-Türkiye summit of 29 November 2015, mainly aimed to halt the irregular refugees coming from Türkiye to Greece and strengthen the information sharing with Frontex and Europol in exchange for financial assistance and visa liberalization dialogue for Türkiye and reenergizing the bilateral relations through regular summits that would be arranged twice in a year (European Commission, 2015). In the following process, a resettlement mechanism was also agreed upon by the EU-Türkiye statement of 18 March 2016 (Council of the European Union, 2016). It envisaged sending EU's all irregular refugees trespassing to Europe from Turkish soil back to Türkiye. In exchange, for each Syrian being returned to Türkiye from the EU, another Syrian was resettled from Türkiye to the EU (Council of the European Union, 2016).

While Türkiye was regarded as a reliable partner by being the main host country of the Syrians and the main corridor for incoming migrants and refugees (Nestoras, 2015), such

⁶ Dublin Regulation requires that Member State, where irregular migrant enters, is responsible for examining an asylum application of irregular migrant.

a political maneuver by the EU placed Türkiye as the most critical third-country partner that provided political leverage to Türkiye in mediating its relations with the Union. Accordingly, the way of the management of the crisis by the EU generated a bargaining tool for Türkiye in its accession negotiations by revitalizing the political dialogue between the two parties (İçduygu & Aksel, 2014). Following the statement, the migratory flows in the Turkish-Greek frontier remarkably decreased (Spijkerboer, 2016), since the entries of undocumented people from Turkish soil into Europe were strictly controlled until 2020 (Oztig, 2020).

However, on February 27th, 2020, in the face of the aggravated threat of more refugee arrivals from Syria (Ergin, 2020) after a deadly airstrike in Idlib, Syria by Syrian regime forces that killed 33 Turkish soldiers (Jamieson, 2020), Türkiye opened its Greek border to European-bound asylum seekers and migrants. Türkiye alleged that the EU had not kept its promises within the framework of the 2016 deal (Oztig, 2020). While thousands of refugees and migrants from different nationalities (Syrians, Afghans, Pakistani, Iranians and Somalians etc.) approximately about 12.000 to 25.000 gathered on Türkiye's western border (Ergin, 2020), Greece and the EU were left prone and ill-prepared for the sudden influx of refugees. Greece's prime minister Kiriakos Mitsotakis regarded the developments as "a conscious attempt by Türkiye to use migrants and refugees as geopolitical pawns to promote its own interest" (Mitsotakis, 2020). He evaluated the situation along the Greek land and sea border 'as an imminent threat to the country's national security' (Oztig, 2020). In order to avoid the repetition of the 2015 refugee crisis, Greece declared no illegal entries would be allowed (BBC, 2020) and applied disproportionate force including tear gas, plastic bullets and water cannons to halt the border crossings. In addition, it suspended asylum applications for a month (Infomigrants, 2020). The decision was criticized by the European Council on Refugees and Exiles (ECRE) and United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR) on the grounds that there was no legal basis to halt asylum requests within either the European refugee law or the 1951 Refugee Convention (ECRE, 2020; UNHCR, 2020).

Yet, the EU refrained from any explicit condemnation of the ill-treatment of the asylum seekers (Cortinovis, 2021) and it deployed all the necessary support to Greece. On March

3rd, Ursula von der Leyen, the head of the European Commission, visited the Greek side of the border and expressed the EU's support for Greece: “[o]ur first priority is to ensure the order is maintained at the Greek external border, which is also a European border... I am fully committed to mobilising all the necessary operational support to the Greek authorities” (European Commission, 2020). In this respect, both Greece and the EU adopted a heavily securitised approach in responding to the border tension. Greece closed its borders on 19th March due to the Covid-19 outbreak and the crisis was de-escalated temporarily. Refugees, who gradually lost hope to reach Europe, were sent to quarantine places in various regions of Türkiye (Daily Sabah, 2020). Against this background, this paper investigates the anti-refugee and anti-immigrant discourses articulated within the comments on the official EU website Euronews and Euronews Turkish YouTube channels communicating about the crisis.

METHOD

The research analysed the comments made by commentators of the social networking site YouTube in response to the two particular videos that went viral and received the most comments communicating about the Turkish–Greek Border Crisis in March 2020 on the English and Turkish channels of the EU official news agency Euronews. The reason for choosing these videos is to capture the discourses of commentators who reacted quickly during the escalated tension of the crisis. In other words, the study aimed to provide a detailed description of the qualitative nature of people's online reactions to and attitudes towards refugees and migrants within the specific context of the border crisis. To this end, it analyzes a large dataset of comments taken from the most interacted videos respectively on 2nd March 2020 (V1) and 28th February 2020 (V2). The former was uploaded to the analysis program on May 16, 2020, while the latter video was uploaded on June 15, 2020. As of these dates, the number of comments has been respectively 2255 (C1) and 817 (C2). Accordingly, in total 3072 comments were traced and analyzed.

The comments were coded and analyzed through the qualitative data analysis software MAXQDA. The use of the qualitative data analysis software MAXQDA.22 speeded up the process and allowed the researchers to analyse the high volume of data in depth from different perspectives. Code and sub-codes related to comments were assigned and

analyzed. Since the encoding process is prone to errors in the application of the codes to the corpus under analysis (Oliveira et.al., 2013), the encoding process has been repeated by the co-authors separately as well. Except for the swearing comments, all the comments in the video were utilized unchanged in the findings section.

Thematic analysis of the YouTube comments on the English video identified mainly 32 codes. These are related to main themes including security, economy, culture, and politics. In total, the number of coding is 394. The codes and their respective definitions are laid out in the following Table:

Table 1

Codes identified through the English video and their descriptions

Code Theme	Sub-Theme Name	Number	Explanation
Security	Security (General)	6	Security reasons in general
Security	Crime	10	Perception that refugees and immigrants are criminals
Security	Illegality	8	Perception that refugees and immigrants are illegal
Security	National Security	48	Entrance of the refugees and immigrants as a matter of national security
Security	Public Safety	3	Perception that refugees and immigrants are threat to the public security
Security	Terror	25	Featuring relationships between refugees and migrants and terrorism, framing them as terrorist
Categorization	Different categorization of Refugee and Migrant	41	Using refugees and immigrants interchangeably, Framing refugees as economic immigrants
Economy	Economy	5	Economy related issues in general
Economy	Economic Conditions of Refugees	5	Perceptions that refugees are in good conditions
Economy	Employment	12	Perception that refugees and immigrants are stealing jobs of the native population
Economy	Social Welfare	27	Perception that refugees and immigrants live a comfortable life by utilizing social welfare opportunities and they put burden to the hosting states

A thematic analysis of YouTube comments on 2020 Turkish–Greek border crisis: The case of Euronews

Economy	Better Job Opportunities	5	Perception that refugees and immigrants leave their countries for better job opportunities
Economy	Access to Public Services	7	Perception that refugees and immigrants live a comfortable life by benefiting from the public services of the EU member states
Economy	EU-TR Relations	5	Economic perspective within the EU-Türkiye relations
Economy	Development	6	Perception that refugees and immigrants are necessary for the development and that they are accepted for German interests
Culture	Culture	8	Culture and cultural differences in general
Culture	Racism	5	Discriminatory comments based on race
Culture	Age/Generation	14	Perception that refugees and migrants are young and they are not in need of help & that they will be a burden when they get older
Culture	Nationalism	2	Constructing cultural differences and discrimination through a nationalist perspective
Culture	Europeanism	8	Constructing cultural differences and discrimination through European perspective
Culture	Hate Speech	15	Hate speech including direct swearing, humiliation and insult
Culture	Religion	60	Cultural differences and discrimination based on religion (Islamic religion)
Culture	Language	4	Language (Arabic) based cultural differences
Culture	Daily Practice	11	Cultural differences and discrimination based on their daily-life practices
Culture	Food	1	Cultural differences and discrimination based on their eating habits (alcohol, pork etc.)
Culture	Clothes	6	Cultural differences and discrimination based on their clothing
Culture	Discrimination	3	Comments based on discrimination
Political	Political	3	Comments on politics in general
Political	Migration Policy	2	Comments on the migration policy
Political	Minority/Ethnicity	2	Comments based on minority issues and ethnicity
Political	Border	33	Comments on the border issues

Political	EU-TR Relations	4	Comments within the context of the EU-Türkiye relations
	TOTAL	394	

On the other hand, thematic analysis of the YouTube comments on the Turkish video identified mainly 19 codes. In total, the number of coding is 174. The codes and their respective definitions are laid out in the following Table:

Table 2

Codes identified through the Turkish video and their descriptions

Code Theme	Sub-Theme Name	Number	Explanation
Willing to Expel	Expel	35	Desire to send migrants and refugees, especially Syrians, back to Europe or their home country
Qualification	Qualifications of Refugees/Migrants	29	Humiliating the refugees and immigrants by their education, characteristics and qualifications
Security	Crime	3	Perception that refugees and immigrants are criminal
Categorization	Different Categorization of Refugee and Migrant	1	Using refugees and immigrants interchangeably, Framing refugees as economic immigrants
Economy	Economic Crisis	11	Economy related issues in general
Economy	Economic Conditions of Refugees	1	Perception that refugees and immigrants live a comfortable life
Economy	Employment	6	Perception that refugees and immigrants are stealing jobs of the native population
Economy	Social Welfare	16	Perception that refugees and immigrants live a comfortable life by utilizing social welfare opportunities and they put burden to the hosting states
Economy	Access to Public Services	4	Perception that refugees and immigrants live a comfortable life by benefiting from the public services of the EU member states
Culture	Culture	3	Culture and cultural differences in general
Culture	Racism	1	Discriminatory comments based on race

Culture	Nationalism	4	Constructing cultural differences and discrimination through a nationalist perspective
Culture	Europeanism	1	Constructing cultural differences and discrimination through European perspective
Culture	Hate Speech	36	Hate speech including direct swearing, humiliation and insult
Culture	Religion	3	Cultural differences and discrimination based on religion (Islamic religion)
Culture	Daily Practices	14	Cultural differences and discrimination based on their daily-life practices
Culture	Discrimination	1	Comments based on discrimination
Political	Political Tool	4	Regarding refugees and immigrants as a political tool
Political	EU-TR Relations	1	Comments within the context of the EU-Türkiye relations
	TOTAL	174	

FINDINGS

Codes and Themes: General Perception of Euronews Commentators

This section presents the themes, their respective codes and code relations of comments on both English and Turkish videos. The comments on the English video are mostly associated with the codes related to “religion” (60), “national security” (48), and “definitions of immigrants and refugees” (41), respectively. In addition, codes related to “border” (33), terrorism (25), and social welfare (27) sub-themes are also prevalent. In order to define our standpoint with regard to the coded themes here, it is first necessary to give a general definition of these most-occurred terms in our data analysis. Accordingly, the sub-theme of “religion” is mostly associated with statements signifying the cultural differences and discrimination based on religion (Islamic religion), while “national security” implies the statements made upon the entrance of the refugees and immigrants in close relation to the concerns of “national security”. The sub-theme of the “definition of immigrants and refugees” is generated mostly because of the misinterpretation of refugees as economic migrants. On the other hand, the sub-theme of the “border” has a close relationship with the Turkish-Greek border crisis of 2020 given that all of the comments were uttered during the crisis. The sub-theme of “terror” has

been expressed through featuring relationships between refugees and migrants and terrorism and framing them as terrorist. Lastly, the sub-theme of “social welfare” refers to the perception that refugees and immigrants live a comfortable life by utilizing social welfare opportunities and they put burden to the hosting states.

Codes related to religion-based themes are often articulated through the othering and securitization of the Islamic religion. In addition, these are conveyed through the sentiment that Islam is invading the European territory. The examples are as such, *“I hope you will solve your Muslim invasion problem before it’s too late”, “invading jihadists”, “Quran virus”, and “do not accept any Islamic immigrants other than refugees”*.

In a similar manner, the security concerns towards Europe and Greece are raised within the codes related to national security, *“These Muslims want to invade Greece”, “... this is not asylum...Ethnic cleansing of the Greek population from their homeland”*. The threat perception against European security is also evident in the comments such as, *“these people are a threat to the nation”, “this is a radical Muslim invasion of Europe organized by Turkey” and “this is an invasion, not immigration!”*.

The third commonly used code which is related to the sub-themes of “the definition of immigrant and refugee” shows that YouTube commentators often use refugee and immigrant interchangeably. The refugees are often constructed as ‘economic migrants’; *“they are not refugees but economic migrants, I have no sympathy for them!”*, *“they are economic migrants... they have nice clothes and money???”* and *“I can't see women and children, only economic migrants”* are just some examples of such statements.

Apart from these three codes, the codes related to the sub-theme of the "border" refer to closing the borders, keeping borders closed, not allowing the entrance of refugees and protecting the Greek and Bulgarian borders, which are the external borders of the EU. In a similar way, codes associated with the sub-theme of terror evoke the general understanding of the incoming immigrants and refugees as invaders, members of ISIS, and terrorist groups. The codes related to social welfare, on the other hand, convey the perception that these people are entering the EU to benefit from the social and economic welfare of the EU member states.

In the comments written on the Turkish video, the codes are related to the sub-themes of ‘hate speech’ (36), expelling refugees (35), and ‘qualifications of refugees and immigrants’ (29). The sub-theme of “hate speech” covers the expressions that promote and incite direct swearing, humiliation and insult directed against the refugees. In fact, adding hate speech to the Eurocrimes counted in Article 83 (I) of the TFEU in the near future is currently on the agenda of the European Commission. (Parliament, 2020) The sub-theme of “expelling refugees” refers to the commentator’s desire to send them away from the country regardless of their final arrival country. The utterances related to the “qualifications of refugees and immigrants” are constructed through the negative portrayals that humiliate them based on their education, characteristics and qualifications and stereotypes.

Comments coded within the sub-theme of hate speech often involve the dehumanization of refugees, “*Are they human *** (censored) they are wasting oxygen*”, “*I can't deal with this cannibal tribe Arab leftovers*”, “*Look at the dishonored, He says we will live in despair when asked whether he would live in Turkey. Shame on those who will take back bloodless people like you who left their homeland!!!*”. These examples conclude that how refugees are negatively viewed.

Under the sub-theme of the expulsion of refugees, two typical representations of refugees have been identified: The support for those who are trespassing to Europe on the grounds that the financial burden is being lifted from Türkiye, and sending them back to Syria. The examples coded by the sub-theme are such as; “*I hope they all go. Do not give up my refugee brothers, they [European States] have to take you*”, “*please go*”, “*go away, go to your country, fight for your country or side with Esad [President of Syria]. I do not understand the Europeans either. These guys are not integrated, my friend, they are all bigoted and ignorant people, and they should go to their own countries*”, “*They say there is a war in Syria, go and fight in Syria, save your country*”.

Within the sub-theme, the fact that European states should share the burden of the influx is also highlighted via comments as such:

“You [Refugees] should leave for good. Euronews, you are dishonored, but they will enter Europe sooner or later, leaving Turkey alone with these millions of refugees is not that easy.”

“Europe goes to the fore in defending the terrorist rights and tries everything to not to take the refugees... you were talking from afar (world), now let’s take it easy. I hope those doors will not be closed again. Let the people who want to leave.”

“Now it is your [Europe] turn to look after them [refugees].”

Another prevalent sub-theme in the comments through the Turkish video has been identified as the qualifications of the refugees and immigrants. The categorization of refugees and immigrants is identified to be conducted through their abilities, characteristic features and qualifications. Migrants, whose character traits are usually described as "ungrateful", "traitor", "treacherous" and "cowardly", are often accused of being "uneducated" and "unskilled". These negative portrayals of refugees have especially come to the fore when they publicly expressed the difficulties and challenges, they face during their stay in Türkiye while they were trying to reach Europe in March 2020:

"You are ungrateful people, you exploited us, we don’t give our blessings."

"I can’t tell you about ingratitude, but I can show you its video... Here you are, sir, I am so touched by it..."

On the other hand, the perception that the European states and societies will not welcome the refugees are often emphasized through such negation of their characteristic features as well:

"Why should they accept them [refugees and immigrants]? 90 per cent of them are treacherous disrespectful, ignorant people who lack manners. If they integrate into society and behave well, people accept them [refugees and immigrants], why not? I do not discriminate against people but European people cannot get along with them [refugees and immigrants]."

“Human rights and welfare are for their own people [European people], do they think of your uneducated refugees and immigrants?”

Comments on Security: Different Interests, Different Concerns

While commenting on the English video often interpreted the crisis in relation to the concerns of both national security and terrorism, the national security sub-theme has been especially prevalent. The analysis encoded sub-themes of national security and terrorism, respectively, 48 and 25 times. These sub-themes are followed by sub-themes of crime (10), illegality (8), security in general (6) and public safety (3). The sub-theme of crime is used to generate the perception that refugees and immigrants are criminals. In a parallel way, the sub-theme of “illegality” refers to the statements portraying refugees and migrants as illegal. The sub-theme of “security in general” refers to the security concerns of the public in general. The sub-theme of “public security” involves the expressions generating the perception that refugees and immigrants are threats to the public security. Accordingly, those who commented on the English video of Euronews regard the border crisis as a threat to their own nation and that those who come may involve in terrorist acts. These comments are often intertwined with the discourses of ‘invasion’ and ‘Islamic religion’ and ‘Muslim population’. In this respect, the border is associated with the protection of Greece and Europe from the invasion of [muslim] refugees and immigrants:

“An army by any other name...”

“These Muslims want to occupy Greece.”

“Don't accept any Islamic migrant other than refugees. if Europe accept them, it will cause destruction like in Syria”

“Islamic Jihadist invitation of Europe.... Don't let them in... you'll be doomed.”

“They are trying to enter a sovereign state with violence. This is an invasion. They should be happy they are not being shot.”

“95% Jihadist infiltrators (military age men as refugees) mixed with 5% women+children use them as a coverup/humanitarian shield to play their infamous habitual *victim card same as when they fight the army..”

In the sub-themes of crime, illegality and public security, there is an emphasis that they are entering the country through illegal means and statements that they are pedophiles and criminal gangs:

“Now it will be all our responsibility to never let any illegal criminals surpass or aggressively threatening our national borders.”

“Paedophiles we don't want these men to come to Finland”

“Gangsters with no health checks.”

“If they cross the border they will be arrested and deported because they are illegals. Simple.”

“Greece has the right to protect its borders. They do not want the illegal aliens.”

“This is not asylum. It's ethnic cleansing of the greek population from their motherland”

On the other hand, there is not any strong security concern articulated through the comments made on the Turkish video. The security-related themes were encoded only 3 times. Yet, the reactions are still harsh and there is generally a discursive construction based on the daily practice:

"They don't act like human beings, our soldiers greeted you with coffee, why are you being ungrateful here, you raped women and children, ****s"

“It's enough, we did more than we could do, we helped them that no other country has done. Still ungrateful people went to the border, where the Greeks pushed them back with gas bombs. They came back to Turkey. They still say that Turkey is bad, if so, they should go without waiting. They do not defend their country and they are messing with Turkey. Turkey is not their farm, they were standing while they were flying the flag in Taksim look at the nation, look at the people, all of them are in the latest fashion, look at our country. I can't think of these idiots who are stupid, they don't like it here, they work for 4 hours in their country, of course, they don't like where they should work while they can enjoy smoking hookah and harass women instead”

In summary, those who commented on the English video regarded the crisis the most from the perspective of fear of invasion and national security, while security concerns are not at the top of the list for those who comment on the Turkish video. Those who expressed security concerns generally formed their discourses through examples of daily practices.

Comments on Economy: Similarities and Differences

The common sub-themes raised through the comments on both the English and Turkish videos are social welfare and employment. While the sub-theme of “social welfare” is explained above, the sub-theme of “employment” refers to the comments revolving

around the implication that the refugees and immigrants are stealing the jobs of the native population.

Commentators on both videos have stated that immigrants and refugees are not beneficial to the hosting society and in contrast, they put a burden on and negatively affect unemployment rates in the host countries.

More specifically, within the English video, 27 of the coded themes related to the economy belong to the sub-theme of social welfare. The employment code has been assigned 12 times. When the prominent discourses under these two titles are examined, the discourse that they are unemployed masses taking advantage of social welfare conditions comes first. Even the Turkish diaspora in Germany is associated with such discursive constructions. Accordingly, there is a discourse on social welfare, formed usually through the construction of ‘similar cases’ in Germany and Sweden:

“85% of Turks who live in Germany are welfare guests, they don't work, over 90 % of these fake refugees are welfare guest, THEY DONT WORK, no one needs these people”

“Then what happens when those migrants get old? Does Germany just keep having to expand its population to infinity?”

“Their aim is to get to the wealthiest EU countries so they can cash in on all the "free stuff" (free house, free car, free food/medical care, and a lot of money).”

“Because of classism. The refugees are a huge financial and social liability and burden the host countries.”

The discourse on employment is intertwined with social welfare. It has been constructed via the statements that immigrants and refugees are employed instead of local people or they come for social benefits:

“Are you serious? Every European country has an unemployment rate well above 0% mate. The natives need the jobs themselves and this will only become more so the case as technologies continue to make human labour redundant. But you're right, there's no such thing as “free stuff”. All that is given for free to the invaders of Europe are paid for by the European natives”

“These journalists should be neutral! Those are economic migrants who only come for their own benefit! They want free healthcare, free food, free housing, without having to work”

“We do not accept all the misery of the world, we already have our poor, the vast majority are Muslims, and they do not speak our languages in Europe! they have no diplomas, housewives are forced to have a degree, security guards are obliged to have a diploma, electricians are obliged to have a diploma (empowerment)”

In the comments on the Turkish video, social welfare (16 times), the perception that they are the cause of the economic crisis (11 times) and employment (6 times) come to the fore. Under the sub-theme of social welfare, the statements often allege that refugees and immigrants receive a salary from the state, that they comfortably live, which demotivates them to return to their country, and that they benefit from health and education services unconditionally come to the fore:

“The Syrians will not return. Why should they? Salary, food, school, everything was given.”

“They fled the war-torn country and were met with salaries, houses and jobs. They were considered superior to the citizens of the state. I've come across these very often, they come and fool around in the city, and there is not any exception. Then, they don't like the country.”

“There are 4 million Syrians living in your country, they have more rights than you, and they benefit from everything, it happens to us that we cannot find a job or a house because of Syrians.”

In addition, the comments reflect the concerns of social welfare which are associated with the public services and economic instabilities in Türkiye. Given the ongoing economic challenges within the country, the refugees and immigrants are attributed as the source of economic crisis, inflation and increased prices:

“The price of everything has increased, he/she says what he/she is going to do. The country collapsed because of you.”

“The prices are increasing because of you, you hungry dogs. You are hungry and you are never full.”

“Refugees devastated the economy of the country, and they are still talking about price increases, it is because of you, you spent the whole money of the country”

In the employment sub-theme, the belief that there are no suitable jobs in the market since refugees and immigrants are employed without insurance is disseminated:

“Two Syrians work for a single minimum wage, they do not want insurance, the workplaces employ them. I cannot find a job because of them.”

“Wherever I look, they are full of Uzbek, Turkmen in the business sector, there is no job for our people, I have been unemployed for two months, I am stressed”

Apart from these themes, there are comments that refugees and immigrants have unconditional access to public services and that their conditions are not really bad after all. In summary, the overlapping points in the Turkish and English videos are the perception that refugees and immigrants live comfortably by utilising the opportunities of the hosting states, that they worsen employment conditions and cause unemployment and that they benefit from public services without any restriction. The diverging point, on the other hand, is that while refugees and immigrants are blamed for the economic crisis by the comments on the Turkish video, Türkiye -EU relations are regarded as a source of concern by the comments on the English one.

Comments on Culture: “Not from us”

The statements which were encoded under the theme of culture were built upon the ‘othering’ of refugees and immigrants. While these were formed through religious differentiation in the comments on the English video, hate speech against them was prevalent in the Turkish comments.

In the English comments, religion as a coded sub-theme (60 times) has been way ahead of the other sub-themes. It was followed respectively by hate speech (15 times), age (14 times) and daily practices (11 times). While the sub-theme of “hate speech” is explained above, the sub-theme of “age” refers to the young migrant and refugee comers. The sub-theme of “daily practices” is about stereotypes regarding their daily life routines such as sitting in the beach with doing nothing and smoking shisha. The religion of the refugees and immigrants [Islam] is articulated through associating it with violence, conflict, invasion and war:

“Hope you manage to solve your Muslim invasion problem also before it’s too late.”

“There are large differences in terms of culture, language and religious sect.”

“Islam have phobia to Christians, to Jewish, to Buddhist, to Sintoist, to Confucius religion, to agnostic, to Athee people. Islam is war, disaster and poverty always.”

“95% are not refugees, they are illegal immigrants, they don't have any job skills, many of them were jihadists or in prison for serious crimes...”

Especially the second excerpt is intertwined with social welfare. Some comments even claimed that social welfare is not the welfare of the states, but the welfare of the white Christian population: *“These Muslims just want white Christian welfare.”*

Hate speech, on the other hand, involves insulting words and implications. The comments proposed that refugees and migrants arriving at the Greek border should die, they deserve all kinds of ill-treatment, and they deserve hell because they are not human:

“The nazis at the Greece border couldn't even show their faces.”

“Open the gates of HELL, and usher them in, I'm pretty sure they'll be welcomed there”

“They are trying to enter a sovereign state with violence. This is an invasion. They should be happy they are not being shot.”

“Why does she use the term, "men, women and children"? Why can't she just say human animals? Because of this human rights fanaticism, the UK left.”

“Daedalus Greeks the ones who "pushes the refuges on boats to sea or sinking their boats.”

Age-related comments emphasized the influx of the young men to the Europe:

“You only mention woman & children.... most of them are single young men...a invading force...”

“And the vast majority of them are military aged men.. yet again”

“75% are Afghani men...approx age 25! Invasion is what these migrants are! Why are they not going to Islamic countries?”

On the other hand, the most prominent theme in the Turkish comments is hate speech including harsh insults. The expressions along with various descriptions attributed that refugees and immigrants are not human and they are ungrateful:

“Are they human? They are wasting the oxygen”

“Rights apply only to people?”

“I can't deal with this cannibal tribe Arab leftovers.”

“I feel like they are puking the country more and more”

“Treason is in their blood”

“You will shoot anyone who crosses the border, it's that simple”

The comments about daily practice often emphasized the high pregnancy rates among the refugees and immigrants. These were often reflected through a picture that previously became viral on social media. In the picture, a Syrian smokes hookah while looking around on the beach. This image radically feeds the discourse that Syrians live comfortably in the country. There have been constant references to this image in the comments about daily practice:

“If anyone who says "Allahu Akbar" is a Muslim, terrorist organizations would be the best Muslims. There is not a single Syrian in the mosque. They are all in the internet cafe. On the beach. In hookah”

“Here, they have 9 or 10 children, they all smoke hookah and chasing girls on the beach, eeee, you didn't expect us to say that they are mujahids! I guess”

“You could have taken care of your country instead of making love and giving birth to children”

Comments on Politics and Other Issues: Tool or Threat? Who are They?

Politics has been the theme over which the comments were mostly diverging. While the vast majority of those who commented on the English video constructed their comments on the border issue, those who commented on the Turkish video saw the issue of refugees as a political tool. The border is not perceived here as a security issue. Since the current crisis is from the border region, the border was emphasized. However, the policy-themed comments in the Turkish video are very few. While providing a general overview regarding the stemming reasons is beyond the scope of this research, this can be explained by the fact that the year 2020 has been the year that the parties have not yet seen the phenomenon of migration as a means of gaining political votes in Türkiye yet. At the beginning of 2023, the atmosphere dramatically changed with the approach of the general election. Thus, for those who commented on the video in 2020, the issue of immigration is not overly politicized in Türkiye.

In the videos, 49 themes were encoded about the policy theme in total. While border theme was encoded 33 times in the English video, the rest is related to EU- Türkiye relations, the general political situation, and minority and immigration policies.

In the comments in the Turkish video, there are statements highlighting that migrants and refugees can be used as a tool to press Europe politically and that Türkiye can be a trump card that will strengthen its hand against European countries.

In the comments on the English video, the prominent discussion other than the themes of economy, politics, security and culture is about the qualifications of the incoming refugees and immigrants. There is a constructed confusion as to whether they are economic migrants, asylum seekers, or war survivors. The embedded perception here is that they left their country for economic purposes and they actually come to earn money rather than to seek protection and they pose a danger to the destination countries they arrive at. In this vein, refugees trying to cross the border are defined as immigrants, economic migrants, and welfare tourists:

“NO!! They are not innocent and they are not poor and they are not refugees - They are immigrants and NOT welcome - why can't they understand that they are not going into Europe”

“These are economic migrants. They have good clothes and money”

“Don't let them in! They are not refugees; they want a better life at the expense of the Europeans!”

“Keep the borders closed as these are not refugees but welfare tourists and seekers for freedom of drinking and bothering girls, (don't forget what happened in cologne)”

“I can't see women and kids. Just economic migrants.”

“They not seeking asylum, they seeking for money”

HOLISTIC EVALUATION

Theme Relations

Looking at the relationship between the themes in the English news video, "religion-national security" (16 relations), "terror-national security" (8 relations), "terror-religion" (7 relations), and "social welfare-employment" (6 relations) stands out. In the religion-national security theme relationship, comments have been made on the basis that Europe is in danger of an Islamic invasion, that only Christian refugees should be accepted for security reasons, and that Christianity should be defended, as can be seen in the following examples:

“Islamic Jihadist invitation of Europe.... Don't let them in... you'll be doomed.”

“Close ALL borders and accept genuine Christian refugees who are persecuted. All Islamists are no longer trustworthy. There is a front and a back door. Respect the law of the land and go the proper way. Don't jump fences and act unlawfully. They have NO rights. This is an invasion!”

“Should stand again to defend our land our people our way of life and religion.”

When the theme relationship between terrorism and national security is analyzed, it is seen that comments show the perception of the commenters that they will be invaded and that this will be supported by terrorism:

“Europe is not responsible to raise and feed the people who left their abode! These people are Islamic foot soldiers! and They were involved in war crimes!!!”

“Invaders. Soldiers. I wouldn't really refer to them as "migrants"”

“It's a deliberate Islamic invasion. Say NO”

In the relationship between terrorism and religion, comments were made on the invasion of Europe by jihadists: “*Those young men are Islamic Warrior for the Jihad against Europe*” and “*95% are not refugees, they are illegal immigrants, they don't have any job skills, many of them were jihadists or in prison for serious crimes...*”

In the social welfare-employment code relationship, there is a perspective based on the fact that they benefit from the opportunities of the social state and they do not have any economic contribution. Examples of such statements can be given as such:

“85% of Turks who live in Germany are welfare guests, they don't work, over 90 % of these fake refugees are welfare guest, THEY DONT WORK, none need these people”

“These journalists should be neutral! Those are economic migrants who only come for their own benefit! They want free healthcare, free food, free housing, without having to work”

In the Turkish video, when the code relations are examined, "hate speech - the quality of immigrants and refugees" (6 relations), "social welfare - daily practices" (5 relations) and "social welfare - employment" (4 relations) come to the fore. It is noteworthy that they regard refugees and immigrants as the cause of economic concerns and economic problems, and they are bothered by Syrians' existence within the social circles. The

employed hate speech is vivid as well. The excerpt below is one of the relational examples of the themes of hate speech and qualifications/attributions of immigrants and refugees:

“The ungrateful people look for the ungrateful, hope they will not come back. They are running like mice. Young people, go fight. It is pity for our soldiers. But they are saving their own ass”

“You are not wanted in Turkey, you are ungrateful traitors, there has already been an inflation, life is hard”

“*** ** (censored) traitorous dishonored, you fled your homeland, to whom will you be good for? Greek soldiers, tear gas is not enough, shoot bullets at these ungrateful people”

On the other hand, following comment is example of relationship between social welfare, daily practices and employment:

“They fled the war-torn country and were met with salaries, houses and jobs. They considered themselves superior to their own citizens. I've come across these very often, they come and do licentiousness in the city, not an exception, but in general. Then they don't like the country. What if you hadn't come then? If this is not a good country, if you were fighting for your own country to be good?”

“4 million Syrians live in your country, they have more rights than you, and they benefit from everything. The only thing that happens to us is that we can't find a job or a house. We go to the hospital; the Syrians don't have time to come. Despite this, are the people in your country unscrupulous, what will you do yet?”

Theme Maps

In order to interpret and make sense of the comments and coding in the Euronews' English video in general, it is necessary to examine the general map of the themes. The map shown below was created according to the frequency of simultaneous use of the themes with each other. The colours of the themes are according to the themes and sub-themes made in the MAXQDA.22. Accordingly, orange dots represent the cultural theme, red dots represent the theme related to security, yellow dots represent the theme related to economy, purple dots represent the theme related to the definition of migrants and refugees and brown dots represent the theme related to the political dimension.

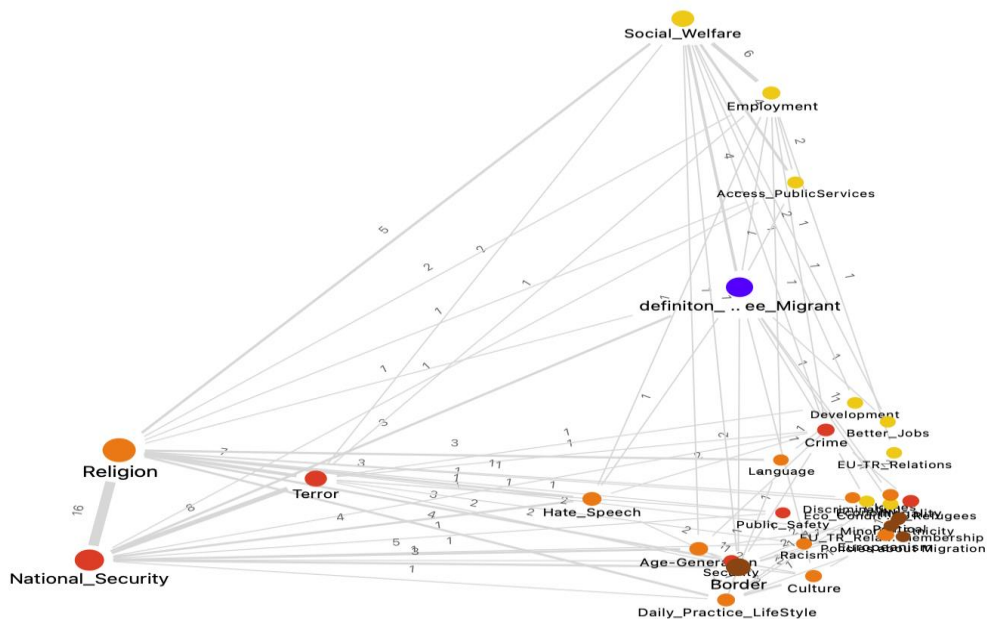
According to the map, themes of religion, national security, and terrorism are located close to each other and the relationship between them is high. Apart from this, it is observed that social welfare, employment and access to public services under the theme

of the economy are also located relatively close to each other in the upper right corner and other themes are generally close to each other. It is also observed that the code on the definition of migrants and refugees is more related to national security and social welfare, while the theme of social welfare is more related to the themes of employment, access to public services, the definition of migrants and refugees, and surprisingly, it is also related to religion.

The themes in the map below about the Turkish video were created according to the frequency of use of the themes at the same time with each other. The colours of the themes are according to the themes and sub-themes made in the analysis program. Unlike in the English video, the black dot represents the theme of "characteristic of migrants and refugees."

Map 1

Thematic map of comments on the Euronews video in English

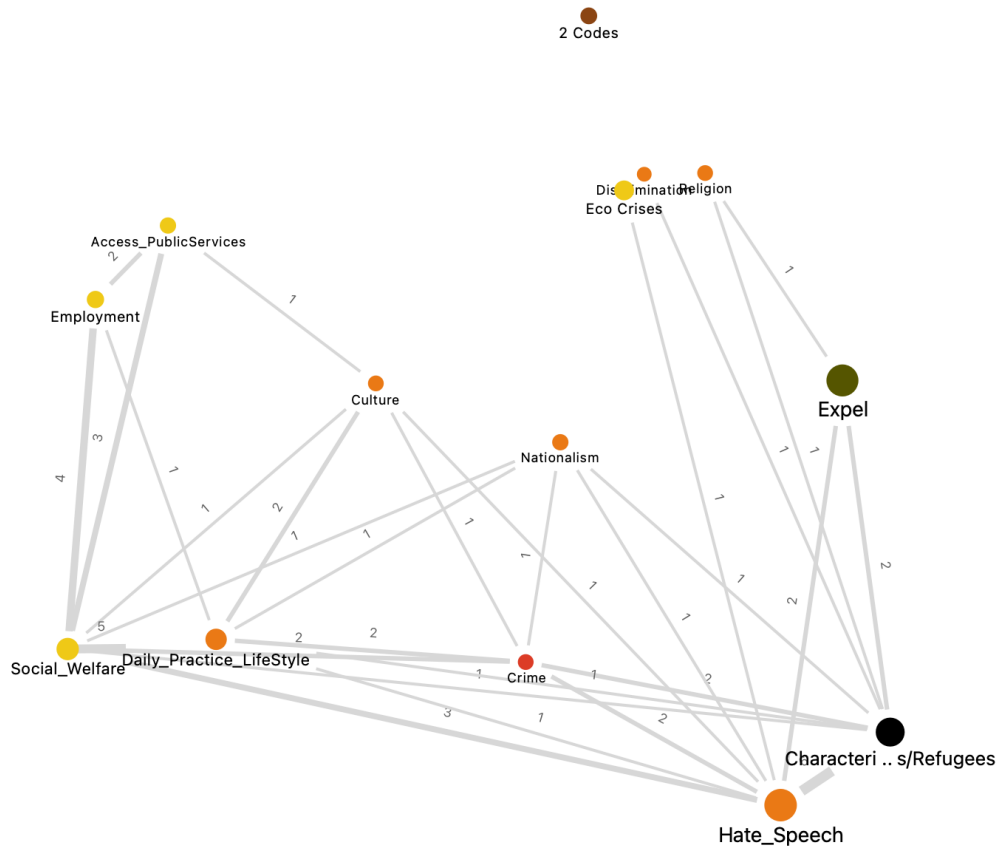


When the map in the Turkish video is analysed, it is seen that the themes of "wish to expel", "characteristic of migrants and refugees" and "hate speech" are located close to each other and are in mutual relationship with each other. While the sub-themes related to the economy are generally close to each other, social welfare and the daily practices of refugees and migrants are located close to each other, which is different from this pattern.

In addition, the themes related to political issues are not related to other codes, but stand independently in the lower right.

Map 2

Thematic map of comments on the Euronews video in Turkish



CONCLUSION

By investigating the anti-refugee and anti-immigrant discourses articulated within the comments on the English and Turkish YouTube channels of Euronews communicating about the Turkish–Greek Border crisis, this research empirically contributes to the relevant literature. It provides a novel analysis regarding the perceptions towards refugees and migrants within the current global context of the aggravated anti-refugee and migrant sentiments leading to the crises between neighboring states. We argue that conducting such analyses is valuable in terms of enlightening the policymakers and other actors to understand public concerns and take necessary measures relating to migration in

preventing the prospective social conflict and disharmony between the host society and the newcomers.

The analysis of the large dataset of comments taken from the most interacted videos respectively on 15th May 2020 in English (V1) and 16th June 2020 in Turkish (V2) during the crisis showed that while the motivations and reasons may differ, both videos contain negative portrayals of and attitudes against refugees and immigrants.

The commentators in the English video perceive the border crisis as an invasion boosted by economic and cultural concerns often implying that culturally different ‘other’ would disrupt the social harmony of European society. In this regard, religion appears as the most encoded theme, which can be explained as largely arising from cultural concerns. Besides, religion was also found to be the most co-occurred theme with the other themes.

As another prevailing issue, national security has been among the most brought-about themes, which can be associated with the fear of terrorism and the massive influx of people during the 2015 European Refugee crisis. In this respect, the securitized approach adopted by both Greece and the EU might have played as a critical denominator as well.

The third most encoded theme was the framing of the refugees as the ‘migrants’ which should be handled in close association with the economic concerns that involve the pejorative designation of refugees as economic migrants portraying them as the exploiters of the host society. Such raised arguments remarkably evoked that economic welfare would be lost was realized through and in relation to the themes of burden and social welfare as well.

In a similar way, the alleged economic burden that the refugees put on Turkish society was one of the prior concerns of the commentators in the Turkish video too. Because of the economic setbacks in Türkiye, the commentators stigmatized the refugees as scapegoats and sources of financial difficulties. Thus, the prevailing theme of expulsion was vowed through such concerns.

Yet, in close association with the economic problems, hate speech directed against the refugees was the most encoded theme in the Turkish video. It was realized through dehumanization, discrimination, criminalization, and marginalization with ‘us’ vs ‘them’

dichotomy. These were also accompanied by cultural racism which involves the constructed reaction that their daily practices were different culturally. Such cultural racism was also observed within the discussions of the qualifications of the refugees that negatively label refugees as "ungrateful", "traitor", "uneducated" or "unskilled" people. These negative portrayals have especially come to the fore when refugees publicly expressed the difficulties and challenges they face during their stay in Türkiye while they were trying to reach Europe in March 2020 in the middle of the crisis.

When the two examples are compared based on the comments made on both videos, it is found that while the perception towards Syrian refugees and migrants might be affected by various factors including social interaction, religion, cultural backgrounds etc., they were often articulated in a close association with different experiences of the societies with the refugees. Accordingly, one of the critical and interesting findings of this research was that each side's negative perceptions are constructed through the divergent standpoints stemming from the so-far divergent levels of contact between the Turkish and European public. In this vein, while the border crisis triggered security-based considerations with the 'fear of invasion/terrorism' on the Greek and EU side as a cover for the ill-treatment of the asylum seekers, Turkish commentators regarded the crisis as a leeway for the expulsion of the refugees from the country, which culminated in the generation of the hate speech discursively boosted by the real-life experiences as a cover for the ill-treatment against the refugees.

In this regard, this research serves as a comparison ground for further studies on the arrival and existence of refugees and migrants to investigate the different experiences of the host societies which might be replicated notably in the context of the ongoing Ukrainian War. In addition, conducting a comparative thematic analysis of the comments regarding the arrival of Ukrainians to the EU member states with the refugees from different countries such as Syrians could also provide an important contribution to the literature.

REFERENCES

- Agencies, D. S. with. (2020, March 27). *Migrants end wait at Turkey-Greece border for Europe*. Daily Sabah. <https://www.dailysabah.com/politics/migrants-end-wait-at-turkey-greece-border-for-europe/news>
- Asghar, M. Z., Ahmad, S., Marwat, A., & Kundi, F. M. (2015). *Sentiment Analysis on YouTube: A Brief Survey* (arXiv:1511.09142). arXiv. <http://arxiv.org/abs/1511.09142>
- BBC. (2020). *Greece suspends asylum applications as migrants seek to leave Turkey—BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-europe-51695468>
- Communication From the Commission to The European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and The Committee of the Regions a European Agenda on Migration*, (2015). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1485255362454&uri=CELEX:52015DC0240>
- Connor, P. (2016). *Number of Refugees to Europe Surges to Record 1.3 million in 2015. Pew Research Center's Global Attitudes Project*. <https://www.pewresearch.org/global/2016/08/02/number-of-refugees-to-europe-surges-to-record-1-3-million-in-2015/>
- Cortinovis, R. (2021). *Pushbacks and lack of accountability at the Greek-Turkish borders*.
- European Council on Refugees and Exiles (ECRE)*. (2022). <https://ecre.org/>
- EU-Turkey statement, 18 March 2016*. (2016). <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2016/03/18/eu-turkey-statement/>
- Fact Check: Did the EU-Turkey Deal Bring Down the Number of Migrants and of Border Deaths?* (2016). <https://blogs.law.ox.ac.uk/research-subject-groups/centre-criminology/centreborder-criminologies/blog/2016/09/fact-check-did-eu>

Fargues, P., & Fandrich, C. (2012). *The European response to the Syrian refugee crisis: What next?*

Greece has 'no right' to suspend asylum applications, UN. (2020, March 3). InfoMigrants. <https://www.infomigrants.net/en/post/23142/greece-has-no-right-to-suspend-asylum-applications-un>

Greenhill, K. M. (2016). Open arms behind barred doors: Fear, hypocrisy and policy schizophrenia in the European migration crisis. *European Law Journal*, 22(3), 317–332.

How is the migrant crisis dividing EU countries? - BBC News. (2016). <https://www.bbc.com/news/world-europe-34278886>

İçduygu, A., & Aksel, D. B. (2014). Two-to-tango in migration diplomacy: Negotiating readmission agreement between the EU and Turkey. *European Journal of Migration and Law*, 16(3), 337–363.

Interview of Prime Minister Kyriakos Mitsotakis on CNN TV station and journalist Richard Quest | Ο Πρωθυπουργός της Ελληνικής Δημοκρατίας. (2020). <https://primeminister.gr/en/2020/03/06/23497>

ISIS militants seize towns in Syria's Aleppo province. (2014, August 13). France 24. <https://www.france24.com/en/20140813-isis-militants-seize-towns-syrias-aleppo-province>

Jamieson, A. (2020). *Refugees reach Greek border as EU demands Turkey uphold commitments.* Euronews. <https://www.euronews.com/2020/02/27/at-least-22-turkish-soldiers-killed-in-syria-airstrike>

Kirişçi, K. (2014). *Syrian refugees and Turkey's challenges: Going beyond hospitality.* Brookings Washington, DC.

Nestoras, A. (2015). The view from Europe's borders: Greece and the CSDP as a security provider. In *The Common Security and Defence Policy: National Perspectives* (pp. 61–84). Academia Press.

- Özoflu, M. A., & Kahraman, S. (2019). Rethinking European integration process in the light of crises introduction. *Köz-Gazdaság-Review of Economic Theory and Policy*, 14(1), 53–67.
- Oztig, L. I. (2020). The Turkish–Greek Border Crisis and COVID-19. *Borders in Globalization Review*, 2(1), 78–81. <https://doi.org/10.18357/bigr21202019843>
- Parliament, E. (2020). *Proposals to extend the list of EU crimes to all forms of hate crime and hate speech / Legislative Train Schedule*. European Parliament. <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-new-push-for-european-democracy/file-hate-crimes-and-hate-speech>
- Press corner / European Commission*. (2020). Retrieved 2 January 2023, from https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/statement_20_380
- Shanahan, M. K. (2017). *Journalism, online comments, and the future of public discourse*. Routledge.
- Spijkerboer, T. (2016). Europe’s refugee crisis: A perfect storm. *Border Criminologies*, 10.
- UNHCR. (2022). *Syria emergency*. UNHCR. <https://www.unhcr.org/syria-emergency.html>
- UNHCR - UNHCR statement on the situation at the Turkey-EU border*. (2020). <https://www.unhcr.org/news/press/2020/3/5e5d08ad4/unhcr-statement-situation-turkey-eu-border.html>
- What Happened at the Greece-Turkey Border in early 2020? (2020). *Verfassungsblog*. <https://verfassungsblog.de/what-happened-at-the-greece-turkey-border-in-early-2020/>

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

26/01/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

20/03/2023

Russia's strategic interest in post-Soviet Countries

Emilia ALAVERDOV¹ & Liza AMILAKHVARI²

Abstract

After the dissolution of the Soviet Union, the influence of the Russian Federation on part of the post-Soviet countries gradually weakened, but the Russian political elite still does not want to realize the fact that the republics of the former USSR are no longer subordinate to Moscow (Alaverdov, 2020). The sphere of its strategic interests, Russia extends especially to the South Caucasus to the South Caucasus - the Black Sea-Caspian region, which has become the major attractive area of global and regional superpower rivalry in the post-Cold War era. This was significantly facilitated by the region's geopolitical location and solid energy resources (Tibold & Cillessen, 2006). Soon after the Soviet Union collapsed six documents have been adopted by the highest authorities of Russia, in which the basic principles, priority directions, goals, and objectives of the country's foreign policy have been formulated. Despite the periodic softening of the rhetoric, all documents have one invariable characteristic: all of them are focused on the importance of Russia in a new world order formation, the weakening of the position of the West, and the emergence of new dominant political and economic players in the international arena. In this case, we have to highlight that as a new state, Russia immediately showed disrespect for the territorial integrity of states and their territorial integrity. Moreover, it has tried and is still doing its best to change the security of European and Euro-Atlantic architecture and restore the principle of "spheres of influence" in its small and big neighboring states. All these have a negative impact not only on the security of the Russian Federation and its neighboring states but on European as well.

Keywords: Conflicts, South Caucasus, Euro-Atlantic integration, Russia, Security, Foreign policy

¹ Prof. Dr.; Georgian Technical University Department of Politics and International Relations, Tbilisi, Georgia
E-mail: Emily-78@mail.ru ORCID: 0000-0003-3282-172X

² Assoc. Prof. Dr.; Georgian Technical University Department of Politics and International Relations, Tbilisi, Georgia

E-mail: liza.a.1911@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3076-7213

Atıf İçin / For Citation: ALAVERDOV, E. & AMILAKHVARI, L. (2023). Russia's strategic interest in post-Soviet Countries. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 289-298. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

INTRODUCTION

Since gaining independence post-soviet countries have undergone a very difficult way (Alaverdov, 2019). Here is worth highlighting that the most of South Caucasus countries are small and recently formed, and their domestic policies are still under development. As for foreign policy here, we can say that all the countries' foreign policy directions are still unclear with their see-saw policy which requires a very prudent balanced, and cautious approach. After gaining independence, mastering and implementing their strategic function became one of the important foreign policy goals for these young states, but at the same time, Russian political goals also developed, which came into sharp conflict with the interests of the states of the South Caucasus region.

In terms of geography, the South Caucasus is the connection between Europe and Asia. Moreover, it is a space where Slavic, Turkish, Persian, and Caucasian cultures, as well as Muslim and Christian civilizations, are gathered together (Henze, 1993), which turns the South Caucasus into an important crossroads for various large-scale projects, the implementation of which requires the cooperation of both regional and non-regional actors (Litvishko, Novoselovab, Kalabekova, 2022).

South Caucasus countries are given different positions by a very complicated political dimension. Here we have to say that all three South Caucasus countries do not respond to the challenge of European integration in the same way (Alaverdov, 2020). As for the situation in the region, we can say that it leaves much to be desired since is it seized by conflicts between Azerbaijan and Armenia; has a frozen conflict between Georgia and Abkhazia, and Georgia and "South Ossetia"; arbitrary occupation of the territories of Georgia; has lack of power balance and instability; and faces economic hardships and poverty.

After the collapse of the Soviet Union and gaining independence, first joining the UN, and then declaring its desire to integrate into the European Union and NATO, Georgia announced to the civilized world that it wants to be an independent, free, and sovereign state, a full member of the Euro-Atlantic space.

Russia, which has not yet come to terms with the loss of geopolitical importance and hegemony caused by the collapse of the Soviet Union, did not consider small countries equal to itself and did not find common ground with them causing the unsecured situation in the whole region which reflected negatively on its security.

Research Methodology

The paper is based on systematic and complex approaches, it uses certain research methods proven in the social sciences, such as:

- **Content analysis** - is one of the most common methods. It is used to obtain and analyze documented information in the form of texts, media, etc. It enables us to gain significant information about the processes happening in society and observe social life analyzing its certain aspects, to point out the inherent in a particular social group's values, customs, and norms in a certain historical period;
- **Observational method** - is a research technique where you observe phenomena in most natural settings. This enables them to see the subjects, make choices and react to situations in their natural setting;
- **Comparative method** - a certain method that compares two or more objects, such as ideas, phenomena, research results, etc.), underlines the differences and common to categorize and sort them (Alaverdov, 2022).

DISCUSSION

After the collapse of the Soviet Union, the influence of the Russian Federation on part of the post-Soviet countries gradually weakened, and several important countries of Russia's "close neighborhood", including Georgia, announced their aspirations to join the European Union and the NATO, thereby irritating the Kremlin. The EU and NATO foreign policy, which is aimed at strengthening democracy in the post-Soviet states and creating a "ring of friends" (Prodi, 2002) around Europe, is perceived by the Kremlin as a threat to its geopolitical interests in the region.

Since gaining independence post-soviet countries have undergone a very difficult way (Alaverdov, 2019). Here is worth highlighting that the most of South Caucasus countries are small and recently formed, and their domestic and foreign policies are still under development with the unclear and see-saw policy. Thus, having considered all these, it is especially important to ensure equal and integral security in the region (Pashayeva, 2015). After gaining independence, mastering and implementing their strategic function became one of the important foreign policy goals for these young states, but at the same time, Russian political goals also developed, which came into sharp conflict with the interests of the states of the South Caucasus region. Both in the speeches of Russian politicians and the political doctrines of this country, the significance of the South Caucasus region for Russia is constantly emphasized (Chkopoia, 2022).

In the formation of Russia's policy toward Georgia, the regional context plays the most important role (Tsereteli, 2021). Because the North Caucasus is a certain and solid breeding ground of instability, Moscow understands the growth of its impact in the region as a guarantor of steadiness in the North Caucasus (Alaverdov & Demircioglu, 2022).

The role of Russia is extremely negative in the modern development of Georgia. This manifested in the actual annexation of almost twenty percent of the territory of Georgia, in the constant attempt to change the foreign policy choices of the country, in rude interference in domestic political processes, and in the open use of different methods of influence, including aggression. Russia has been playing such a role since the 1990s, after the collapse of the Soviet Union, and the change of government in Moscow reflected only the intensity of the role, not the content.

If we will look back just at the last 20 years and do not go further, we will see that Russia, either to satisfy its interests or to punish its “disobedient neighbor”, had repeatedly used “Hard Power” against Georgia.

In addition to the "traditional methods" of expressing aggression, Russia often uses methods with a real purpose that is disguised by various declared, as they call them, "legitimate"

reasons. For example, the economic embargo imposed on Georgia (full or partial) and the mass deportation of Georgian citizens from Russia can be cited.

In 2008, Russia carried out military intervention and after the cease-fire as a result of the efforts of international partners, recognized the independence of Abkhazia and the Tskhinvali region, thereby bringing one step closer to the ultimate goal of uniting these regions within the framework of the Russian territory.

Along with the deepening of Georgia's Euro-Atlantic integration, Russian "soft power" is increasingly active in the country. All this led to a logical result - the number of Russia's supporters in Georgia increased (Makarychev, 2015).

Another strong Russian "weapon" standing in the way of Georgia's Euro-Atlantic course is Russian propaganda. Russia does not miss the opportunity to portray the West through propaganda channels as an unfavorable partner. Convince the public that the West is weak and unable to accept Georgia into its ranks. That the West is a "nest of debauchery" and corrupts the younger generation, etc. (IDFI, 2016).

It should be noted that recently in Georgian political discourse, there has been more talk about military neutrality, which is considered a guarantee of peace and stability. Despite the theoretical guarantees of neutrality, history, and current political processes prove that neutrality does not act as a deterrent against Russia's expansive policy (Kakachia, Lebanidze, Dzebisashvili, 2020).

Russia's actions are not specific to Georgia only; it treats its neighbors in the same way, including those it considers official allies. Russia's goal is to have satellite countries on the territory of the former Soviet empire, which should act as a kind of buffer concerning the rest of the world. By "reviving" the superpower status of Moscow, the Russian government is trying to cover up the need for reforms in its own country and to divert public opinion from domestic problems to foreign issues. Whatever the motivation of Russia's behavior, the result for Georgia is unchanged - the ruling regime of Russia perceives the existence of a successful democratic state on its borders as a direct threat and opposes it in every way.

The Russian political elite still does not want to realize the fact that the republics of the former USSR are no longer subordinate to Moscow (Alaverdov, 2020). According to the Kremlin's point of view, chaos in the South Caucasus states will allow Russia to get a kind of *carte blanche* from competing power centers (the US, the EU, and Turkey) and become the exclusive mediator in the region. So, as we see the European Union here cannot act as a big player or mediator. It is proved by the fact that the ceasefire deal between Baku and Yerevan in November 2020 was signed in Moscow.

The same can be said about Turkey when it was announced that Turkey will send its army to Azerbaijan to help to restore its territorial integrity. In this case, we have to refer to the Russian Foreign Policy Doctrine approved on December 1, 1996, which states that:

- Russia will do its best to become the major power center of the international system;
- Russia considers NATO's expansion and any kind of its convergence to Russia's borders negatively;
- As well as Russia is concerned about the military activities of NATO and the deployment of its military equipment of alliance near its borders (Putin, 2016). Turkey is a member of NATO and Russia will never allow its direct engagement in Caucasus conflicts.

Since the collapse of the Soviet Union and the declaration of sovereignty by Russia, six documents have been adopted by the highest authorities of Russia, in which the fundamental principles, priority directions, goals, and objectives of the country's foreign policy have been formulated. Despite the periodic softening of the rhetoric, all documents have one invariable characteristic: all of them are focused on the importance of Russia in the formation of a new world order, the weakening of the position of the West, and the emergence of new dominant political and economic players in the international arena.

One of the meaningful parts of "Putin's Doctrine" in the Post-Soviet Space is: about the Russian-Speaking Population and the Use of Military Force" (Volkhonsky & Mukhanov, 2019). It has successfully been implemented in Ukraine since 2014. President Vladimir Putin

clarified that Moscow is developing a certain doctrine of Russian foreign policy concept prioritizing its internal and external security (Makarychev, 2015). The doctrine states that the priority of Russia is to become the guarantor of living abroad Russian-speaking population and protect their rights. Thus, Russia considers the application of military force in the post-Soviet space as a legitimate tool of its foreign policy and proves that it seizes the opportunity and name any action as a violation of the rights of Russian speaking population and turn it into a pretext for its military campaigns against any country.

In 2022, to legitimize the launch of a full-scale military campaign in Ukraine, the President of Russia, Vladimir Putin, approved the concept of a new foreign policy that is based on the idea of a "Russian World." It is a theoretical framework used by extremes, to justify intervention in foreign countries. According to the Russian authorities, the 31-page "humanitarian policy" should "protect, safeguard and advance the traditions and ideals of the Russian World" (Bergmann, Dolbaia, Fenton, 2022). It is worth noting that Putin repeatedly mentioned those millions of ethnic Russians' "tragic fate", who live in states that have regained their independence as a result of the collapse of the Soviet Union, and the collapse itself has also repeatedly been called a "geopolitical catastrophe" (NBC, 2005).

After the end of the "old" Cold War and the collapse of the Soviet Union, most Western countries expected that economic and political reforms would begin in Russia, and along with the world community, it would want to create a new, safer, and more cooperative world order. Today, in the background of Russia's aggressive policy against the West and the immediate neighborhood, mainly Georgia and Ukraine, these expectations practically no longer exist.

The issues of strengthening European security became especially active after Russia invaded Ukraine. It was the geopolitical upheaval caused by this war that forced the EU to step out of its comfort zone and start looking for unconventional solutions, including a possible eastward expansion of the union. In this process, the correlation between, on the one hand, the geopolitical interest and strategic benefits of the European Union and the demonstration of compatibility with the principles of the European Union and commitment to European

values by the applicant states is very important. Regarding the latter, in the case of Georgia, there are certain questions related to the recently deteriorated relationships with the EU institutions, the denunciation of the agreement reached at the request of the President of the European Council Charles Michel, the refusal of a long-term preferential credit from the European Commission, severe political polarization in the country, straining relations with the Ukrainian authorities, etc. Accordingly, the European Commission adopted the recommendation, which offers Georgia only a European perspective and conditions before the candidate status, unlike Ukraine and Moldova, to whom it offers candidate status with conditions to be fulfilled later.

CONCLUSION

In conclusion, we can say that for the moment Russia is the only big actor in the post-Soviet states, which acts as it is suitable for its foreign policy. European Union is indeed trying to be engaged in regional policy, and guarantee stability and peace in the region. However, it is only partially able of dealing with the problems existing in the conflict zones (ICCN, 2020). Consequently, at the moment, no matter how cynical it may sound, the Russian Federation, which is the initiator of conflicts, acts as a mediator and "peacemaker" in the same conflicts. Especially it becomes obvious if we refer to the 2008 Russia-Georgia war and the case of Azerbaijan's victory. Russia's aggressive policy, which, with its disturbing dynamics, even in close calculations, represents a serious threat not only for post-soviet states but European security in general.

The issues of strengthening European security became especially active after Russia invaded Ukraine. It was the geopolitical upheaval caused by this war that forced the EU to step out of its comfort zone and start looking for unconventional solutions, including a possible eastward expansion of the union. In this process, the correlation between, on the one hand, the geopolitical interest and strategic benefits of the European Union and the demonstration of compatibility with the principles of the European Union and commitment to European values by the applicant states are very important.

REFERENCES

- Alaverdov, E., & Demircioglu, A. (2022). From the struggle for independence to the religious conflict a case from the Chechen Republic. In M, Waseem Bari & E, Alaverdov, *Ethnic, Racial, and Religious Conflicts and Their Impact on State and Social Security*, (pp. 1-14). Hershey: IGI Global.
- Alaverdov, E. (2020). The new redistribution of the South Caucasus - Russia's modern dilemma. Gori: David Agmashenebeli Georgian National Defense Academy.
- Alaverdov, E. (2020). South Caucasus as a modern challenge for Russian Federation. Baku: Western Caspian University.
- Alaverdov, E. (2019). Different orientation of the South Caucasus countries. Gori: David Agmashenebeli Georgian National Defense Academy.
- Alaverdov, T. (2022). Comparative analysis of legal-socio studies of Muslim families according to Islamic family law. In M, Waseem Bari & E, Alaverdov, *Regulating Human Rights, Social Security, and Social-Economic Structures in a Global Perspective*, (pp. 18-32). Hershey: IGI Global.
- Bergmann, M., Dolbaia, T., & Fenton, N. (2022). Russia's adaptation game deciphering the Kremlin's "Humanitarian Policy". Center for Strategic & International Studies. https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/221214_Bergmann_Russia_AdaptationGame_1.pdf?VersionId=r_Qjlb06qfEXPvUjwTTB4yh1y_Z4DU2h
- Chkopoia, S. (2022). The impact of globalization on the social policy development of modern democratic states. In M, Waseem Bari & E, Alaverdov, *Regulating Human Rights, Social Security, and Social-Economic Structures in a Global Perspective*, (pp. 180-193). Hershey: IGI Global.
- Henze, P. (1993). Conflicts in the Caucasus. RAND. <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2009/P7830.pdf>
- International Center on Conflict and Negotiation. (2020). In search of sustaining peace: A case-study of peacebuilding in South Caucasus. https://www.gppac.net/files/2020-02/In%20Search%20for%20Sustaining%20Peace%20-%20South%20Caucasus_ICCN%20and%20GPPAC_Feb%202020%20final%20version.pdf

- Institute for Development of Freedom of Information. (2016). Political document. Kremlin's information war against Georgia: The necessity of state policy to combat propaganda.
- Kakachia, K., Lebanidze, B., & Dzebisashvili, S., (2020). (Open) door games: NATO-Georgia Relations and Challenges of a Sustainable Partnership. DOI: [10.13140/RG.2.2.30077.18406](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30077.18406)
- Litvishko, O., Novoselovab, N., & Kalabekova, L. (2022). Infrastructure projects in the Black Sea-Caspian Sea Region transport, finance, geopolitics. ELSEVIER B.V.
- Makarychev, A. (2015). Russia's policies in the South Caucasus after the crisis in Ukraine: The vulnerabilities of realism. In *The South Caucasus Between integration and fragmentation*. European Policy Center.
- NEWS. (2005, April 1). *Putin: Soviet collapse a 'genuine tragedy*. <https://www.nbcnews.com/id/wbna7632057>
- Putin, V. (2016). The foreign policy concept of the Russian Federation. Approved by the president of the Russian Federation Vladimir Putin on November 30, 2016. <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201612010045.pdf>
- Pashayeva, G. (2015). Security challenges and conflict resolution efforts in the South Caucasus. In *The South Caucasus between integration and fragmentation*, (pp.37-45). European Policy Center.
- Prodi, R. (2002). A wider Europe - A proximity policy as the key to stability. European Commission (EC), Speech /02/619.
- Tibold, A., & Cillessen, V. (2006). Geo-strategy in the South Caucasus power play and energy security of states and organizations. Clingendael Institute. https://www.clingendael.org/sites/default/files/2016-02/20061100_cscp_haas.pdf
- Tsereteli, M. (2021). Black Sea Connectivity and the South Caucasus. MEIFrontier. <https://www.mei.edu/sites/default/files/2021-03/Black%20Sea%20Connectivity%20and%20SC%20FINAL%20.pdf>
- Volkhonsky, M., & Mukhanov, V. (2019). The concept of the Russian World. The variability of understanding in the context of international processes. *International Analysis*, 4(30), (pp.58-65).

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Review article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

13/02/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

22/03/2023

Slow Tourism as a Tool for sustainable tourism development: Guest houses in the Chouf Mount Lebanon

Viana HASSAN¹ & Simon Abou FAYAD²

ABSTRACT

Slow Tourism or Slow Travel is a new niche market related to sustainable tourism that helps people to appreciate the local food, nature, culture, and heritage. The current study seeks to analyze the impact of slow tourism in Lebanon, especially in the Chouf area, and the role of the guesthouses in promoting this type of Tourism. The main aim of the study is to advocate slow tourism in Lebanon as a solution for sustainable tourism development, and that outdoor activities such as cycling, hiking, etc., may give a noteworthy understanding of the issue at hand, and are under investigation. The selected research strategy the researchers propose to conduct will attempt to answer this, mostly through gathering and analyzing primary data from surveying a tourism science expert and through a questionnaire targeting a randomly selected population. The analysis of the findings helped gather the insights and incentives of tourists in endorsing slow tourism in Lebanon for the recovery of the industry post-pandemic.

Keywords: Slow tourism, Sustainable tourism development, Guest houses, post-pandemic.

INTRODUCTION

Slow tourism or Slow travel is one of the new trending concepts that bring the concept of slowness into tourism practices in a way that tourists appreciate the local food, the culture, and the heritage. This type of tourism emanated from novel ideas and concepts that bring about sustainability and responsibility in touristic activities that encourage valorizing the sites proposing such activities (Kresic and Gjurasic, 2023). According to the global tourism market, it can apply away from conventional tourism however, slow

¹ Dr.; STC Higher Education, Malta

E-mail: viana24@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-7372-5059

² Dr.; Lebanese University, Faculty of Tourism, Beirut, Lebanon

E-mail: simon_aboufayad@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-8777-9023

Atf İcin / For Citation: HASSAN, V. & FAYAD, S. A. (2023). Slow Tourism as a Tool for sustainable tourism development: Guest houses in the Chouf Mount Lebanon. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 299-316. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

tourism lessens the pace of activity, by trying each activity in its own right, this term is contrasted with active tourism where tourism involves multiple stops and activities.

Thus, the core topic for this study is to see if guesthouses as a type of slow accommodation, do contribute to sustainability. Also, it will help future researchers expand on this topic by taking more elements of slow tourism in Lebanon under study. This guesthouse aims to preserve local food heritage by supporting Lebanese producers, so visitors can certainly enjoy the taste of authentic dishes.

This study attempted to understand the relationship between slow tourism and sustainable development by taking into consideration the resident's perception, and tourist motivation toward the slow tourism concept. Thus, this is the main research question: "How can slow tourism be a tool for sustainable development in Lebanon?" Slow Tourism can be an addition to the tourism development of many Lebanese destinations. The researcher discusses the concept of slow tourism, by studying tourists' trends and preferences, focusing on the quality of the vacation, the interaction with the local people, and the appreciation of the local cultures (Dickinson and Lumsdon, 2010). Besides, the main objective of this research is to indicate the relationship between slow tourism, movement, sustainable development, and ecology.

Table1

Slow tourism vs Mass tourism source : (Moira et al, 2017)

<i>Mass Tourism</i>	<i>Slow Tourism</i>
Quick movement	Slow movement
The airplane is the dominant means of transport, mainly charter flights	Use of alternative means of transport, mainly train or bus
Transportation with high carbon dioxide emissions	Transportation with low carbon dioxide emissions
Speed	Slow pace
The trip coincides with the movement	The movement is part of the journey
Visit to numerous tourist attractions	Perceive to local character of the place
Quantifying the visiting areas	Qualifying the tourist experience – maximizing the enjoyment of the destination
Passive tourist	Active tourist
Standardized experiences	Authentic experiences
Standardized food services (catering style)	Local and traditional type of diet
Impersonal acquaintance and low contact with the place and its residents	Substantial contact and real communication with the destination and its residents
Accommodation in commercialized resorts or hotel complexes	Accommodation in small accommodation units
Group options, lack of flexibility	Individual options, flexibility
Hostage – omnipresence of the communication technologies during holidays	Getting rid of the communication technologies during holidays
Continuous contact with the workplace	No contact with the workplace

Source: Moira, Mylonopoulos, and Kondoudaki 2017

Table 1 helps us define slow tourism versus fast tourism (Moira et al., 2017). For this purpose, we designed the two hypotheses, these hypotheses are referred to as the null hypothesis (H₀), and the alternative hypothesis (H_A).

H₀: There is no correlation between Slow Tourism and Lebanon's sustainability post-pandemic.

H_A: There is a correlation between Slow Tourism and Lebanon's sustainability post-pandemic.

Thus, the case that the authors currently investigate the analysis of tourist behavior from visiting guesthouses and rest houses in Lebanon from primary data while investigating the phenomena of guesthouses throughout Lebanon, in an attempt to generalize the type of behavior linked to slow tourism and sustainable tourism.

LITERATURE REVIEW

Slow tourism

Slow travel or slow tourism is a relatively new concept in the tourism industry. It came out from a broader trend of so-called “slow movement”, which can be specified by the philosophy of “slow food” and the general philosophy of “slow city” that is known as “citta slow” (Moira et al., 2017). According to Schneider 2008 the slow food movement was founded in 1989 as a dissent against the widespread fast-food overrunning in Europe. In 1999 many researchers introduced the philosophy of the slow city, while this concept was born and attributed to Paolo Saturnini, the mayor of the town of Greve in Chianti, Tuscany (Presenza, 2015).

In 2015 Georgica, defines the meaning of each letter of the “SLOW”, S-sustainability, L-Locally, O-Organic, W-Whole. Besides, he emphasizes that slow traveling built a keen relationship with the destination. While Moira et al. in 2017 explained the three different pillars of slow travel: the first ‘doing things at the right speed,’ the second ‘changing the attitude towards speed, and the last one is ‘seeking quality over quantity.’ So, the slowness concept is commonly taking a gander at how well utilized the declaration of time, quality, and a feeling of prosperity concept (Lumsdon and McGrath, 2011).

Also, the disappearance of local food traditions, and people dwindling interest in the food, the origin, the tastes, and how the food choices affect the rest of the world (Schneider, 2008). In *The Holiday Makers*, he advises us, “Throw out the clock to get rid of the pressure of time, deadlines, schedules, learn to observe more than to look and see everything at a fast pace, break the barriers of communication, and use the holidays and trips to meet other people, explore and learn” (Moira et al., 2017).

Sustainable Development

Over the last decade, the concept of sustainable tourism development has become the focal point of expanding consideration among tourism scholars and experts alike.

The notion of sustainable development acquired its first important international acceptance in 1972 during the United Nations Conference on the Human Environment,

which was held in Stockholm, Sweden's capital. This conference brought together emerging countries to determine what people's "rights" are in a productive environment (UNWTO, 1993, p. 7). The United Nations National Conference on Sustainable Development gives a great overview of what the term "sustainable development" means. This has always been used interchangeably with the term "sustainability," which is also the case today. With the publication of the Brundtland Report in 1987, sustainable development was defined as "development that meets current demands without jeopardizing future generations' ability to satisfy their own needs"(Hobson and Essex, 2001).

(Hobson and Essex, 2001) defined "sustainable development as the growth that satisfies the requirements of present societies without jeopardizing the ability of future societies to meet their demands. The United Nations conference "the Earth Summit" was held in Rio de Janeiro in 1992, while agenda 21 outlined core principles of sustainable tourism. These entailed ensuring and saving the environment, biodiversity, and biological systems, and securing and protecting natural resources, as summed up in Figure 1, below.

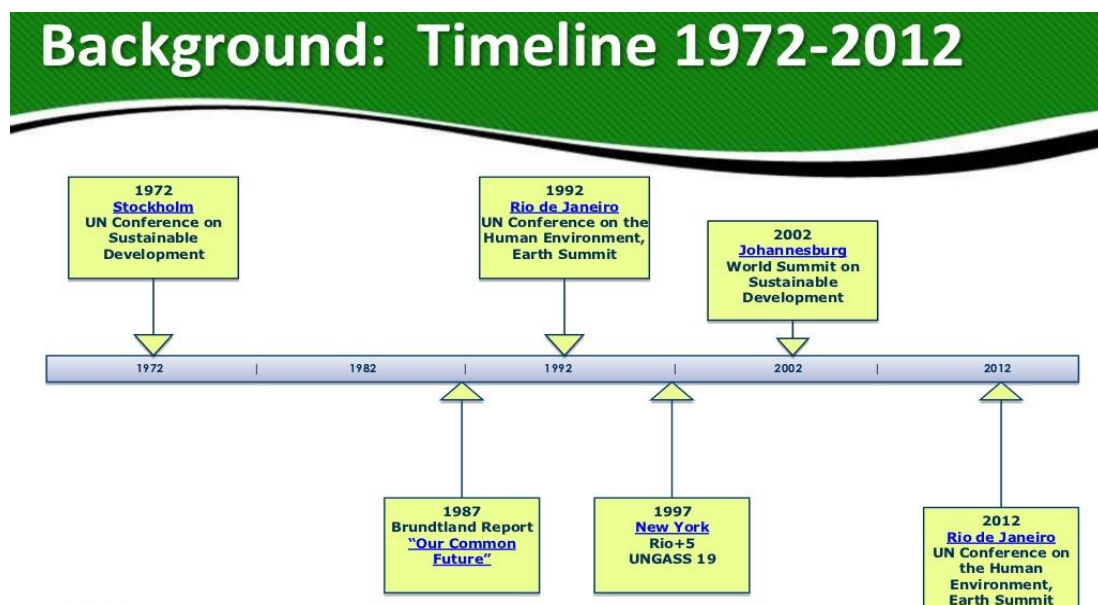


Figure 1. Sustainable development timeline (Author 2023).

Slow tourism dimensions

After discussing the definition and origin of slow tourism, it is essential to understand the dimensions of this concept. According to (Dall'Aglio, 2011), slow tourism consists of six dimensions: 1) Time: Taking time means a modification of the daily time relationship, precisely an alternate view of nature and living in harmony with a place, its occupants, and their way of life. Tourists must have the option to change pace, to look rather than to see, to encounter the territory instead of suffering it (Mohamad Noor, 2015). 2) Slowness: Slow tourism must satisfy two essential principles: "doing things at the right speed" (Moirira et al., 2017). (While attempting to change our daily propensities and "real connection to the place". 3) Contamination: Slow tourism produces less pollution since it is more focused on locality, the use of clean energy, reduces the carbon footprint, and ecological and ethical vision. Also, the slower experience over land, and the activities like trekking, running, and bird watching, are less aggressive for the environment, due to the less timing travel, resource reduction, and customization. 4) Authenticity: There is a lot of ambiguity surrounding the term authenticity; according to (Hassan et al., 2021b) authenticity is more about how you feel than something you can define.

Similarly, discussion in the tourism literature frequently argues that the higher the chance of fortuitous discovery of significance or connection with these and through them of oneself, the more authentic, genuine, and truthful tourist encounters with objects, places, and persons are thought to be (Ram et al., 2016). 5) Sustainability: The impact of tourism activity on the local environment, broadly speaking. It claims the need for a sustainable approach that is ecologically light in the long term, economically, ethically, and socially fair toward locals (Mohamad Noor, 2015). 6) Emotion: Planning and supplying the service that can empower or encourage feelings inside the arranged ad-hoc (external environment stimulus) circumstances and occasions that connect individual answers (internal) contrasting by people's understanding see: (Hassan et al., 2021b).

Relation between Slow tourism and Sustainable development

Many authors considered sustainable development as an essential pillar of slow tourism and slow movement philosophy as an efficient destination development strategy in urban areas, when in fact all forms of tourism should move toward focusing on the three pillars of sustainability: Economic, environmental, and socio-cultural. Researchers have attained an assent on the advantages of slow tourism; it provides opportunities for more green forms for destinations. Eco-friendly activities, slow types of transport, and regular accommodations (vacation rentals). Thus, it goes under the concept of sustainable development which helps to protect the environment and the tourism industry. However, following away and a trend like slow movement includes a slow development of the environment results at a pace and limits that permit the residents to adjust and adapt to the advancements (Georgica, 2015).

METHODOLOGY

A mixed methods approach based on primary data through an interview addressed to a tourism sciences expert, along with a survey addressed randomly to the tourists and the Local residents, and secondary data through research articles, publications, and journals mainly data from an article published by Hassan et al., 2021 to compare the demographic data.

(Hassan et al., 2021b) provided some of the data we presented in the secondary data interpretation section. To answer the above questions, a multi-qualitative approach targeting a generalized approach of how people react to slow tourism concepts and activities was conducted by adapting the case of (Hassan et al., 2021b) to Lebanon. While, (Oh et al., 2016) discussed the main goals of slow tourism, this is of course adaptable anywhere in areas where rest houses or guesthouses are implanted near natural sites, offering continuity in the atmosphere. So, the analysis of the results should be beneficial in understanding the perceptions and motivations of tourists which helps promote slow tourism in this area. The selected research method was derived from Figure 2, below.

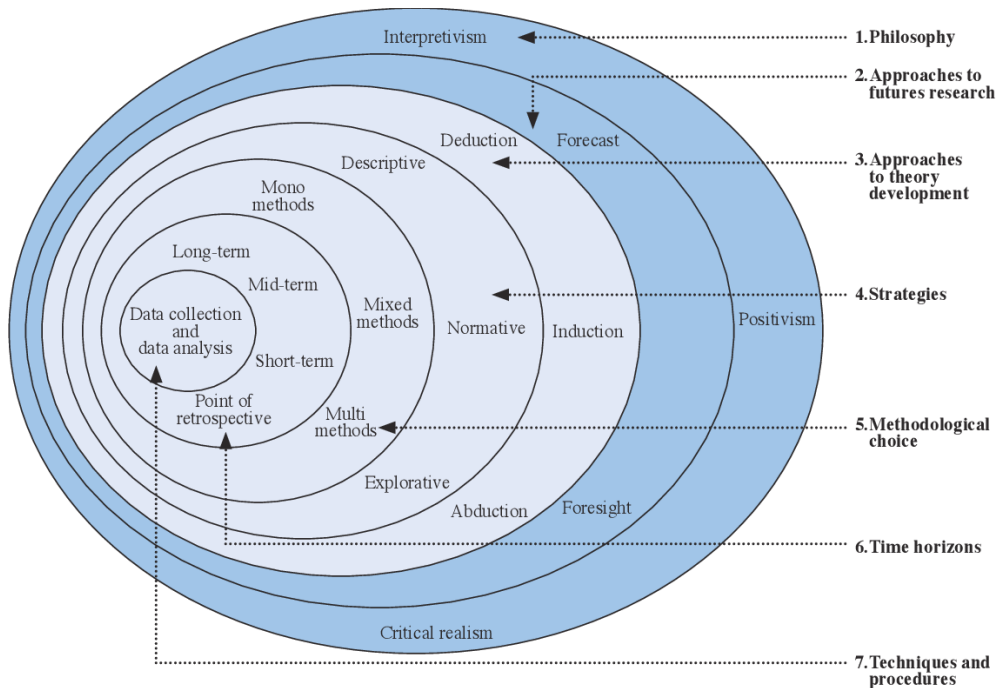


Figure 2. Bases of the current study's research design (Saunders et al., 2019).

RESULTS AND ANALYSIS

Results from secondary data

According to (Hassan et al., 2021b), 92% of participants agreed that slow tourism is a tool of sustainable development and had a positive impact on the environment and that practicing slow tourism differs from local food, and local products, to slow activities (biking, walking, and relaxing in nature), while 94% of the participants practicing by tasting local food, 56% of their practice slow activities, which may indicate that now all of the sampled subjects were aware of this. (Hassan et al., 2021b), also suggested indeed people need to improve sustainable development activities linked to tourism, and that the majority of the respondents agreed that reducing carbon footprint, respecting the practices of local people, taking care of heritage sites, and so on would be a good starting point.

While (Hassan et al., 2021b), noted that 54% agreed with the importance of enhancing slow tourism activities yet, whether or not slow tourism journeys are preferred versus "fast" tourism journeys, a tradeoff seems to be found in the answers. While the idea that

slow tourists have an all-inclusive package seems true since 44% of the respondents pointed out that those large groups of tourists might practice slow tourism. Finally, whether or not the money spent through slow tourism activities stays in the local community, a tradeoff seems to be noted in the responses. While the fact that physically slowing down tourists influences slow tourism indeed shows no link.

While the majority typically go there for leisure, a minority go for business and relaxation. This follows what (Hassan et al., 2021b), found out about the motivations and interests of the visitors they sampled since collectively most of them seek eco-friendly, sustainable, and authentic vacations. Although some believe that at times tourists visiting such resorts or guesthouses could propose modifications that could make the experience better for others (Hassan et al., 2021b). So, some suggested improving relaxation facilities while others proposed making them more connected to nature by relying less on AI and VR and being more down to earth (see: Christofle and Héliou, 2018).

Demographic data, and other inferences.

The age group of residents and visitors is dominated by the 18 years segment (40%), the second biggest age being 29 – 40 (40%). The other percentage is distributed among the rest age groups. When it comes to gender, it is to be noticed that there were more women (83%) than men (17%) responding to both surveys.

When education level was examined for visitors and residents it was found that 88% of respondents had attended university. The majority of the rest had attended only high school 6% and 5% holding qualifications less than high school level. In terms of age group, we targeted more professional people than students, with most being over 25, then from 18 to 25 with a minority of respondents being underage. This covers question 3 on our survey. Our survey focused on randomly targeted Lebanese people, whose information excluded the professional work domain, but it is suspected those over 25 years old are professionally involved. Though according to secondary data interpretation, the rate of unemployment surpasses employment in Lebanon at present. However, our sample according to age distribution targeted, in order, employed people, then students, then other, as in occupation. This covers question 4.

For the employment status of the residents, 56% were unemployed, 32% were employed students, and the other percentages were distributed among employed and trainee people. Out of 20 tourists, collected from the secondary data, there were 7 different nationalities. The highest rank is for Maltese tourists were 45% and Lebanese visitors 30%. As our sample is mostly comprised of Lebanese people, we, therefore, have a 100% Lebanese population sample. The analysis of the second part of the survey was about the resident's perception toward slow tourism shows: 92% of participants agreed that slow tourism is a tool of sustainable development and had a positive impact on the environment (our question 8 has similar results). Figure 3 summarizes our findings.

Comparative data

Practicing slow tourism differ from local food, and local products, to slow activities (biking, walking, and relaxing in nature). 94% of the participants practiced by tasting local food, and practiced slow activities. They were asked also about suggestions on what they would recommend improving sustainable development. Obtained answers show that the majority of the respondents 74% have chosen all the options such as (reducing carbon footprint respecting the practices of local people, taking care of heritage places, etc.). Our cohort did not explicitly sample the valorization of touristic sites. On the other hand, it was necessary to ask residents about some practices concerning the slow tourism concept. Though, several statements were used with a Likert scale ranging from 1 to 5 strongly agree to strongly disagree. For the first statement, it was analyzed that 38% of the respondents agreed with it and 16% of them strongly agreed.

Slow tourism is the contrast to mass tourism in which organized trips are replaced by the slow journey. At this pace, the rest of the statements include that slow tourists have fixed programs during their tours, 34% of respondents agreed, and 32% answered neutrally. However, slow tourists rarely had a fixed program for their trip. Besides, 44% of the respondents pointed out that those large groups of tourists might practice slow tourism. Finally, the last two phrases state if the money spent through slow tourism stays in the local community, 32% of the residents agreed, and 30% were neutral.

Concerning physically slowing down tourists, 50% of the answers were neutral, and 32% agreed.

Study results

Our study aims to find out the relationship between guesthouses and slow tourism. Several questions like the aim of the guesthouse, the location, sustainable development, activities, etc..., were addressed to several experts in the domain. So, one of the interviewees noted that slow tourism in Lebanon does affect its sustainability post-pandemic as they indeed are involved with cultural and natural resource valorization. (Bellos, 2021) and (Bou Melhem, 2021) respectively link this with education, since we need to valorize the resource and then educate people about it. Yet, the idea is to find out in what way can slow tourism be a tool for sustainable development. In this case, the expert interviewee says that people practice this type of tourism to discover and enjoy each moment during the trip.

The tourism specialist we interviewed points out that slow tourism is indeed considered a tool of sustainability and yet that it is not necessary to identify the motivation of tourists toward slow tourism. Because, not all tourists, only the people who want to practice this type of tourism, will be interested to conduct smart tourism activities since not all tourists are motivated toward slow tourism. As such, according to the interviewee, slow food is involved with slow tourism, and she does practice the other practices linked to slow tourism activities, such as hiking, biking, etc., and enjoys relaxing in nature.

Our study results indicate close to a 100% agreement in the link of slow tourism concerning its long-term sustainability in Lebanon, post-pandemic like from what the literature pointed out. Yet after a closer look, 76% agree, and 24% do not (Figure 3). These results corroborate the secondary data collected by (Hassan et al., 2021b), Since old Lebanese houses were restored into guest homes by some establishments experts in slow food and slow tourism trends propose to the clientele the unique experience that the resorts that were discussed in (Hassan et al., 2021b), present in their research. The guesthouses that they investigated both in their literature review and their findings show

that valorizing these sites or the actual premises is beneficial for the industry name in promoting these sites.

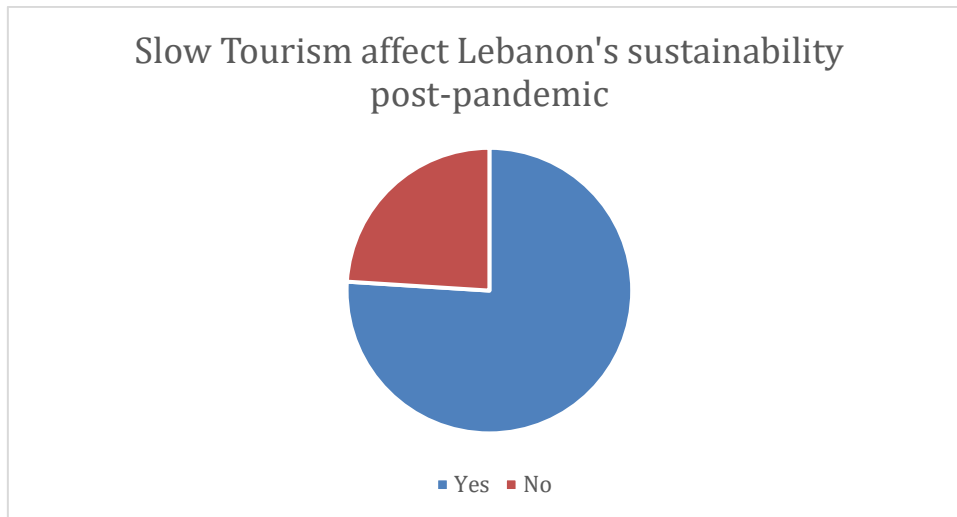


Figure 3. Survey results

DISCUSSION

As we discussed the links with the SDGs, we need to realize that slow tourism offers more quality holidays for visitors liking nature, and as the visitors focus on the pillars of sustainable development, just as all stakeholders involved in this, we need to realize the importance of what it means to be a quality and responsible citizen, especially when it comes to traveling in a responsible way and in respecting the planet and the site we visit. As such, and through smart tourism and sustainability, jobs can be created around the site (this stresses SDG 8, within each touristic destination working on marketing their end stop strategically). Besides, like many examples that were shown in the past, a well-defined destination strategy plan can reap benefits for the host communities and generate incomes through direct and indirect activities, and this will ultimately benefit Lebanon's GDP, as Pierre Achkar mentioned in his interview.

The discussion will be based on three themes that emerged from the interview and questionnaires. Firstly, the Slow tourism and sustainability concept. After gathering the interview and questionnaire results, it is shown that slow tourism is a new, attractive concept for people of different ages, where most people with high education and knowledge practice slow tourism and their activities appropriately to lead to sustainable

development. Also, slow tourism helped the local market and the visitors to be eco-friendlier and better absorb the culture. In addition, slow tourists had plenty of time to explore a destination and immerse themselves in the experience while protecting environmental resources (Hassan et al., 2021). The authors in the current study corroborate that any rest house (or guesthouse) in Lebanon follows the same core sustainability concepts as the ones researched by (Hassan et al., 2021b) Since both studies provided evidence that engaging in activities that embrace sustainability and smart travel.

Secondly the resident's perception of the slow tourism concept. Based on questionnaires, we conclude that most respondents practice slow movement or slow activities in their daily lives without any knowledge about slow tourism. 94% of residents reported that they eat local food and practice slow activities. Also, they recommend reducing the carbon footprint and respecting the practices of locals to improve sustainability. Moreover, they support slow tourism since it involves local people (Hassan et al., 2021b), showing similar evidence.

Lastly, the Visitors' motivation and experience at guesthouses. Per the analysis of the results, the main reason for staying in the guest house is for leisure with a one-week maximum stay. Most visitors claim that such guesthouses are authentic and eco-friendly accommodations. Besides, the staff helped the visitors to feel comfortable and experience the tradition, and the culture, and gave them a warm welcome. Also, visitors pointed out that the guest house is an authentic, cozy place where they can enjoy the eco-friendly environment, and experience slow activities, and movement. As (Hassan et al., 2021b), pointed out any guest, or rest house, in Lebanese hinterland tourist sites follow the same guidelines in terms of welcoming guests and sustainability.

The motivation of tourists toward slow tourism can be identified. As 82% of our cohort agreed to this. While slow tourism somehow affects sustainable development since 64% of the participants agree. Whereas, 82% of the surveyed subjects agreed that slow tourism can be used as a tool for sustainable development enabling us to see a relationship between both variables. Finally, indeed, slow tourism is promoting sustainability in the long run, as 90% of the responses show agreement. While slow

tourism Is common, important, or useful in Lebanon as a type of tourism, only 64% of the respondents. Finally, our findings confirm that slow tourism is a tool of sustainable development in Lebanon and indeed that natural resources (18%) planning (10%) economic concerns (18%) educational needs (18%), awareness of tourism (35%) and all 5 aforementioned attributes cover for the remaining 40%. Table 2 shows the reliability test results for our survey, while Figure 3 shows the results. Finally, with this, we validate H_a and reject H_o .

Table 2

Reliability results (Cronbach, 1951).

Cronbach's Alpha	0.958787947
Split-Half (odd-even) Correlation	1
Split-Half with Spearman-Brown Adjustment	1
Mean for Test	250
Standard Deviation for Test	133
KR21 (use only 0 and 1 to enter data for this)	2.11565097
KR20 (use only 0 and 1 to enter data for this)	2.11565097

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

After collecting the data following our study methods, it is now evident that slow tourism gains momentum as the future trend in terms of post-Covid strategies and trends the industry is considering since slow tourism and their activities lead to sustainable development. Moreover, slow tourism surely helped the local market, but also visitors to be eco-friendlier, absorbing the local culture as many other studies pointed out, as tourism education and resource valorization are related to this too (Bellos, 2021; Bou Melhem, 2021).

People practicing slow tourism activities tend to enjoy their time at their destination, to spend quality holidays instead of mass or fast tourism where people cram activities in a short time.

Does slow tourism affect sustainable development? Yes, since sustainable tourism can play a major role, not only in conserving and preserving biodiversity, but also in respecting terrestrial ecosystems, owing to its efforts towards the reduction of waste and consumption, the conservation of native flora and fauna, and its awareness-raising activities. Our results showed that 64% of the respondents agree.

“How can slow tourism be a tool of sustainable development”? Slow tourism has also grown due to increased holiday time offered in jobs around the world and because of the option of working remotely nowadays, especially after the pandemic.

So, what are the benefits of slow tourism? Usually, travel and tourism do affect the ecosystem, as Slow Tourism promotes Ecotourism focusing on the environmental aspect, this type of tourism will control the damage done to the environment by carbon emissions. As such, indeed slow travel promotes a fair and ethical travel industry by empowering local businesses, supporting the preservation of the unique character of places, and taking the pressure off touristic hotspots suffering from the effects of over-tourism.

“Slow tourism is promoting sustainability in the long run”. Yes, slow tourism is an approach to tourism, which is presented as an alternative to mass tourism, as 91% of our respondents agree, against the 9% who don't. It forms part of the wider sustainable tourism and does contribute to this trend. While “the motivation of tourists toward slow tourism can be identified, several experts and the literature evidence that it is not needed to do so since not all visitors are concerned for such types of tourism, we, however, found out that 812% of our respondents agree (Hobson and Essex, 2001).

Limitations were mainly the complicated situations in collecting primary data, so the current researchers relied on secondary data, while the collected data were triangulated to ensure that the data we collected is well considered. This is because our cohort was small, and data was not enough to generalize over the total population. But the

secondary data helped us in justifying our results, as did the reliability values of Table 2, following Cronbach's (1951) reliability method, and validating Ha.

In addition, in the future, researchers could elaborate more on the concept of slow tourism in Lebanon, namely, to propose studies that focus more on promoting slow tourism as a wide range of tourists still lacks awareness of this. Supplementary studies on this trend of tourism are a must, as it is capital to bridge the literature gap on this subject, as there are scarce studies in Lebanon dealing with this issue. Per see slow tourism destinations (including guesthouses) must focus on sustainable or any economic activities that encourage the development of local communities around the attraction.

REFERENCES

- Andriotis, K. (2009). Sacred site experience: A phenomenological study. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 64–84.
- Bellos, G. S. G., Hassan, V., & Abdallah, L., (2021). Using tourism education in valorizing heritage for improving tourism and economic activities in Lebanon and NW Syria, *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)* 6(11), 1-15, ISSN: 2456-4559, www.ijbmm.com.
- Bou Melhem, J. (2021). Implementing the culture of tourism in the secondary stage curriculum. Research Thesis Project submitted at the Lebanese International University for the Master's Degree of Educational Management and Leadership, Beirut, Lebanon, June 2021.
- Christofle, S., & Héliou, C. (2018). à Nice Côte d'Azur «Métropole». *Le touriste et l'habitant*, 85.
- Dall'Aglio, S., Nazzaruolo, A., & Zago, M. (2011). Guidelines for the development of the Slow Tourism project. *Retrieved*, 10(20), 2014.
- Deshmukh, R., Adhav, S., & Oak, A. (2023). Sustainable and Slow Tourism-A significant footstep towards reducing carbon emissions and negative health impacts: Perception of Indian Travelers. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 14(1), 44-55.

- Dickinson, J., & Lumsdon, L. (2010). Slow travel and tourism. Earthscan.
- Fine, G. A. (2003). Crafting authenticity: The validation of identity in self-taught art. *Theory and Society*, 32(2), 153–180
- Georgica, G. (2015). The tourist's perception about slow travel—a Romanian perspective. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1596-1601.
- Guiver, J., & McGrath, P. (2017). Slow tourism: Exploração de discursos. Dos Algarves. *A Multidisciplinary e-Journal*, (27), 11-34.
- Hassan, V., Bellos, G. S. G., & Fawaz, R. (2021a). Transportation towards tourism sustainability: Case study of Lebanon, *Athens Journal of Tourism*, 8(3), September 2021, pp.177-192.
- Hassan, V., Zrnić, M., & Dib, G. (2021b). Slow tourism: A niche market towards sustainability of Moonlight farmhouse "Barouk area", *Turističko Poslovanje*, 57-63.
- Hobson, K., & Essex, S. (2001). Sustainable tourism: A view from accommodation businesses. *Service Industries Journal*, 21(4), 133-146.
- Kresic, D., & Gjurasic, M. (2023). Slow Tourism as an Immersive Travel Experience: A Bibliometric Analysis. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 15(3).
- Krippendorff, J. (1987). *The holidaymakers: Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Heinemann Professional.
- Lumsdon, L. M., & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 265-279.
- Mohamad Noor, F. A., Nair, V., & Mura, P. (2015). Conceptualizing a framework for slow tourism in a rural destination in Malaysia. *Advanced Science Letters*, 21(5)
- Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kondoudaki, A. (2017). The application of slow movement to tourism: is slow tourism a new paradigm? *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2(2), 1-10.

- Oh, H., Assaf, A. G., & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205-219.
- Prezenza, A., Abbate, T., & Micera, R. (2015). The Cittaslow movement: Opportunities and challenges for the governance of tourism destinations. *Tourism Planning & Development*, 12(4), 479-488.
- Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110–122.
- Saunders, M. N. K., Lewis, A., & Thornhill, P. (2019). *Research Methods for Business Students* (8th Ed.), Pearson.
- Schneider, S. (2008). Good, clean, fair: The rhetoric of the slow food movement. *College English*, 70(4), 384-402.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.
- Yurtseven, H.R. and Kaya, O. (2011) Local Food in Local Menu: The Case of Gokceada, *Tourismos. An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6, 263-275.

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

18/02/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

24/03/2023

Üniversite öğrencileri örneğinde okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasında sosyal medya bağımlılığının aracı rolü¹

Orhan KAYA², Şeyma KAYA³ & Muhammed Emin SOYDAN⁴

Öz

Araştırmanın amacı; Türkiye’de öğrenim gören üniversite öğrencilerinin okul tükenmişlikleri, sosyal medya bağımlılıkları ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemektir. Çalışmanın amaçlarının gerçekleştirilmesi için; demografik bilgi formu, University of California, Los Angeles (UCLA) yalnızlık ölçeği, Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve Maslach tükenmişlik envanteri-öğrenci formu aracılığı ile üniversite öğrencilerinin tutumları ölçülmüştür. Bu çalışmanın evrenini üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmada veriler basit rastgele örneklem yöntemiyle toplanmıştır. Katılımcılar 151 (% 43) kadın, 200 (% 57) erkek olmak üzere toplam 351 bireyden oluşmaktadır. Veriler Pearson moment çarpım korelasyonu, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonrasında bütün değişkenler arasında pozitif yönde anlamlı korelatif ilişkiler gözlenmiştir. Ayrıca okul tükenmişliği ile yalnızlık arasında sosyal medya bağımlılığının aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar ilgili literatür bağlamında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Okul tükenmişliği, Sosyal medya, Yalnızlık, Bağımlılık,

¹ Bu çalışma Düzce Üniversitesi tarafından verilen 28.04.2022 Tarih ve 2022/241 Sayılı Etik Onay Belgesine sahiptir.

² Dr. Roma Sapienza Üniversitesi, Psikoloji Fakültesi, Sosyal ve Gelişim Psikolojisi, Roma, İtalya
E-mail: orhankaya21@gmail.com ORCID: 0000-0002-4999-382X|

³ M:A ; Roma Sapienza Üniversitesi, Psikoloji Fakültesi, Cognitive-Neuroscience, Roma, İtalya
E-mail: seymakockaya@gmail.com ORCID: 0000-0001-6246-4407

⁴ M.A ; Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Enstitüsü, Girişimcilik Anabilim Dalı, Düzce , Türkiye
E-mail: soydanm.emin@gmail.com ORCID: 0000-0001-7911-5676

Atıf İçin / For Citation: KAYA, O., KAYA, Ş. & SOYDAN, M. E. (2023). Üniversite öğrencileri örneğinde okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasında sosyal medya bağımlılığının aracı rolü. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(8), 317-336. <https://dergipark.org.tr/pub/usbed>

The mediating role of social media addiction between school burnout and the perception of loneliness: In a sample of university students**Abstract**

The aim of the research; To examine the relationships between school burnout, social media addictions and loneliness perceptions of university students in Turkey. For the realization of the aims of the study; Attitudes of university students were measured by demographic information form, University of California, Los Angeles (UCLA) loneliness scale, Bergen social media addiction scale and Maslach burnout inventory-student form. The universe of this study consists of students studying at universities. In the study, data were collected randomly by easy sampling method. Participants consisted of a total of 351 individuals, 151 (43%) women and 200 (57%) men. Data were analyzed with Pearson product moment correlation, confirmatory factor analysis and structural equation modeling. After the analyses, positive and significant correlations were observed between all the variables. In addition, it was concluded that social media addiction mediated between school burnout and loneliness. The results are discussed in the light of the relevant literature.

Keywords: School burnout, Social media, Loneliness, Addiction.

GİRİŞ

Tükenmişlik; duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve azalan mesleki yeterlik sendromu olarak tanımlanmaktadır (Maslach ve ark., 2001). Tükenme, aşırı yüklenmeden kaynaklanan özellikle kronik yorgunluk olmak üzere zorlanma duygularını ifade eder. Tükenmişlik genellikle işle ilgili bir bozukluk olarak görülse de (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001), eğitim yaşamında da görülebilmektedir. Aslında okul ortamı da öğrenciler için bir iş ortamı mahiyetindedir. Nitekim öğrenciler, okulda sınavları geçmek ve bir derece elde etmek için derslere katılır ve ödevler yaparlar (Schaufeli ve ark., 2002). Bu nedenle, tükenmişlik kavramını okul bağlamında da değerlendirmek mümkündür (Kiuru ve ark., 2008).

Okul tükenmişliği kavramı, öğrencinin okulun taleplerinden bıkmaması, okula karşı pervasız ve alaycı bir tutum içinde olması ve kendini yetersiz görmesi ile tanımlanmaktadır (Salmela-Aro ve ark., 2009). Okul ile dış dünya arasında bağ kuramayan öğrenciler okula karşı tükenmişlik ve yabancılaşma yaşamaktadır (Tekin, 2012). Dolayısıyla bu bireylerin okuldan uzak kaldıkları, okulun amacına yönelik alaycı bir tutum içinde oldukları ve okuldaki yetersiz düşüncelerle baş edemedikleri görülmektedir (Carbonell ve ark., 2018). Çocukluktan gençliğe adım atan ergenler de okul tükenmişliği yaşamaktadır. Okul

ortamında sadece gelişimsel sorunlar değil, aynı zamanda akademik sorunlar da yaşayan ergen, okula karşı isteksizlik ve bıkkınlık yaşayabilir. Ergenlik dönemindeki birey çoğu zaman yaşadığı bıkkınlık ve stres ile baş edebilmek için arayış içine girip çeşitli etkinliklere (digital oyun, sosyal medya, vb.) yönelebilmektedir. Bu durum problemleri internet kullanımına yol açan bir kanal oluşturarak bireyi okuldan uzaklaştırabilmektedir (Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, 2019).

Akıllı telefon nedeni ile stres ve acıdan uzaklaşan bireyler, telefonun olumsuz sonuçlarını görememekte ve kullanmaya devam etmektedirler (Augner ve Hacker, 2012). Keyifli bir aktivite olarak başlayan akıllı telefon kullanımının artması, bireylerin akıllı telefonlara bağımlılık geliştirmelerine neden olmaktadır. Akıllı telefon kullanımına bağımlı hale gelen bireylerin davranışları üzerindeki kontrolün azaldığı görülmektedir (Mahapatra, 2019; Walsh, White ve Young, 2010). Bu durum onların hayatlarını sadece fiziksel ve zihinsel olarak değil, sosyal, kültürel ve akademik olarak da etkilemektedir. Özellikle akıllı telefon vb. ile kendini ifade etmeye çalışan gençler, zevklerini, yaşam tarzlarını, arkadaşlık ilişkilerini ve nasıl bir insan olduklarını akıllı telefonları aracılığıyla diğer insanlarla paylaşmaktadır (Goodyear ve Armour, 2019). Akıllı telefonlar ve gelişen yazılım teknolojisi sayesinde insanlar arasındaki etkileşimin ve iletişim kanallarının büyük oranda digitalleştiğini gözlemlemek mümkündür. Bu digital ortamın en büyük araçları sosyal medya olarak adlandırılmaktadır (Olcay, 2018).

Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya uygulamasını kullanmak isteyen kişi bilgisayar başında olmasına gerek olmadığını bilmektedir. Bu nedenle akıllı telefon aracılığıyla sosyal medya hesabını kapatmadan sürekli iletişim halinde olabilmektedir (McGahoon, 2015). Bireylerin sanal dünyada daha fazla zaman geçirmesini isteyen sosyal medya geliştiricileri, bireylere sadece iletişim-etkileşim sağlamakla kalmayıp araştırma, eğlenme, vakit geçirme, alışveriş yapma, bilgi edinme gibi ihtiyaçlarını da karşılamaya çalışmaktadır (Bryant, 2017). Sosyal medya aracılığıyla bu olanakların sağlanması, sosyal medyayı kullanma zevkini artırmakta ve bireylerde güçlü bir kullanım alışkanlığı oluşmasına yol açmaktadır. Yüksek düzeyde problemleri sosyal medya kullanımı – sosyal medya bağımlılığı – oluşumunun bir ön koşulu olarak hizmet etmektedir (Cha ve Seo, 2018; Longstreet ve Brooks, 2017). Yapılan araştırmalara

göre (Barry ve ark., 2017; Berryman ve ark. 2018; Kuss ve Griffiths, 2017) kontrolsüz akıllı telefon ve sosyal medya kullanımı ergenlerde çeşitli sorunları da beraberinde getiriyor. Bu sorunlar sosyal, fizyolojik, psikolojik açılardan görülebilmekte ve bireyleri olumsuz etkileyebilmektedir. Sorunlu akıllı telefon kullanımı ve sosyal medya kullanımına neden olan durumları belirlemek için yapılan çalışmalarda özellikle akademik başarı kavramları (Rabiu ve ark., 2016; Kates, Wu, ve Coryn, 2018) akademik performans (Boumosleh ve Jaalouk, 2018; Chaudhury ve Tripathy, 2018), akademik erteleme ve okul tükenmişliğinin ele alındığı gözlemlenmiştir. Aşırı internet kullanımının kaygı (Lepp, Barkley ve Karpinski, 2014) ve depresyona (Chen ve ark., 2016; Pokhrel, Khadayat ve Tulachan, 2020) yol açtığı vurgulanmıştır. Ayrıca telefon aracılığıyla internetin aşırı kullanımının bireyler arasındaki ilişkilere zararlı etkileri olduğu ortaya konmuştur (Lee ve ark., 2016; Soni, Upadhyay ve Jain, 2017).

Bu doğrultu da öğrencinin temel sorumluluklarından olan okul ve eğitim hayatına odaklanması ciddi bir şekilde etkilendiğini söylemek mümkündür. Nitekim Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, (2020) tarafından yapılan çalışmada okul tükenmişliği ile problemlerli internet kullanımı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Brubaker ve Beverly (2020) tarafından yapılan çalışmada, problemlerli akıllı telefon kullanımı ile okul tükenmişliğinin alt boyutlarından olan tükenme arasında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde Salmela-Aro ve ark., (2017) tarafından yapılan çalışmada okul tükenmişliği ile aşırı internet kullanımı arasındaki ilişki incelenmiştir. Okul tükenmişliği ile problemlerli internet kullanımı-internet bağımlılığının karşılıklı olarak ilişkili olduğu görülmüştür.

Çok sayıda araştırmacı, sanal sosyal ağların gençlerin ve genç yetişkinlerin sıklıkla hissettiği yalnızlık duygusuna uygun ve tatmin edici bir çözüm oluşturup oluşturmadığı sorusunu ele almıştır (Pitmann ve Reich, 2016; Yavich, Davidovitch ve Frenkel 2019). Hu (2009), gençlerin, yüz yüze konuşmalardan sonra ifade ettikleri yalnızlık derecesine kıyasla, internetteki “konuşmalar”dan sonra istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek bir yalnızlık derecesi ifade ettiklerini bulmuştur. Dror ve Gershon (2012) yalnızlık ile sanal arkadaşlarla çok sayıda sosyal ağ “konuşması” arasında doğrudan pozitif yönlü bir ilişki bulmuşlardır. Ayrıca, sanal arkadaşlıkların yüz yüze

arkadaşlıklardan daha az tatmin edici olabileceğini belirtmişlerdir. Hunt ve arkadaşları (2018) ise, “sosyal medyayı sınırlamanın yalnızlığı ve depresyonu azalttığını” bulmuştur.

Bu çalışma; ilgili değişkenler arasındaki yoğun ilişkiyi ortaya çıkarması, gençlerin sorunlarının giderilmesine yönelik sosyal çalışmaların ve politikaların geliştirilmesine referans bilgiler sağlaması bakımından önem arz etmektedir. Ayrıca bu çalışma, bir toplumun temel taşlarından biri olan eğitim olgusunu, bireyin en önemli duygularından olan ve son yüzyılda artarak devam eden yalnızlık değişkenini ve özellikle son yirmi yıldır ciddi bir düzeyde artan sosyal medya bağımlılığını ele almaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmadan elde edilen veriler sadece belirli bir grubu değil bütün toplumu ilgilendirmesi açısından önemlidir. Diğer taraftan gençlerin hem akademik gelişimi hemde duygusal gelişimleri üzerinde önemli bir etken olan sosyal medya bağımlılığının aracılık etkisinin görünür olması bakımından önemlidir. Çünkü sosyal medya bağımlılığının etkisini tespit etmek gözlemlemek diğer alışkanlıklara göre daha zor olabilir. Bu bağlamda çalışmanın toplum ve toplumun geleceği içinde anlamlı olduğu düşünülmektedir. Zira şimdiki gençler gelecekte toplumun yöneticileri olacaklardır.

İlgili çalışmalar ergenlik döneminde anne baba tutumları (Dündar, 2018; Hellstedt, 1990) benlik saygısı (Kapıkıran, Yaşar ve Kapıkıran, 2016) yalnızlık (Gündoğmuş, 2017) ve depresyon (Salmela-Aro, Savolainen ve Holopainen, 2009) gibi okul tükenmişliğini etkileyen ve tetikleyen birçok olgu olduğunu göstermiştir. Literatürden farklı olarak sosyal medya bağımlılığının aracı rolünü incelemek önem kazanmaktadır. Çünkü eğer sosyal medya kullanımı kontrol altına alınıp daha doğru bir şekilde kullanılması sağlanırsa gençlerin duygusal ve akademik gelişimini olumsuz yönde etkileyen faktörlerin azalacağı düşünülmektedir.

İlgili literatür incelendiğinde yalnızlık algısı, sosyal medya bağımlılığı ve okul tükenmişliği değişkenlerinin ikili (Boumosleh ve Jaalouk, 2018; Chaudhury ve Tripathy, 2018) bir şekilde ele alındığı çalışmalar olsa da üç değişkeni bir arada değerlendiren ve aralarındaki ilişkiyi ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan araştırmalar (Junco 2012; Salmela-Aro ve ark. 2017; Sobaih ve ark., 2016; Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, 2019; Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, 2020) sosyal medya bağımlılığının bireyin akademik başarısının üzerinde ciddi bir etkisinin olduğunu, okul

tükenmişliği düzeyini artırdığını ve akademik performansı düşürdüğünü ortaya koymuştur. Diğer taraftan aşırı internet ve sosyal medya kullanımının bireyi izole ettiği ve yalnızlaştırdığını inceleyen çalışmaların (Dror ve Gershon, 2012; Hu, 2009; Hunt ve ark. 2018) olması sosyal medya bağımlılığının okul tükenmişliği ve yalnızlık algısı arasında aracılık ettiğine dair düşünce ve beklentileri güçlendirmiştir. Özetle bu çalışma ile hem eğitim bilimleri hem de sosyal psikoloji literatürüne önemli bir katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amaçlarının gerçekleştirilebilmesi için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- 1) Sosyal medya bağımlılığı, okul tükenmişliği ve yalnızlık algısı arasında nasıl bir ilişki vardır?
- 2) Sosyal medya bağımlılığının; okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasındaki ilişkide nasıl bir rolü vardır?

Yöntem

Bu çalışmada üniversite öğrencileri örnekleminde sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık algısı ve okul tükenmişliği değişkenleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırmada nicel tarama metotlarından biri olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu model birden fazla değişkenin birlikte değişim gösterip göstermediğini ve ortaya çıkması muhtemel değişimin derecesini saptamayı hedefleyen araştırma modelidir (Karasar, 2005). Okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasında sosyal medya bağımlılığının aracı rolünü incelemek için Baron ve Kenny (1986) tarafından geliştirilen aracı değişken analiz yöntemi kullanılmaktadır. Bu analiz yöntemine göre bağımsız değişkenin ve aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde etkili olması, ayrıca aracı değişken ile bağımsız değişken arasında ilişki olması gerekmektedir.

Çalışmanın evreni ve örneklemi

Bu çalışmanın evrenini Türkiye’de üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Evreni daha iyi temsil etmesi amacıyla olabildiğince farklı şehirlerde bölgelerde üniversitelerde öğrenim gören öğrencilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Bunun için Google-Formlar aracılığıyla hazırlanan çevrimiçi veri toplama aracılığıyla ölçekler katılımcılara sosyal medya grupları (facebook, instagram, vb.) aracılığıyla gönderilmiştir

ve veriler basit rastgele örneklem yöntemi ile toplanmıştır. Bu yöntemle Türkiye'nin yedi bölgesinden 32 şehir ve 41 üniversitede eğitim gören öğrencilere ulaşılmıştır. Veri güvenliği araştırmacıların özel şifreli digital google hesapları aracılığı ile sağlanmıştır. Katılımcılar 151 (% 43) kadın, 200 (% 57) erkek olmak üzere 351 bireyden oluşmaktadır. Katılımcıların 60'nın (% 17) birinci sınıfta 77'sinin (% 22) ikinci sınıfta 108'inin (% 31) üçüncü sınıfta 80'inin (% 23) dördüncü sınıfta ve 26'sının (% 7) diğer (hazırlık ve 5) sınıflarda öğrenim gördüğü tespit edilmiştir. Belirtilen çevrimiçi yöntem ile yapılan bilgilendirme sonrasında gönüllü olan bireyler seçkisiz bir şekilde ölçek formlarını doldurmuştur.

Bu araştırmanın yürütülebilmesi hazırlanan formlardaki ölçeklerin sahiplerinden E-mail aracılığı ile yazılı izin alındıktan sonra Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'na başvurulmuştur. Kurul 28.04.2022 tarihinde 2022/241 sayılı karar ile bu çalışmanın yürütülmesinin bilimsel etik kurallara uygun olduğu kararını vermiştir. çalışmanın katılımcıları öncelikle digital olarak katılım onamı verdikten sonra çalışmaya dahil olabilmışlerdir.

Veri Toplama Araçları

Demografik Bilgi Formu

Araştırmacılar tarafından hazırlanan katılımcıların yaş, cinsiyet ve maddi gelir gibi bazı demografik bilgiler içeren form kullanılmıştır.

Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Andreassen ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilmiş ve Demirci (2019) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılmıştır. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği altı maddeden oluşmaktadır. Ölçekteki her madde zihinsel uğraş, duygudurum değişikliği, tolerans, yoksunluk, çatışma ve başarısız bırakma girişimi olmak üzere altı temel bağımlılık ölçütünü karşılamaktadır. Ölçek beşli Likert tipi derecelendirme yöntemi ile cevaplandırılmaktadır. Ölçekten en az 6 en yüksek 30 puan alınabilmektedir. Ölçekten alınan puanlar nasıl yorumlanmaktadır. Kesme noktası var mı? Orijinal ölçeğin iç tutarlılığı $\alpha=.88$, Türkçe formunda $\alpha=.83$ olarak bulunmuştur. Bu çalışmada iç tutarlılık $\alpha=.81$ olarak hesaplanmıştır.

UCLA Yalnızlık Ölçeği

Bu çalışmada UCLA Yalnızlık Ölçeği'nin Doğan, Çötök ve Göçet-Tekin (2011) tarafından revize edilmiş kısa formu kullanılmıştır. Ölçek, dörtlü Likert tipi derecenlendirme olarak, 1= Bu durumu hiç yaşamam, 4= Bu durumu hiç yaşamam, şeklinde cevaplanmaktadır. Ölçeğin Türkçe versiyonu için yapılan geçerlik güvenirlik çalışması için üniversitelerde eğitim gören 553 öğrenciye uygulanmıştır. Elde edilen veriler üzerinde yapılan analizler doğrultusunda ölçeğin Türkçe versiyonunun tek boyutlu 8 madde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada yapılan analizler sonrasında ölçeğin iç-tutarlık güvenirlik katsayısı, $\alpha=.84$ olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınan puanın yüksek olması yalnızlık algısının yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Maslach Okul Tükenmişliği Envanteri- Öğrenci Formu

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin okul tükenmişlik düzeylerini tespit etmek amacıyla Çapri, Gündüz ve Gökçakan (2011) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan ve orijinali Schaufeli ve ark. (2002)'na ait olan Maslach Tükenmişlik Envanteri-Öğrenci Formu (MTE-ÖF) kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe güvenirlik ve geçerlik çalışmasına üniversitelerde eğitim gören 782 katılımcı dahil edilmiştir. Yapılan analizler doğrultusunda ölçeğin üç (tükenme, duyarsızlaşma, yetkinlik) faktörlü olup 13 maddeden oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada yapılan analizler sonrasında ölçeğin iç-tutarlık güvenirlik katsayısı, $\alpha=.78$ olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınan puanın yüksek olması okul tükenmişlik düzeyinin yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde Roma-Sapienza Üniversitesi'nin sağladığı SPSS 22 paket programı kullanılmıştır. Bu kapsamda analiz yöntemine karar vermek için öncelikle verilerin normal dağılım değerleri incelenmiş ve temel tanımlayıcı istatistik analizleri yapılmıştır. Daha sonra sırasıyla korelasyon ve Analysis of Moment Structures (AMOS) üzerinden yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ile aracılık analizleri gerçekleştirilmiştir.

Baron ve Kenny (1986) aracılık analizinin yapılabilmesi için değişkenler arasında korelatif ve anlamlı bir ilişki olması gerektiğini belirtmiştir. Bu durumda bu çalışmadaki

değişkenlere ilişkin sonuçların aracılık analizi için uygun olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda bu çalışmada analizler yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir.

BULGULAR

Çalışmadaki değişkenlerin istatistiksel olarak incelenmesi demografik özelliklerden bazıları (Gelir durumu ve cinsiyet) kukla değişken olarak kodlanmıştır. Bu durumda gelir durumu için 1=düşük 2= Orta düzey gelir 3= Yüksek düzey geliri ifade edecek şekilde kodlanmıştır. Ayrıca cinsiyet için 1= Kadın 2=Erkek olarak kodlanmıştır. Daha sonra değişkenlere ilişkin tanımlayıcı analizler yapılmıştır. Analizler sonucunda verilerin normal dağıldığı görülmüştür (Tablo 1).

Tablo 1

Değişkenlere ilişkin tanımlayıcı analiz sonuçları (Demografik özellikler, Sosyal medya bağımlılığı, Okul tükenmişliği ve Yalnızlık)

	N	Min.	Max.	M	Std. D.	Skewness	Kurtosis
Cinsiyet	351	1.00	2.00	1.56	.49	-.283	-1.931
Yaş	351	18.00	26.00	20.83	1.95	.621	-.042
Gelir_D	351	1.00	3.00	1.96	.70	.043	-.964
Sınıf	351	1.00	5.00	2.43	1.09	.336	-.355
S.M.B*	351	8.00	30.00	16.80	3.84	.383	.187
O.T**	351	23.00	62.00	47.84	5.91	-0.43	.751
Yalnızlık	351	10.00	39.00	20.24	4.74	.294	.262

*S.M.B= Sosyal medya bağımlılığı **O.T= Okul tükenmişliği

Değişkenler arasındaki ilişkileri görebilmek üzere tüm değişkenlere korelasyon analizi (Tablo 2) uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre sosyal medya bağımlılığı ile okul tükenmişliği arasında ($r = .191$ $p < .01$) ve yalnızlık algısı arasında ($r = .484$ $p < .01$) pozitif yönlü anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. Ayrıca okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasındaki ilişkinin ($r = .172$ $p < .01$) pozitif yönlü ve anlamlı olduğu görülmüştür. Son olarak Demografik değişkenlerden sınıf ile yaş arasında ($r = .205$ $p < .01$) pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Tablo 2

Değişkenlere ilişkin korelasyon analizi sonuçları (Demografik özellikler, Sosyal medya bağımlılığı, okul tükenmişliği ve yalnızlık)

	1	2	3	4	5	6	7
1. Cinsiyet	1						
2. Yaş	-.075	1					
3. Gelir D.	-.014	-.016	1				
4. Sınıf	-.027	.205**	-.068	1			
5. S:M:B	.015	-.037	-.036	-.027	1		
6. O.T	-.021	.008	.049	.024	.191**	1	
7. Yalnızlık	-.006	.017	.019	-.002	.484**	.172**	1

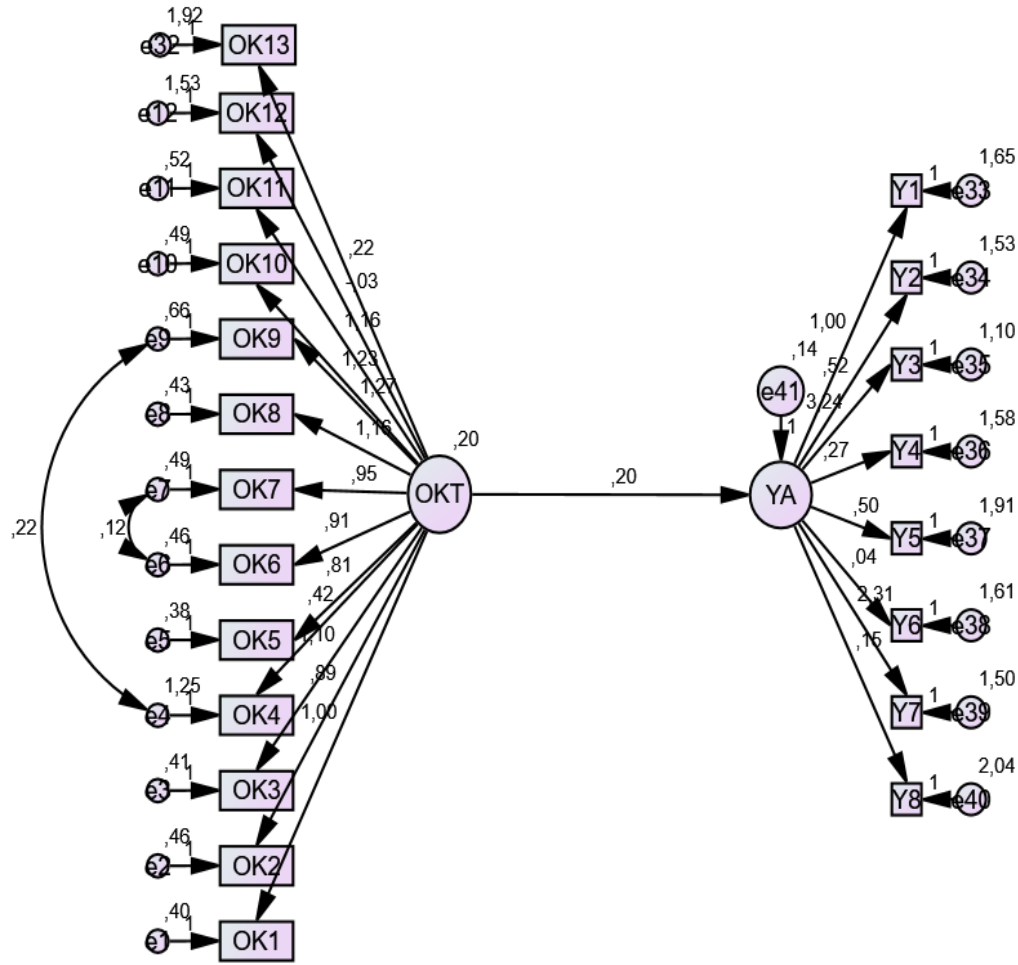
**p< .01, *p< .05 *S.M.B= Sosyal medya bağımlılığı **O.T= Okul tükenmişliği

Model Testleri

Üniversite öğrencileri örnekleminde okul tükenmişliği ve yalnızlık algısı arasındaki ilişkide sosyal medya bağımlılığının aracı rolünün incelenmesi amacı ile kurulan Model 1 ve Model 2'ye ait yapısal eşitlik modeli analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Model 1: Okul Tükenmişliği Düzeyi ile Yalnızlık Algısı Arasındaki İlişki

Model 1'de öncelikli olarak üniversite öğrencilerinin okul tükenmişliği düzeyinin, yalnızlık algısı üzerindeki yordama gücü incelenmiştir. üniversite öğrencilerinin okul tükenmişliği düzeyi ile yalnızlık algısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Baron ve Kenny (1986) aracılık analizinin yapılabilmesi için değişkenler arasında korelatif ve anlamlı bir ilişki olması gerektiğini belirtmiştir.



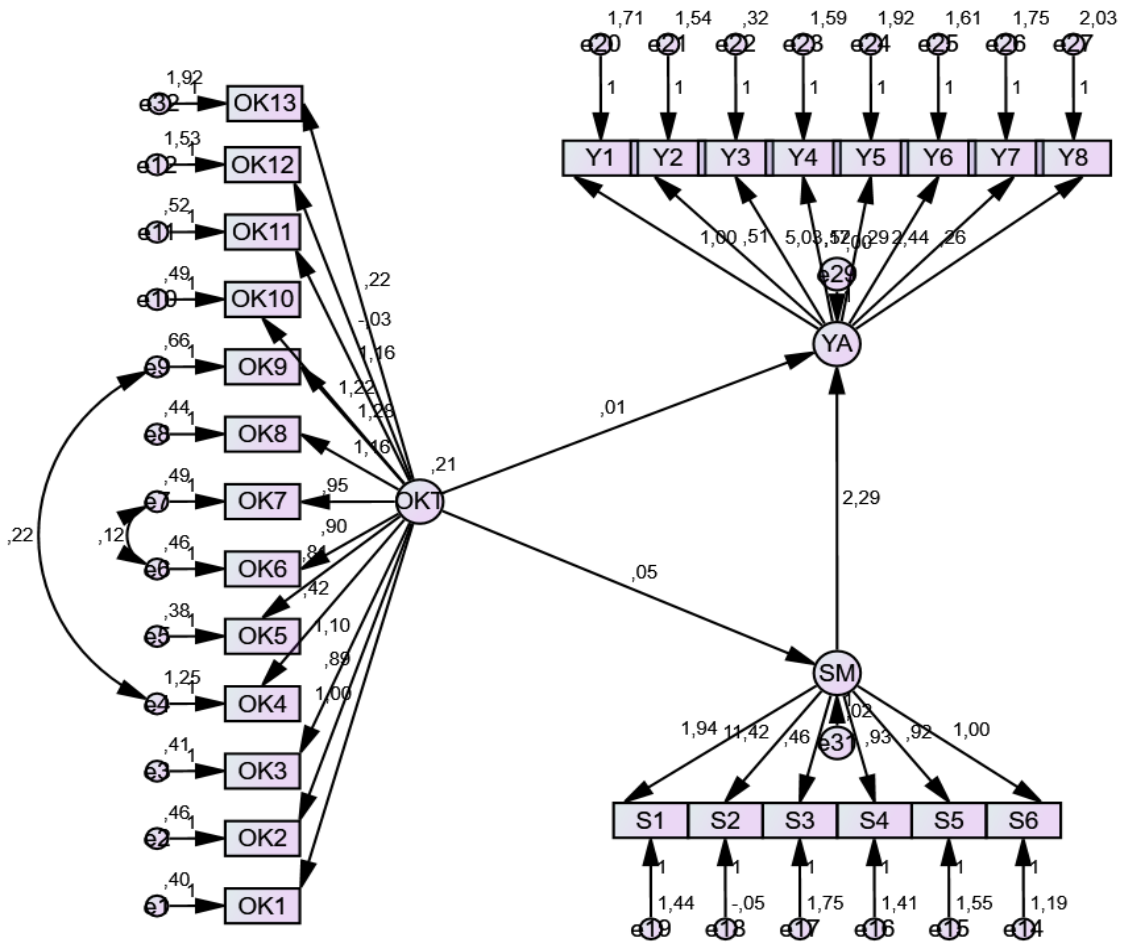
CMIN=262,495; DF=186; P=,000; RMSEA=,034; GFI=,935; CFI=,924; AGFI=,920; IFI=,926

Şekil 1. Yapısal eşitlik modellemesi aracılığı ile okul tükenmişliği düzeyinin yalnızlık algısını yordama gücü

Şekil 1’ de yapısal eşitlik modellemesi aracılığı ile okul tükenmişliğinin yalnızlık algısını yordama gücü gösterilmiştir. Buna göre χ^2 (262.495) ve χ^2/df (1.410) değerlerine göre modelin anlamlı olduğu görülmektedir. Model uyum indeksleri incelendiğinde modelin kabul edilebilir sınırlar içinde yer aldığı söylemek mümkündür. GFI=.93, AGFI=.92, RMSEA=.03, CFI=.92, IFI=.92). Buna göre okul tükenmişliğinin yalnızlık algısını .20 düzeyinde yordadığı görülmektedir.

Model 2: Okul Tükenmişliği ile Yalnızlık Algısı Arasındaki İlişkide Sosyal Medya Bağımlılığının Aracı Rolünün İncelenmesi

Okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasındaki ilişkinin incelenmesinde sosyal medya bağımlılığının aracılık etkisini yapısal eşitlik modellemesi ile incelemek amacıyla kurulan Model 2'ye ait şekilsel gösterim aşağıda sunulmuştur.



CMIN=497,315; DF=319; P=,000; RMSEA=,040; GFI=,907; CFI=,906; AGFI=,889; IFI=,908

Şekil 2. Yapısal eşitlik modellemesi aracılığı ile okul tükenmişliği ile yalnızlık arasındaki ilişkide sosyal medya bağımlılığının aracı rolü

Model 2'ye ait şekil 1. incelendiğinde χ^2 (497.315) ve χ^2/df (1.558) değerlerine göre modelin anlamlı olduğu görülmektedir. Model uyum indeksleri incelendiğinde modelin kabul edilebilir sınırlar içinde yer aldığını söylemek mümkündür (GFI=.90, AGFI=.88, RMSEA=.04, CFI=.90, IFI=.90). Model 2'ye göre okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasındaki ilişkide sosyal medya bağımlılığının etkisinin test edildiği yapısal eşitlik modellemesinde okul tükenmişliğinin yalnızlık algısını yordama gücünün .20'den .01'e düştüğü görülmektedir. Buna göre; sosyal medya bağımlılığının yalnızlık algısı ile okul tükenmişliği arasındaki ilişkide aracılık etkisi olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmanın amacı; Türkiye'de öğrenim gören üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri, sosyal medya bağımlılıkları ve okul tükenmişlikleri arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır. Diğer taraftan değişkenler arasındaki aracılık rolünü incelemektir. Çalışmanın bağımlı değişkeni yalnızlık algısı iken bağımsız değişkenleri ise okul tükenmişliği ve sosyal medya bağımlılığı olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında oluşturulan model ve bu modelin analizi sonrasında sosyal medya bağımlılığının okul tükenmişliği ile yalnızlık algısı arasında tam aracılık rolünü üstlendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmada bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkilerin olması beklenmiştir. Elde edilen sonuçlar beklentiyi karşılamıştır. Çalışma kapsamında ele alınan sosyal medya bağımlılığı, okul tükenmişliği ve yalnızlık algısı arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu bulgu ilgili literatür ile örtüşmektedir. Nitekim Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, (2020) tarafından yapılan çalışmada okul tükenmişliği ile problemlerli internet kullanımı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yine birçok çalışma (Brubaker ve Beverly, 2020; Junco 2012; Sobaih ve ark., 2016; Salmela-Aro ve ark., 2017; Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, 2019) okul tükenmişliği ile sosyal medya ve internet kullanımı arasında pozitif ilişkiler tespit etmiştir. Bu durumda okul tükenmişliği sosyal medya bağımlılığı ve yalnızlık algısının bireyin sosyal yaşamında birbiri ile ilişkili

mekanizmalar olduğunu söylemek mümkündür. Bu değişkenlerden biri negatif bir eğilim gösterirse diğer değişkenlerinde negatife yöneldiğini söylemek mümkündür.

İlgili literatür incelendiğinde yalnızlık algısı, sosyal medya bağımlılığı ve okul tükenmişliği değişkenlerinin (Boumosleh ve Jaalouk, 2018; Chaudhury ve Tripathy, 2018;) ikili bir şekilde ele alındığı çalışmalar olsa da üç değişkeni bir arada değerlendiren ve aralarındaki ilişkiyi ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan araştırmalar (Sobaih ve ark., 2016; Junco 2012; Salmela-Aro ve ark. 2017; Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, 2019; Tomaszek ve Muchacka-Cymerman, (2020) sosyal medya bağımlılığının bireyin akademik başarısının üzerinde ciddi bir etkisinin olduğunu, okul tükenmişliği düzeyini artırdığını ve akademik performansı düşürdüğünü ortaya koymuştur. Diğer taraftan aşırı internet ve sosyal medya kullanımının bireyi izole ettiği ve yalnızlaştırdığını inceleyen çalışmaların (Hu, 2009; Dror ve Gershon, 2012; Hunt ve ark. 2018) olması sosyal medya bağımlılığının okul tükenmişliği ve yalnızlık algısı arasında aracılık ettiğine dair düşünce ve beklentileri güçlendirmiştir. Bu beklenti Model.2 olarak adlandırılmış ve analizleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar beklentiyi karşılamıştır. Yani üniversite öğrencileri örnekleminde; sosyal medya bağımlılığının, okul tükenmişliği ve yalnızlık algısı arasında aracılık ettiği bulunmuştur.

Elde edilen bu sonuç ilgili literatür ile benzer doğrultudadır. Nitekim Hu (2009), gençlerin yüz yüze konuşmalardan sonra ifade ettikleri yalnızlık derecesine kıyasla, “internetdeki konuşmalar”dan sonra istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek bir yalnızlık derecesi ifade ettiklerini bulmuştur. Ayrıca Dror ve Gershon (2012), yalnızlık ile sanal arkadaşlarla çok sayıda sosyal ağ “konuşması” arasında doğrudan bir ilişki tespit etmiş ve sarkadaşlıkların yüz yüze arkadaşlıklardan daha az tatmin edici olabileceğini belirtmişlerdir. Hunt ve arkadaşları (2018), sosyal medyayı sınırlamanın yalnızlığı ve depresyonu azalttığını bulmuştur. Buradan hareketle, sosyal medya kullanımı belirli bir kontrol mekanizması eşliğinde yapılırsa daha sosyal ve ve mutlu bir genç kitlesinin oluşacağını söylemek mümkündür. Ortaya çıkan bu sonuç sosyal medya kullanım düzeyinin bireyin hem duygusal hem de akademik yaşantısı üzerinde dengeleyici bir etkisinin olduğu tablosunu da ortaya çıkarmaktadır.

Birçok çalışma (Carbonell ve ark., 2018; Kunkel, Thampson ve Mcelhinney, 1973; Salmela-Aro ve ark., 2009) kapsamında okul tükenmişliği düzeyi yüksek olan öğrencilerin okula adapte olmada güçlük çektikleri, derslere ilgi düzeylerinin azaldığı ve diğer öğrencilere göre daha izole oldukları tartışılmaktadır. Bu doğrultuda okul tükenmişlik düzeyi yüksek olan bireyin sosyalleşme çabası ile sosyal medyayı kullanmaya yönelmesi ve bu yönelme bağımlılık düzeyine ulaştığında ise ciddi bir yalnızlık algısı içerisinde düştüğünü söylemek mümkündür.

Okul tükenmişliğinin artması akademik başarı ve akademik performansı önemli ölçüde etkilemektedir (Boumosleh ve Jaalouk, 2018; Chaudhury ve Tripathy, 2018; Junco 2012; Kates, Rabiü ve ark., 2016; Sobaih ve ark., 2016; Wu, ve Coryn, 2018). Dolayısıyla okul tükenmişliği etkileyen faktörleri kontrol altına almak ve yönetmek toplumsal yaşam açısından önemlidir. Bu bağlamda sosyal medya kullanımının daha kontrollü veya doğru temelde kullanılmasına yönelik sosyal politikaların geliştirilmesi sadece bireysel mutluluğu ve yaşam doyumunu artırmakla kalmayıp aynı zamanda kamu yararına katkı sağlayacağı da düşünülmektedir.

Öneriler

Bu çalışmanın, üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri, sosyal medya kullanım oranları ve okul tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi ve bireyi neredeyse toplumdan koparan bu duruma odaklanılması için referans bilgiler sağlayabilecek bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Üretilen bu bilginin aileler ile paylaşılması ve önleyici çalışmaların gerçekleştirilmesi ve politikaların geliştirilmesi toplumumuzun geleceği için önemli bir yatırım olarak değerlendirilmektedir. Gençlerin hem akademik hemde duygusal gelişimlerini önemli bir düzeyde etkileyen sosyal medya kullanımının doğru bir şekilde kontrol edilmesi ve yönetilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda okullarda sosyal medya üzerine dersler seminerler yada eğitim programları geliştirilebilir. Ayrıca bu anlamda yine sosyal medya aracılığıyla kamu spotları oluşturulup gençlerin ve ailelerin bilinç düzeyleri artırılabilir. Son olarak sosyal medya bağımlılığını etkileyen faktörlerin ortaya çıkması için akademik çalışmaların yapılması ve desteklenmesi önerilmektedir. Gelecekteki çalışmalar için sosyal medya bağımlılığının başka değişkenler ile de çalışılması önerilmektedir. Zira bu değişkenin

gençlerin yaşam alanları ve zamanları üzerinde ciddi olumsuz etkileri olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın sınırlılıkları

Bu çalışma nicel araştırmaların doğası gereği bazı kısıtlılıklar içermektedir. Özellikle pandemi koşullarında kısıtlı imkanlarla yapılan bu çalışmanın uygun koşullarda daha büyük örneklere uygulanması önerilmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın genellenebilirlik düzeyinin artabileceği düşünülmektedir. Ayrıca bu tür çalışmalarda bireylerin özel yaşamlarına dair sorular sorulduğu için kendini sansürleme düzeyinin yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu tür çalışmalarda “kendini sansürleme” ölçeğinin kullanılması elde edilen sonuçların güvenilirliğini artıracakları düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Augner, C., ve Hacker, G. W. (2012). Associations between problematic mobile phone use and psychological parameters in young adults. *International Journal of Public Health*, 57(2), 437-441. <https://doi:10.1007/s00038-011-0234-z>.
- Barry, C. T., Lui, J., Lee-Rowland, L. M., ve Moran, E. V. (2017). Adolescent communal narcissism and peer perceptions. *Journal of Personality*, 85(6), 782-792. <https://doi.org/10.1111/jopy.12287>
- Berryman, C., Ferguson, C. J., ve Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric quarterly*, 89, 307-314.
- Boumosleh, J., ve Jaalouk, D. (2018). Smartphone addiction among university students and its relationship with academic performance. *Global Journal of Health Science*, 10(1), 10-5539.
- Brubaker, J. R., ve Beverly, E. A. (2020). Burnout, perceived stress, sleep quality, and smartphone use: A survey of osteopathic medical students. *The Journal of the American Osteopathic Association*, 120(1), 6.
- Bryant, A. (2018). The effect of social media on the physical, social emotional, and cognitive development of adolescents. Honors Senior Capstone Projects. 37, 1-29. https://scholarworks.merrimack.edu/honors_capstones/37/

- Çapri, B., Gündüz, B. ve Gökçakan, Z. (2011). Student form of the Maslach burnout inventory Turkish adaptation: Validity and reliability study. *The Journal of Çukurova University Education Faculty*, 40 (1),134-147.
- Carbonell, X., Chamarro, A., Oberst, U., Rodrigo, B., ve Prades, M. (2018). Problematic use of the internet and smartphones in university students: 2006–2017. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(3), 475.
- Cha, S. S., ve Seo, B. K. (2018). Smartphone use and smartphone addiction in middle school students in Korea: Prevalence, social networking service, and game use. *Health Psychology Open*,5 (1).
- Chaudhury, P., ve Tripathy, H. K. (2018). A study on impact of smartphone addiction on academic performance. *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (2.6), 50-53.
- Chen, L., Yan, Z., Tang, W., Yang, F., Xie, X., ve He, J. (2016). Mobile phone addiction levels and negative emotions among Chinese young adults: The mediating role of interpersonal problems. *Computers in Human Behavior*, 55, 856-866.
- Demirci, İ. (2019). Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20.
- Doğan, T., Çötök, N. A., ve Tekin, E. G. (2011). Reliability and validity of the Turkish version of the UCLA loneliness scale (ULS-8) among university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 2058-2062.
- Dror, Y., ve Gershon, S. (2012). Israelis in the digital age. *RishonLezion: The College of Management*. <https://www.isoc.org.il/sts-data/10702>,
- Dündar, B. B. (2018). *Lise öğrencilerinde sınav kaygısı, aile tutumu ve gelecek beklentisinin okul tükenmişliği ile ilişkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Üsküdar Üniversitesi.
- Goodyear, V. A., ve Armour, K. M. (2019). *Young people, social media and health* (p. 232). Taylor & Francis.
- Gündoğmuş, G. (2017). *Yalnızlık düzeyinin yordanmasında anne baba tutumları ve okul tükenmişliği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.

- Hellstedt, J. C. (1990). Early adolescent perceptions of parental pressure in the sport environment. *Journal of sport behavior*, 13(3), 135.
- Hu, M. (2009). Will online chat help alleviate mood loneliness? *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 219-223. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0134>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., ve Young, J. (2018). No More FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Junco, R. (2012). Too much face and not enough books: The relationship between multiple indices of Facebook use and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 28 (1), 187-198. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.026>
- Kapıkıran, Ş., Yaşar, M., ve Kapıkıran, N. A. (2016). Benlik saygısı ve okul tükenmişliği arasındaki ilişkide öz düzenlemenin doğrudan ve dolaylı rolü. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 6(45), 51-64.
- Kates, A. W., Wu, H., ve Coryn, C. L. (2018). The effects of mobile phone use on academic performance: A meta-analysis. *Computers & Education*, 127, 107-112.
- Kiuru, N., Nurmi, J.-E., Aunola, K., ve Salmela-Aro, K. (2009). Peer group homogeneity in adolescents' school adjustment varies according to peer group type and gender. *International Journal of Behavioral Development*, 33, 65-76. <https://doi.org/10.1177/0165025408098014>
- Kunkel, R. C., Thompson, J. C., ve McElhinney, J. H. (1973). School-related alienation: Perceptions of secondary school students. Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association, New Orleans, LA. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 074 092)
- Kuss Daria J ve Griffiths Mark D. "Social Networking Sites and addiction: Ten lessons learned". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2017, Cilt:3, Sayı:14, p. 311.
- Lee, A. R., Son, S.-M., ve Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, 55(2), 51-61. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.011>.
- Lepp, A., Barkley, J. E., ve Karpinski, A. C. (2014). The relationship between cell phone use, academic performance, anxiety, and satisfaction with life in college students. *Computers in Human Behavior*, 31, 343-350.

- Longstreet, P., ve Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73-77.
- Mahapatra, S. (2019). Smartphone addiction and associated consequences: Role of loneliness and selfregulation. *Behaviour & Information Technology*, 38 (8), 833-844.
- Maslach, C., Schaufeli, W.B., ve Leiter, M.P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-422.
- McGahoon, A. (2015). Smartphones and social media: A modern addiction. <https://www.slideshare.net/AoifeMcGahon/smartphones-and-social-media-us-pdf-43961756> accessed on 01.04.2020.
- Olçay, S. (2018). Sosyalleşmenin dijitalleşmesi olarak sosyal medya ve resimler arasında kaybolma bozukluğu: photolurking. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 90-104.
- Paula, K., Zengin, S., ve Kizilgeçit, M. (2011). Yalnızlık hissi: Teorik yaklaşımlar. *Dinbilimleri Journal*, 11(3).
- Peplau LA, Perlman D. (1982) Perspectives on loneliness. LA Peplau, D Perlman (Eds.), *Loneliness: A Sourcebook of Current Theory, Research and Therapy*, New York, Wiley-Interscience.
- Pittman, M., ve Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
- Pokhrel, N. B., Khadayat, R., ve Tulachan, P. (2020). Depression, anxiety, and burnout among medical students and residents of a medical school in Nepal: A cross-sectional study. *BMC Psychiatry*, 20(1),18.
- Rabiu, H., Muhammed, A. I., Umaru, Y., ve Ahmed, H. T. (2016). Impact of mobile phone usage on academic performance among secondary school students in Taraba State, Nigeria. *European Scientific Journal*, 12 (1).
- Salmela-Aro, K., Kiuru, N., Leskinen, E., ve Nurmi, J. E. (2009). School burnout inventory (SBI) reliability and validity. *European Journal of Psychological Assessment*, 25 (1), 48-57.
- Salmela-Aro, K., Savolainen, H., & Holopainen, L. (2009). Depressive symptoms and school burnout during adolescence: Evidence from two cross-lagged longitudinal studies. *Journal of Youth and Adolescence*, 38, 1316-1327.

- Salmela-Aro, K., Upadyaya, K., Hakkarainen, K., Lonka, K., ve Alho, K. (2017). The dark side of internet use: Two longitudinal studies of excessive internet use, depressive symptoms, school burnout and engagement among Finnish early and late adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 46 (2), 343-357.
- Schaufeli, W. B., Martinez, I., Pinto, A. M., Salanova, M., ve Bakker, A. B. (2002). Burnout and engagement in university students: A cross-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33, 464-481. <https://doi.org/10.1177/0022022102033005003>
- Soni, A., Upadhyay, R., ve Jain, A. (2017). Internet of things and wireless physical layer security: A survey. In computer communication, networking and internet security (pp. 115-123). Springer, Singapore.
- Tekin, Ö. A. (2012). Yabancılaşma ve beş faktör kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler: Antalya Kemer'deki beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanları üzerinde bir uygulama. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.
- Tomaszek, K., ve Muchacka-Cymerman, A. (2019). Sex Differences in the relationship between student school burnout and problematic internet use among adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16 (21), 4107, <https://doi.org/10.3390/ijerph16214107>
- Tomaszek, K., ve Muchacka-Cymerman, A. (2020). Examining the Relationship between Student School Burnout and Problematic Internet Use. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 20(2), 16-31.
- Utz, S., ve Beukeboom, C. J. (2011). The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511-527. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01552.x>
- Walsh, S. P., K. M. White, ve R. M. Young. 2010. Needing to connect: The impact of self and others on young people's involvement with their mobile phone. *Australian Journal of Psychology*, 62(4), 194-203.
- Yavich, R., Davidovitch, N., ve Frenkel, Z. (2019). Social Media and Loneliness--Forever Connected? *Higher Education Studies*, 9(2), 10-21.