



BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BALIKESİR UNIVERSITY
THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

Haziran 2023, Cilt: 26 - Sayı: 49 June 2023, Volume: 26 - Issue: 49

E-ISSN: 2651-4974

Haziran 2023, Cilt: 26 - Sayı: 49 - June 2023, Volume: 26 - Issue: 49

E-ISSN: 2651-4974

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ



BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

BALIKESİR UNIVERSITY
THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

Haziran 2023, Cilt: 26 - Sayı: 49 June 2023, Volume 26 - Issue: 49

E-ISSN: 2651-4974

<https://dergipark.org.tr/baunsobed>



Balıkesir Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Haziran 2023, Cilt: 26 - Sayı: 49

Balıkesir University
The Journal of Social Sciences Institute
June 2023, Volume: 26 - Issue: 49

E-ISSN: 2651-4974

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/baunsobed>

**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DERGİSİ**

Haziran 2023 Cilt: 26 Sayı: 49

SAHİBİ

Owner

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü adına
Balıkesir Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Yücel OĞURLU

EDİTÖRLER

Editors

Prof. Dr. Bayram ŞAHİN
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa OĞUZ
Dr. Öğr. Üyesi Sinem ŞAHNAGİL

YARDIMCI EDİTÖR

Associate Editor

Arş. Gör. Talha Serdar SEZEN

ALAN EDİTÖRLERİ

Section Editors

Prof. Dr. Erdoğan TEZCİ
Prof. Dr. Şeniz ANBARLI BOZATAY
Prof. Dr. Bayram ŞAHİN
Doç. Dr. Sinan AYTEKİN
Doç. Dr. Ömer Faruk BİÇEN
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa OĞUZ
Dr. Öğr. Üyesi Sinem ŞAHNAGİL

İSTATİSTİK EDİTÖRÜ

Statistics Editor

Prof. Dr. Mesut SAÇKES

DİL EDİTÖRLERİ

Language Editors

Dr. Öğr. Üyesi Tutku BAŞÖZ
Arş. Gör. Dr. Özgehan UŞTUK

SEKRETERYA

Secretariat

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

BAUNSOBED KURUMSAL

Corporate Identity

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

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

YAZIŞMA ADRESİ

Correspondence

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

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

June 2023 Volume: 26 Issue: 49

DERGİMİZİN TARANDIĞI İNDEKSLER

Abstracted and Indexed in Following Indexes



ULAKBİM

Ebscohost

Akademik Kaynak İndeksi (ResearchBib)

Türk Eğitim İndeksi

Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index)

Akademik Türk Dergileri İndeksi (Akademik Dizin)

Akademik Araştırmalar İndeksi (Acar Index)

DANIŞMA & YAYIN KURULU

Advisory & Editorial Board

- Prof. Dr. Bayram ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Abdullah SOYKAN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Abide DOĞAN (Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet KANKAL (Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Ali DUYMAZ (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Bahattin KAHRAMAN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Dilek İNAN (İzmir Demokrasi Üniversitesi)
Prof. Dr. Edip ÖRÜCÜ (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Elif ÇİMEN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL (Kocaeli Üniversitesi)
Prof. Dr. Erdoğan KOÇ (Bahçeşehir Üniversitesi)
Prof. Dr. Erdoğan TEZCİ (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Ertan ÖRGEN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Fabio GRASSI (Sapienza University of Rome)
Prof. Dr. Feryal ÇUBUKÇU (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ (University of Central Florida)
Prof. Dr. Gökhan ORHAN (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Hakan ÇETİNTAŞ (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Hülya BOYANA (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Hüseyin AKAY (İzmir Demokrasi Üniversitesi)
Prof. Dr. İlhan ERDEM (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. İsmet ÇETİN (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet BAŞTÜRK (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet NARLI (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Metin EKİCİ (Ege Üniversitesi)
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ (Manisa Celal Bayar Üniversitesi)
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU (İstanbul Gelişim Üniversitesi)
Prof. Dr. Orhan BATMAN (Sakarya Üniversitesi)
Prof. Dr. Oya Aytemiz SEYMEN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Öcal OĞUZ (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Saadetin GÖMEÇ (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Salim ÇONOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Selda KILIÇ (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Selma YEL (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Üçler BULDUK (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Yücel OĞURLU (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Haneen ABUDAYEH (The University of Jordan)
Doç. Dr. Nuran MALTA MUHAXHERİ (Pristine Üniversitesi)
Doç. Dr. Piotr NYKIEL (Jagiellonian University)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa OĞUZ (Balıkesir Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Sinem ŞAHNAGİL (Balıkesir Üniversitesi)

BU SAYIDA GÖREV ALAN HAKEMLER*

Prof. Dr. Aydın KAYABAŞI (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Prof. Dr. Aytekin DEMİRCİOĞLU (Kastamonu Üniversitesi)
Prof. Dr. Deniz Beste ÇEVİK KILIÇ (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Dolunay AKGÜL BARIŞ (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Prof. Dr. Ercan UYANIK (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Hacer AŞIK EV (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Kadir ARSLANBOĞA (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Behset KARACA (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Mahmut Hakkı AKIN (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet AYGÜN (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Prof. Dr. Mustafa ARGUNŞAH (Erciyes Üniversitesi)
Prof. Dr. Nihat KARAKOÇ (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Sonnur İŞİTAN (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Şevket ÖZNUR (Yakın Doğu Üniversitesi)
Prof. Dr. Yakup KARASOY (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Belgin GÖKYÜREK (Gazi Üniversitesi)
Doç. Dr. Dilan BAYINDIR (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Elif Tuba TAMER (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Doç. Dr. Gülşah AKKUŞ (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)
Doç. Dr. Hacer ULU BİLİM (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Doç. Dr. Hale TORUN (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Doç. Dr. Hilmi Tunahan AKKUŞ (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Haluk YAPICIOĞLU (Eskişehir Teknik Üniversitesi)
Doç. Dr. Hasan IŞIK (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Doç. Dr. Hidaye Aydan BİLGİLİER (Ege Üniversitesi)

REVIEWERS OF THIS ISSUE *

Doç. Dr. Hüdayi SAYIN (İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi)
Doç. Dr. Hasan Hüseyin YILDIRIM (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Melike GÜL (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Mesut BOZKURT (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç. Dr. Muammer BEZİRGAN (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Mustafa Necati ÇOBAN (Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi)
Doç. Dr. Nuri Berk GÜNGÖR (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Ömer Faruk BİÇEN (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Özer YILMAZ (Bandırma Onyeddi Eylül Üniversitesi)
Doç. Dr. Özge DEMİRBULAT (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Özlem KUVAT (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Seçkin ESER (Kırklareli Üniversitesi)
Doç. Dr. Seda BAĞDATLI KALKAN (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Doç. Dr. Sefer SOLMAZ (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Zeynep KÖSE (Hasan Kalyoncu Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza MANCI (Harran Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Cihan YEMİŞÇİ (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş ZARPLI (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Enes FİLİZ (Balıkesir Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Esra GÜL YILMAZ (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Murat KORALTÜRK (Marmara Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Nazan ŞAHBAZ KILINÇ (Kırıkkale Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Okan KOÇ (Balıkesir Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Serap YÜCEL (Balıkesir Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Şükran SİRKINTIOĞLU YILDIRIM (Kastamonu Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Yonca ALTINDAL (Balıkesir Üniversitesi)

* Öncelikle unvan daha sonra alfabetik sıralamaya göre düzenlenmiştir.

İÇİNDEKİLER CONTENTS

DİL VE EDEBİYAT LANGUAGE AND LITERATURE

Araştırma makalesi / Research article

- Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi sözlüğünde yer ve akrabalık adları.....1**
Toponymy and kinship names in Fethâli Kaçar's Chagatai Turkish dictionary
Serpil SOYDAN

EĞİTİM BİLİMLERİ EDUCATIONAL SCIENCES

Araştırma makalesi / Research article

- Sosyal bilgiler öğretiminde planlı bir müze gezisi için örnek uygulama:
Balıkesir Kuvayı Milliye Müzesi.....19**
*A sample application for planned museum tour in social studies teaching.: Balıkesir Kuvayı Milliye
Museum*
Ahmet ÇOPUR, Hakan ÖNAL

Araştırma makalesi / Research article

- İslamofobi in cinema in terms of non-formal religious education.....33**
Yaygın din eğitimi açısından sinemada islamofobi
Osman Kamil ÇORBACI

Araştırma makalesi / Research article

- Türkiye'de müzik eğitimi bilim dallarında yapılan doktora tezlerinin
içerik analizi (2014-2021)49**
*The content analysis of dissertations completed in the department of music teacher education in
Turkey (2014-2021)*
İlayda DUBAZ BÜKÜLMEZ

Araştırma makalesi / Research article

- Okul öncesi dönemde yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine okul öncesi
öğretmenlerinin bakış açısı ve yaratıcılık terimi.....61**
*Preschool teachers' perspectives on science activities that improve creativity in preschool period and
creativity term*
Zülfikar GÜVENİR

Araştırma makalesi / Research article

- Eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmalarının bibliyometrik haritası.....85**
Bibliometric map of digital storytelling studies conducted for education
Fatih PALA

İÇİNDEKİLER CONTENTS

İKTİSAT ECONOMICS

Araştırma makalesi / Research article

Dijitalleşme ve ekonomik büyüme: AB ülkelerinden yeni kanıtlar.....99
Digitalization and economic growth: New evidence from EU countries
Hikmet AKYOL, Tuba AKAR, Gökhan AKAR

Araştırma makalesi / Research article

Türkiye imalat sanayi ihracatının yapısal değişim düzeyi ve dünya talebiyle uyumluluğu.....115
Structural change level of Turkish manufacturing industry exports and its compatibility with world demand
Atıla BEDİR

İŞLETME BUSINESS ADMINISTRATION

Araştırma makalesi / Research article

**Yerli üretim algısının algılanan marka değerine ve satın alma niyetine etkisi:
Türk menşeli beyaz eşya markaları üzerine bir araştırma**133
*The effect of domestic production perception on perceived brand value and purchase intention:
A study on Turkish origin white goods brands*
Yusuf BİLGİN, Tuğba PABUÇCU

Araştırma makalesi / Research article

**Duyusal zekâ ve liderlik özellikleri ilişkisi: Antrenörler üzerine
Türkiye geneli kesitsel bir analiz**153
*The relationship between emotional intelligence and leadership characteristics: A cross-sectional
analysis on coaches in Turkey*
Gökhan ÇAKIR, Çetin ÖZDİLEK

Araştırma makalesi / Research article

Tüketici sinizmine yönelik kavramsal bir model önerisi.....171
A conceptual model proposal for consumer cynicism
Zübeyir ÇELİK, Cemal GÜMÜŞ

Araştırma makalesi / Research article

**Bulanık c-ortalama kümeleme ve karınca kolonisi optimizasyonu ile
çoklu gezgin satıcı problemi**.....185
Multiple travelling salesman problem with fuzzy c-means and ant colony optimization algorithms
Derya DİKBİYİK, Selçuk ALP

Araştırma makalesi / Research article

**Yönetim kurulu niteliklerinin finansal performans üzerine etkisi:
BIST-100 endeksinde bir uygulama**.....203
*The effect of board of directors' qualifications on financial performance: An application in BIST-
100 index*
Cennet GÜRBÜZ, Kader TÜRKÖĞLU, İsmail BEKÇİ

İÇİNDEKİLER CONTENTS

Araştırma makalesi / Research article

Kurumsal yönetim ve finansal performans ilişkisi: BIST şirketleri üzerine bir uygulama.....219
The relationship of corporate governance and financial performance: An analysis on BIST companies

Ersin YENİSU, Diler TÜRKÖĞLU

SOSYOLOJİ SOCIOLOGY

Araştırma makalesi / Research article

Toplumsal cinsiyet algısının kümeleme analiziyle değerlendirilmesi.....241
Evaluation of gender perception with cluster analysis

Perihan EREN BANA, Nurten DAYIOĞLU, Ceren TURAN

TARİH HISTORY

Araştırma makalesi / Research article

1734 - 1735 İran seferlerinin organizasyon ve lojistiğinde Rusçuk örneği.....259
The example of Ruse in the organization and logistics of the Iranian campaigns of 1734 – 1735

Alpay BİZBİRLİK, Seçkin ŞENTÜRK

Araştırma makalesi / Research article

II. Meşrutiyet dönemi basınında tarımsal kalkınmayı savunan bir yayın organı: Felahat.....273
A publication organ defending agricultural development in the press of the II. constitutional period: Felahat

Kenan DEMİR

Araştırma makalesi / Research article

Devlet gazetesi bağlamında Galip Erdem'in milliyetçiliğe bakışı295
Galip Erdem's view of nationalism in the context of the Devlet newspaper

Nagihan EREN

Araştırma makalesi / Research article

**1840 (H.1256) temettuat defterlerine göre Yörükân cemaatlerinin sosyo-ekonomik yapısı:
Balya kazası örneği317**

The socio-economic structure of the Yörükân congregations in accordance with temettuat registers of 1840 (H. 1256): Such as Balya district

Azize KARLI, Serap TOPRAK

İÇİNDEKİLER CONTENTS

TURİZM TOURISM

Araştırma makalesi / Research article

- Kış turizmde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejileri: Türkiye örneği.....335**
Competition and positioning strategies of accommodation businesses operating in winter tourism: The case of Türkiye
Ebru BOZDEMİR, Serkan ŞENGÜL

Araştırma makalesi / Research article

- Müze ve örenyerlerinde mobil uygulama deneyimleri: Türkiye'nin müzeleri ve müzelerin sesi uygulamalarına yönelik bir inceleme.....361**
Mobile application experiences in museums and archeological sites: a study on museums of Türkiye and voice of museums applications
Oğuz DOĞAN

Araştırma makalesi / Research article

- Türkiye' de Müslüman-dostu otellerde konaklayan yerli misafirlerin profilini belirlemeye yönelik bir araştırma.....377**
A study to determine the profile of domestic guests staying in Muslim-friendly hotels in Turkey
Berna ERCAN, Yüksel ÖZTÜRK

Araştırma makalesi / Research article

- Göbeklitepe'nin sosyal medyadaki yansımaları: Turistlerin çevrimiçi olumsuz yorumlarının içerik analizi.....393**
Reflections of Gobeklitepe on social media: A content analysis of negative comments of tourists online
Sevgi KUZU, Metin SÜRME

Araştırma makalesi / Research article

- Medikal turizm kapsamında hizmet veren hekimlerin sağlık turistleri ile yaşadıkları sorunlar.....409**
The problems faced by physicians serving within the scope of medical tourism with the medical tourists
Gülşay ÖZDEMİR YILMAZ, Cihangir TEKLİ

Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi sözlüğünde yer ve akrabalık adları* Toponymy and kinship names in Fethâli Kaçar's Chagatai Turkish dictionary

Gönderim Tarihi / Received: 22.10.2022

Serpil SOYDAN¹

Kabul Tarihi / Accepted: 12.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1193313](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1193313)

ÖZ: Tarihi dönemlere ait incelenen sözlükler, her bir döneme ait söz varlığının ortaya konulmasında ve ilgili saha ya da döneme ait metinlerin okunması ve anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir. Bu söz varlığı, o toplumun kavramlar dünyasını, dünya görüşünü, maddî ve manevî kültürünü ortaya koyar. Aynı zamanda bir dilin söz varlığı, anlatıma güç veren birçok anlam olaylarını, söz sanatlarını da yansıtır. Bu çalışmanın amacı, Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğünde bulunan yer ve akrabalık adlarına ilişkin söz varlığını tespit edip, tematik açıdan tasnif etmek ve Abuşka Lugâtı ile Ferâğî'nin Çağatay Türkçesi Sözlüğünde tanıklanıp tanıklanmadığını ortaya koymaktır. Ayrıca bu söz varlığının sözlüklerde geçen farklı anlamları da çalışmada verilmeye çalışılmıştır. Çalışmaya kaynaklık eden Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğü, 1861'de İran'da yazılmıştır. Çağatay Türkçesi- Farsça bir sözlüktür. Bu eser, Lugât-ı Etrâkiyye olarak da bilinir. Bu sözlükte tespit edilen yer ve akrabalık adlarının sayısal verisi şöyledir: 1. *Yer Adları:* Toplam on iki (12) başlık altında yüz yirmi sekiz (128) yer adı tespit edilmiştir. En fazla (80) il, vilâyet, ülke, kent adları yer almaktadır. Irmak, nehir, pınar adları on sekiz (18) tanedir. En az (1) aş dağıtılan yer adı ve dîni yer adları ile bahçe ve eğlence yer adları (2) yer almaktadır. *Lenger* "Hem halka yemek dağıtılan yer hem de mezar adı.", *Fergâna* "Hem vilayet hem dağ adı.", *Behmen* "Hem pınar hem kale adı." anlamındadır. 2. *Akrabalık Adları:* Elli üç tanedir.

Anahtar Kelimeler: Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi sözlüğü, Yer adları, Akrabalık adları

ABSTRACT: Examined dictionaries belonging to historical periods have an important place in revealing the vocabulary of each period and in reading and understanding the texts of the relevant field or period. This vocabulary reveals the conceptual world, world view, material and spiritual culture of that society. At the same time, the vocabulary of a language is a reflection of many semantic events and rhetoric that make the expression strong. The aim of this study is to determine the vocabulary of Fethâli Kaçar's Chagatai Turkish Dictionary of place and kinship names, to classify them thematically and to reveal whether Abuşka Dictionary and Ferâğî are witnessed in the Chagatai Turkish Dictionary. In addition, different meanings of this vocabulary given in dictionaries have been tried to be given in the study. The Chagatai Turkish Dictionary of Fethâli Kaçar, which is the source of the study, is a Chagatai Turkish-Persian dictionary written in Iran in 1861, known as Lugât-ı Etrakiyye. The numerical data of the toponymy and kinship names determined in this dictionary are as follows: *First.* Toponymy Names: One hundred and twenty eight toponymy names have been identified under twelve titles in total. There are at most (eighty) provinces, county, countries, and city names. The names of rivers, fluvial and fount are eighteen. There are the names of places where the least food is distributed (one), religious place names, and garden and entertainment place names (two). *Lenger* "Both the name of the place where food is distributed to the public and the name of the grave.", *Fergâna* "The name of both the province and the mountain.", *Behmen* "The name of both a fount and a castle." means. *Second.* Kinship Names: There are fifty-three.

Keywords: Fethâli Kaçar's Chagatai Turkish dictionary, Toponymy names, Kinship names

* Bu makale, 2-4 Haziran 2022 tarihinde Bakü'de yapılan Şuşa / Azerbaycan Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresine özeti gönderilip kabul edilmiş, ancak sunulmamış bildirinin genişletilmiş şeklidir.

¹ Doç. Dr. /Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi/Fen-Edebiyat Fakültesi/Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü / Yeni Türk Dili ABD/ ssoydan078@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7180-8769>.

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Examined dictionaries belonging to historical periods have an important place in revealing the vocabulary of each period and in reading and understanding the texts of the relevant field or period. This vocabulary reflects the conceptual world, world view, material and spiritual culture of that society. At the same time, the vocabulary of a language reflects many semantic events and rhetoric that give strength to expression. The aim of this study is to determine the vocabulary of Fethâli Kaçar's Chagatai Turkish Dictionary of place and kinship names, to classify them thematically and to reveal whether Abuşka Dictionary and Ferâğî are witnessed in the Chagatai Turkish Dictionary. In addition, dictionaries such as Divânu Lugâti't-Türk, Burhân-ı Katı, Ottoman Turkish-Turkish Dictionary, Müntahabat-ı Lügât-Osmâniyye, Mongolian-Turkish Dictionary were also examined for origin analysis and at the same time, whether the word was witnessed or not. The Chagatai Turkish Dictionary of Fethâli Kaçar, which is the source of the study, is a Chagatai Turkish-Persian dictionary written in Iran in 1861, known as Lugât-ı Etrakiyye.

Methodology

In this study, place and kinship names in Fethali Kaçar's Chagatai Turkish Dictionary were examined and classified under more specific titles according to the meanings of the word, rather than thematically general classification. At the same time, it has been tried to evaluate whether this vocabulary is witnessed in Abuşka's Dictionary and Ferâğî's Chagatay Turkish Dictionary. Apart from Chagatay Turkish Dictionaries; Dictionaries such as Divânu Lugâti't-Türk, Burhân-ı Katı, Ottoman Turkish-Turkish Dictionary, Müntahabat-ı Lügât-ı Osmâniyye, Mongolian-Turkish Dictionary were also examined for origin analysis and at the same time, whether the word was witnessed or not. Scanning method was preferred as the method in the study. In the dictionary, many meanings related to the words are given and the meanings of the word discussed in the study are taken in accordance with the classification. If the same word means more than one different place name or both a place name and a relative name, it is given in the relevant topic title. In the study, the words were evaluated within the framework of thematic classification. Right next to the words found in the dictionary, the head of the article and the number of pages in which the relevant word occurs in the work are written in parentheses. For those whose origins are known from the place and kinship names identified in the dictionary, it is indicated as (Ar., Far., T., Moğ.) in parentheses right next to the word. The use of kinship names in historical and contemporary Turkish dialects has also been tried to be exemplified.

Findings and discussion

The numerical data of the toponymy and kinship names determined in this dictionary are as follows: *First.* Toponymy Names: One hundred and twenty eight toponymy names have been identified under twelve titles in total. There are at most (eighty) provinces, county, countries, and city names. The names of rivers, fluvial and fount are eighteen. There are the names of places where the least food is distributed (one), religious place names, and garden and entertainment place names (two). Lenger “Both the name of the place where food is distributed to the public and the name of the grave.”, Fergâna “The name of both the province and the mountain.”, Behmen “The name of both a fount and a castle.” means. *Second.* Kinship Names: There are fifty-three. These are Abaga, Abusun, Abuşga/Avuşga/Abuşka, Aga, Agalık, Ahtik, Apa, Ata, Buga, Ebüke /Öbüke /Abu, Ekke / Ekci, Ekke / Eke, İni, Opa, Toggan, Yigen etc. *Name of the place where the food is distributed:* There is only one: Lenger. *Garden Names:* There are two: Bâg-ı Cihân-ârâ / Bâg-ı Sefid / Bâg-ı Zâgân / Bâg-ı Gül-efşân / Bâg-ı Nev: Cihân-ârâ. *Desert Names:* There are four: Kıpçak / Kıfçak, Kırık, Temürtaş, Yogrı Yol. *Mountain Names:* There are five: Alâun, Balðan, Ferââna, Örtak / Örtag, Zübâb. *Religious Place Names:* There is one: Dalay-lama. *Entertainment Place:* There are two of them: CırâalaÆ, Merâanî. *City, province, country, city names:* there are eighty. Aba, As, Almalığ /Almalıú, Adaú, Aúsaray, Arran, Aylak, Bâbil / Bâbü, Bâdgîsî, Bartas, Baygız, Berberî, Beş Balığ, Bîdâd, Bîder, Bucak, Buhârâ,

Bulgar, Çakar, Çekmen, Çigil, Erdestân, Erkâm-1 kenâr-1 câm, Ferââna, Gayalığ/ Kayalığ, Gaydaú, Gazan, Gûr, Halluh, Hanzay ŞeÆ, Hatây, Hatt-1 câm, Hâverân, Havz-1 Mâhiyân, Hınalığ, Öitta, Hışt, Hunc, Isıg Göl, Úaba, Úahkaha, Úaysar, Kazan, Úır Tikin, Úirevân, Úobaú, Köbeçi, Kuba, Úuhustân, Küruh, Lâr, Lenger, Neseif, Oltay, Otrar, Oş, Otrar, ÖleÆ, Öлке, Rahbe, Saksın, Samsun, Semerkend, Sârî, Sayram, Soganlıg, Tamgac, TaÆut, Tarâz, Tarsûs, Tartûs, Taşkent, Taydu, Tebbet, Teng, Ucan, Uça / Uçça, Yayçı, Zâbülistân, Zûr.

Names of Rivers, Fluvial, Springs: There are eighteen of them. Artış /Ertiş, Amu, Aras, Atıl, Behmen, Bulag, Ceyhûn, Cir, Etrek, Hîrmend, Irmaçuk, Kazan Çayı, Kotur, Kühek, Kür, Nehrü'l- hayât, Sir, Yayık.

Castle Names: there are seven: Ala Korgan, Behmen, Erk, Lâş, Selâsil, Temür Kapu, Tenbûl.

Village - Town - Neighborhood - Region Names: There are five. Cürre, Ipar Kuruğı, Kerh, Köy, Sapan.

Bridge Name: It is one: Road Bridge. Burial Sites: There are two: Lenger, Yurtđa

It is seen that there are different uses in terms of sound structure in many place names: Almalığ /Almalık, Bâbil / Bâbü, Bâdgîsî /Baygız/ Badgazı / Baygazı, Gayalığ / Kayalığ, Uça / Uçça, Artış / Ertiş, Örtak / Örtag.

Compound structures are used for place names in Baghdad / Basra and Herat: Hatt-1 câm, Erkâm-1 kenâr-1 câm, Havz-1 Mâhiyân.

It is seen that the names of gardens and rivers are also used with compound structures: Bâg-1 Cihân-ârâ / Bâg-1 Sefîd / Bâg-1 Zâgân / Bâg-1 Gül-efşân / Bâg-1 Nev, Cihân-ârâ; Nehrü'l- hayât.

Kinship names: Fifty-three. Aba, Abaga, Abusun, Abuşga/Avuşga /Abuşka, Aga, Agalıú, Ahtık, Anda, Apa, Ata, Atalık, Buđa, Ced, Cüft, Çavluk, Çıgan, Çiçe, Dada, Ebüke /Öbüke /Abu, Ekeci / Ekci, Ekke / Eke, Elencik, Güyev, Hal, İçe, İgeç, İni, Karındaş, Kavluk, Kayaş, Kayın, Kelale, Kız kardaş, Kökelteş, Küreken, Oguş /Uguş, Ocak, Opa, Ögey, Öz, Siñil, Soy, Tagay, Toggan, Togganlık, Töre, Uruk, Uruk kayaş, Yârî, Yiñe, Yigen, Yizne, Yükürci, Yigen.

Kinship names witnessed in both dictionaries (Fethali Kaçar and Abuşka Dictionary): Abaga, Atalık, Ekeci / Ekci, İgeç / İgeci, Kökelteş, Toggan, Uruk/urug, Yiñe.

Kinship names witnessed in all three dictionaries: Abuşga / Avuşga / Abuşka, İni.

Kinship names witnessed in four dictionaries: Siñil / Siñli, Tagay / tağayı, Uruk kayaş.

One of the relatives' names by marriage was found: Abuşga/Avuşga /Abuşka, Anda, Buga, Ced, Cüft, Güyev, Kavluk, Kayın, Küreken, Oguş/uguş, Yârî, Yiñe.

Kinship names formed by blood ties: Abaga, Abusun, Aga, Agalıú, Aðtıú, Apa, Ata, Buga, Çavluk, Çıgan, Çiçe, Dada, Elencik, Ebüke /Öbüke /Abu, Ekeci / Ekci, Ekke / Eke, Hâl, İçe, İgeç / İgeci, İni, Karındaş, Kelâle, Kız kardaş, Opa, Siñil / Siñli, Tagay / tağayı, Toggan, Yigen, Yizne, Yükürci, Yigen.

Results and recommendations

Thematic classification studies to be made in dictionaries of historical periods will reveal both the social and cultural structure of the relevant period, as well as the conceptual world and world view of the society. In addition, semantic studies on dictionaries have an important place in determining that the vocabulary contained in the works has different and numerous meanings with the meaning events experienced in historical periods.

Giriş

XV. yüzyıldan XX. yüzyıla kadar kullanılmaya devam etmiş bir yazı dili olan Çağatay Türkçesi, Eckmann'a göre (1988: XIII-XIV), Klasik Öncesi Devir (XV. yüzyıl), Klasik Devir (1465-1600), Klasik Sonrası Devir (1600-1921) olarak üç döneme ayrılır.

Literatür taraması

Çağatay Türkçesi döneminde bu dönemin diliyle yazılan eserleri anlayabilmek için pek çok Çağatay Türkçesi-Farsça, Çağatay Türkçesi-Osmanlı Türkçesi sözlükleri oluşturulmuştur. Bu sözlüklerden Fethali Kaçar'ın Sözlüğü, Lugat-ı Etrâkiyye adıyla da bilinen, Nâsiruddîn Şah adına yazılmış olan Çağatay Türkçesi-Farsça sözlüktür. Yazar, bu eseri Nevâyî'nin eserlerine olan ilgisinden dolayı yazmıştır (Rahimi, 2019: 64).

Thury ve Romaskeviç nüshaları ile birlikte toplam yedi yazma nüshası bilinen sözlüğün, İran'da da beş nüshası bulunmaktadır. Nevâyî'nin eserleri başta olmak üzere Senglâh, Hulâsa-yı Abbâsî, Bedâ'i'e Al-Lugat, Nevâyî'nin Sözleri ve Çağatayca Tanıklar, Kitâb-ı Türkî, Târih-i Vassâf, Burhân-ı Katı gibi sözlüklerden yararlanılmıştır. Çağatay Türkçesi-Farsça sözlük bölümünde birçok Moğolca sözcüğe de rastlanan bu eserde, maddelerin gerçek sayısı çok daha fazladır. Sözlükte sözcükler Arap abece dizgesiyle yazılmıştır. Sözcükler ilk iki harflerine göre baplara ayrılmış olup b/p, c/ç ve k/g arasında bir ayırım yapılmamıştır (Rahimi, 2019: 67).

Çalışmada kullanılan sözlüklerden “Abuşka Lugatı, XVI. yüzyılın ortalarında Çağatay Türkçesinden Osmanlı Türkçesine düzenlenmiş bir sözlüktür. Sözlükte geçen sözcüklerin Arap alfabesi sistemine göre alfabetik fihrisi vardır. Bu eserde, sözcüklerin Osmanlı Türkçesiyle anlamları verildikten sonra, özellikle Nevâyî ve diğer müelliflerin eserlerinden tanık olacak örnekler de yer verilir. Sözlük, sözcüklerin anlamları ve tanıklarının verildiği sözcük fihrisi özelliğine sahip bir eser olmasının yanı sıra Doğu Türkçesinin imlâ, sarf ve nahvine ait önemli izahâtlara da yer verir. Kendisinden sonra yazılan Çağatay Lugatlarına kaynaklık etmiştir. Eserin dünya ve Türkiye kütüphanelerinde pek çok yazma nüshası vardır.” (Güzeldir, 2002: 10-12). Ferâğî'nin Çağatay Türkçesi Sözlüğü ise, Miftâhu'l-Lugât olarak bilinmektedir. 1642'de, Muhammed bin Ziyâu'd-dîn Hüseyinî tarafından İran'da yazılmış Türkçe-Farsça bir sözlüktür. Safevi Şahı Safî bin Safî adına yazılmış bir eserdir. Nüsha İran-Tahran Milli Kütüphanesinin 5-19055 numarasında saklanmaktadır. XVIII. yüzyılda Mîrzâ Mehdî Han Esterâbâdî tarafından yazılan Senglâh sözlüğünün en önemli kaynağıdır. Örneklerin çoğunun Nevâyî'nin eserlerinden alınmıştır. Bu sözlükte 631 tane kırmızı mürekkeple yazılmış madde başı vardır. Yazılışı aynı olan farklı sözcükler bir arada tek bir madde gibi verilmiştir. Bu nedenle dizin incelendiğinde madde sayısının 719 olduğu görülür. Sözlükte Moğolca, Arapça ve Farsça sözcüklere rastlamak mümkündür. Sözcüklerin Arap abece dizgesinin ilk harflerine göre baplara ayrılmış olarak verildiği görülür. Adlar ve eylemler bir arada verilmiştir. Adlar yalın biçimiyle, eylemler; genellikle kök ve emir şekliyle sözlükte yer alır. Anlamlar sözcüklerin mastar biçimiyle verilir. Yer yer eylemlerin çekimli biçimleriyle verildiği görülür. Ancak anlamlandırılmaları mastar şekliyle yapılmıştır. Madde başları harekeli, verilen örnekler harekesizdir. Sözlüğün madde başları Türkçe, açıklamalar Farsçadır. Sözlükte bazı ekler ve edatların da bulunduğu görülür. Deyimler ve birleşik sözcüklerin yanında sözcüklerin mecaz kullanımları da sözlüğe alınıp örneklendirilmiştir.” (Rahimi, 2021: 24-31)

Çalışmada tespit edilen sözcüklerin köken ve anlam tespitinde yararlanılan kaynaklar hakkında kısaca bilgi vermek gerekirse; Kaşgarlı Mahmut tarafından yazılan Divânu Lugâtî't-Türk, Türk dilinin ilk sözlüğü olma özelliği gösteren, Türk kültürünün en önemli hazinesidir. Burhân-ı Katı, Farsça yazılmış sözlüklerin en önemlilerinden biridir. Eser hem hacim hem de tertip bakımından alanına yenilik getirmiştir (Öztürk, 2009: XI-XII). Müntahabât-ı Lügât-ı Osmâniyye, Osmanlı Türkçesinde kullanılan söz varlığımız içinden seçilmiş 25.658 sözcükten oluşur. Bu sözcüklerin 18.897'si Arapça, 6.761'i Farsça sözcüklerden oluşmuştur. Sözlükte çok az da olsa Türkçe sözcüklere yer verilmiştir. (Toparlı, 2016: 5). Moğolca-Türkçe Sözlük, sözcüklerin tarihteki ve bugünkü biçimlerini aynı madde başında vermesiyle Moğolca sözlüklerin en geniş olma özelliğini günümüzde de sürdürmektedir. (Karaağaç, 2017: 7) Osmanlıca-Türkçe Sözlük ise, Osmanlıcada kullanılan Arapça ve Farsça asıllı sözcüklere yer vermektedir. Türkçe sözcüklerle Osmanlıcaya batı dillerinden geçmiş sözcüklere yer verilmemiştir (Devellioğlu, 2016: IX).

Tarihî dönemlere ait incelenen sözlükler, her bir döneme ait söz varlığının ortaya konulmasında ve ilgili saha ya da döneme ait metinlerin okunması ve anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir. Farklı dönemlere ait eserlerde tespit edilen söz varlığı, toplumun düşünce dünyasını, dünya görüşünü, maddî ve manevî kültürünü nesilden nesillere aktarır. Aynı zamanda bir dilin söz varlığı, anlatımı etkileyen birçok anlam olaylarının, söz sanatlarının da yansıtıcısıdır.

Bu söz varlığı içerisinde yer alan yer adları ve bu adlarla ilgili yapılan çalışmaların artması, Avrupa'da yeni bir bilim kolunun oluşmasını sağlamıştır. Yer adlarını ses, anlam, yapı ve köken bakımından incelemeye çalışan bu yeni bilim kolu toponymie olarak adlandırılır (Aydın, 2016: 16). Toponymie (yer adları bilimi)'nin dağ, tepe, bel, sırt vb. adları üzerinde duran kolu oronymie (coğrafi yeryüzü şekilleri bilimi), dere, çay, ırmak, göl vb. adlarını ele alan koluna hydronymie (su adları bilimi) adı verilir. Türkçede yer adları olarak adlandırılır (Eren, 1989: 155; Aksan, 2009: 32). Aksan (2009: 3.böl./ 101), ad bilim çalışmaları içerisinde bütün dünyada en geniş yeri yer ad bilimi alır, şeklinde açıklar. Yer adlarını ortaya koyan söz varlığı, lehçebilimin de konusunu oluşturmaktadır. Bu yönüyle, Avusturya, Belçika, Hollanda, Almanya gibi birçok ülkede adbilim çalışmaları lehçebilimle birlikte yürütülmektedir (Aksan, 2009: 3.böl./105).

Çalışmaya kaynak olan sözlükle ilgili *Fethali Kaçar Lügatinin Tematik ve Etimolojik Söz Varlığı* (Kızılerslan, 2022) adlı doktora çalışması yapılmış olup bu çalışmada yer adları *Özel Yer Adları*, *Genel ve Mesken Adları* olarak genel başlık, Akrabalık Adları da *İnsan ve Toplumlarla ilgili Adlar* genel başlığı altında alt başlık olarak ele alınmıştır.

Yöntem

Bu çalışmada, Fethali Kaçar'ın Sözlüğündeki yer ve akrabalık adları incelenip, tematik açıdan genel tasniften ziyade sözcüğün yüklendiği anlamlara göre daha özel başlıklar çerçevesinde tasnif edilmiş olup, bu söz varlığının Abuşka Lugatı ve Feragî'nin Çağatay Türkçesi Sözlüğünde tanıklanıp tanıklanmadığı da değerlendirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca Çağatay Türkçesi Sözlükleri dışında; Divânu Lugâti't-Türk, Burhân-ı Katı, Osmanlıca-Türkçe Sözlük, Müntahabât-ı Lügât-ı Osmâniyye, Moğolca-Türkçe Sözlük gibi sözlüklere de kökenleri için bakılmış olup aynı zamanda sözcüğün tanıklanıp tanıklanmadığı hususu da gözden geçirilmiştir. Çalışmada yöntem olarak tarama yöntemi tercih edilmiştir. Sözlükte sözcüklerle ilgili pek çok anlam verilmiş olup çalışmada ele alınan sözcüğün tasnife uygun anlamları alınmıştır. Aynı sözcük birden fazla farklı yer adı veya hem yer adı hem akraba adı anlamına geliyorsa ilgili konu başlığında verilmiştir. Çalışmada, sözcükler tematik tasnif çerçevesinde değerlendirilmiştir. Sözlükte tespit edilen sözcüklerin hemen yanına ilgili sözcüğün eserde geçtiği madde başı ve sayfa sayısı parantez içerisinde yazılmıştır. Sözlükte tespit edilen yer ve akrabalık adlarından kökeni bilinenler için sözcüğün hemen yanında parantez içerisinde (Ar., Far.,T., Moğ.) şeklinde belirtilmiştir. Ayrıca Divânu Lugâti't-Türk, Burhân-ı Katı, Osmanlıca-Türkçe Sözlük, Müntahabât-ı Lügât-ı Osmâniyye, Moğolca-Türkçe Sözlüklere de bakılmış ve bu söz varlığının köken ve anlamları ile ilgili metin içinde bilgiler verilmiştir. Sözlüklerde bulunmuyorsa sözlüklerin hemen yanına (-) işareti ile tanıklanmadığı belirtilmiştir. Akrabalık adlarının tarihî ve çağdaş Türk lehçelerindeki kullanımları da örneklendirilmeye çalışılmıştır. Sözlükte tespit edilen yer ve akrabalık adlarına ilişkin söz varlığı şöyledir:

Bulgular ve tartışma

Yer adları

Aş dağıtılan yer adı

Lenger (Far.) : Halka yemek dağıtılan yer. (FKÇTS 6771/1114), FÇTS (-). AL (-). Gülensoy (1995: 369), tebliğinde, Lenger'i "Konak üy." anlamında Kazakistan'da yer ismi, Lengerli için Anadolu'da yer ismi olarak belirtir. OTAL (2016: 630) ve Burhân-ı Katı (2009: 487)'da Farsça kökenli sözcük olarak verilen lenger'in "gemiyi yerinde mihlamak için denize atılan zincir ve bu zincirin ucundaki çapa; her gün fukaraya yemek verilen yer." anlamı belirtilir.

Bahçe adları

Bâg-ı Cihân-ârâ / Bâg-ı Sefid / Bâg-ı Zâgân / Bâg-ı Gül-efşân / Bâg-ı Nev (Far.): Herât'taki ünlü bahçelerin adı. (FKÇTS 8276/1335), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 72, 159) ve Burhân-ı Katı (2009: 45,121)'da bu sözcükler, Farsça kökenli olarak belirtilir.

Cihân-ârâ (Far.) : Herât'ta bir bahçe adı. (FKÇTS 8355/1340), FÇTS (-),AL(-).OTAL (2016: 159) ve Burhân-ı Katı (2009:121)'da bu sözcük Farsça kökenli olarak belirtilir.

Çöl adları

Kıpçak / Kıpçak (T.) : Cürcân sınırından başlayarak boyu altı yüz ve eni üç yüz fersahı bulan bir çölün adı. (FKÇTS 5595/940), FÇTS (-), AL (-). Gülensoy (1995: 369), tebliğinde, Kazakistan'da yer adı olarak "Kıpçak", Anadolu'da yer adı olarak "Kıpçak" şeklinde kullanıldığını belirtir.

DLT (Atalay 1992: II/276; III/351; Ercilasun, Akkoyunlu (2020: 20/10; 239/207-710)'de, Kıpçak şeklinde geçen sözcük "1.Türklerden bir bölük, boy. 2.Bu bölüğün oturduğu bölge. 3. Kaşgar yakınında bir yer adı." olarak verilir. Gökbel (2000: 27)'e göre, Kıpçak, bir Türk kavmi ve bu kavmin rehberliği altında kurulan kavimler birliğinin adıdır. Kıpçak, Hıfçak; Hıfçah şekillerinde söylenmiştir.

Kırık (T.): Taşkent ve Kuya kenti arasında bulunan ve yedi günlük yolu olan bir çölün adı. (FKÇTS 6058/1009), FÇTS (-), AL(-). Gülensoy (1995: 371),tebliğinde, Kırık'ı "Karakalpık uruğunun küçük bir oymağı." açıklamasıyla Türkistan'da boy adı olarak verir ve Anadolu'da Kırık, Kırıklar, Kırıklı şeklinde kullanımlarına da rastlandığını belirtir.

Temürtaş (T.): İskender ve Dârâ'nın çağdaşı ve Kıpçak çölünün büyüğü (FKÇTS 3417/641), FÇTS (-), AL (-).

Yogrı Yol (T.): Beş Balıg ile Han Balıg arasında bulunan çölün adı (FKÇTS 8075/1309), FÇTS (-), AL (-).

Dağ adları

Algün (Moğ.): Küçük dağ. (FKÇTS 384/202), FÇTS (-), AL(-).

Balhan: Kıpçak çölünde bir dağ adı. (FKÇTS 2083/448), FÇTS (-), AL(-).

Ernek: Harezm'de bir dağ adı. (FKÇTS 582 /230), AL (-). FÇTS (40/88) ve DLT (Ercilasun, Akkoyunlu 2020: 65/51-643)'de dağ anlamı dışında ernek "parmak" anlamında kullanılmıştır.

Fergâna (Far.): Mâverâunneh'r'de bir dağın adı. (FKÇTS 5206/885), FÇTS (-), AL(-). Burhân-ı Katı (2009: 246)'da Farsça kökenli olarak verilen sözcük "Maveraünnehir'de Semerkant ile Çin arasında bir vilayet adı. Endikân da derler. Endican Arapçalaştırılmışıdır. Bir dağ adıdır." anlamında verilir.

Örtak / Örtag: Kara Han bin Mogul Han'ın yayla ve kışlağı olan Kara Kırım yakınlarındaki bir dağın adı (FKÇTS 839/267), FÇTS (-), AL(-).

Zübâb (Ar.): Medîne'de bir dağ adı. (FKÇTS 8406/1343), FÇTS (-), AL(-). OTAL (2016: 1389), MLO (2016:550)'da Arapça kökenli olan zübâb "sinek" anlamında belirtilir.

Dînî yer adları

Dalay-lama (Moğ.) : Hatâ'nın güneydoğusundaki Cav kentinde bulunan ve Han Balıg'a bir aylık mesafesi olan Mogolların Kâbesi (FKÇTS 4147/746), FÇTS (-), AL(-). MTS (2017: 293)'de Moğolca olan bu sözcük "dalay-blama: Dalay Lama, Lamacılık kilisesinin ruhani lideri ve Tibet'in idarecisi." anlamında verilir.

Eğlence yeri adları

ÇırgalaÆ: Herât'ta bulunan bir eğlence ve gezinti yeri.(FKÇTS 4006/728), FÇTS (-), AL (236)'da çırgalangdın "eğlenceden" anlamıyla yer almaktadır.

Merganî: Herât'ta bulunan bir eğlence ve gezinti yeri. (FKÇTS 6833/1546), FÇTS (-), AL(-).

İl, vilayet, ülke, kent adları

Aba: Kâbil vilayetinde bir yer adı (FKÇTS 14/156), FÇTS (-), AL (-).

As: (Kuzeyde bulunan) bir vilayetin adı (FKÇTS 161/174), FÇTS (-), AL(-).

Almalık /Almalık: Türkistan'da bir kentin adı. Beş Balıg'la arası iki haftalık yol mesafesindedir. Beş Balıg ile Han Balıg arası kırk gün sürer ve güneyden Mogulların Yogrı Yol dedikleri çöl yolundan gidilir (FKÇTS 382/202), FÇTS (-), AL(-).

Adak: Türkistân'da bir yerin adı (FKÇTS 480/215), FÇTS (-), AL(7).

Aksaray: Tatariye yurdu olan Kırım ülkesindeki bir vilayetin adı; (Kâbil, Karabâğ'ın yakınlarında bir yer adı.) (FKÇTS 604/234), FÇTS (-), AL (-). Gülensoy (1995: 371), tebliğinde, Saray / Aksaray sözcüğünün, Türkistan ve Anadolu'da yer adları olarak kullanılmakta olduğunu belirtir.

Arran: (Azerbaycan'da ünlü bir memleket olan) Karabağ bölgesi (FKÇTS 567/229), FÇTS (-), AL(-).

Aylak: Türkistan'da Seyhun'un kenarında bulunan bir memleket adı (FKÇTS 1275/333), FÇTS (-), AL (-).

Bâbil / Bâbül (Ar.): Üzerinde kentin kalesi yapılan ve tepede Hârût ve Marût'un hapsedildiği söylenen derin bir kuyu bulunan, Irak'ta bir kentin adıdır (FKÇTS 8275/1335), FÇTS (-), AL (-).

OTAL (2016: 69) ve Burhân-ı Katı (2009: 39)'da, "Babil, Bağdat'ın aşağı tarafında bulunan, Bâbil Kulesi'nin bulunduğu ilk çağdan kalma bir şehirdir, Arapça kökenli bir sözcüktür." anlamı verilir.

Bâdgîsî (Far.): Bâdgîs, Herat'a bağlı ve fıstığı meşhur olan bir yerin adıdır. (FKÇTS 1995/433), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 42)'da, Farsça kökenli sözcük olan Bâdgîsî "Horasan'da Herat'ta bir nahiyeye ismidir." anlamında belirtilir.

Bartas: Türkistan'da bir boy ve vilayetin adıdır. Bu bölgenin tilkilerinden giyecek iyi kürk çıkar. (FKÇTS 2043/441), FÇTS (-), AL (-).

Baygız: Herat'a bağlı, fıstığı bol bir vilayetin adı olan Bâdgîs sözcüğünün değiştirilmiş biçimidir (FKÇTS 1846/415). AL (129)'de, bu yer adı, Badgazı / Baygazı şeklinde ve "Horasan'da bir yere derler ki orada fıstık çok olur." açıklamasıyla verilir.

Berberî (Far.): (Berber) bir vilayet adıdır (FKÇTS 2054/443), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 68)'da, Farsça kökenli sözcük olan Berberî "Arabîde mağrib yani batı yönünde bir vilâyet adıdır." anlamında verilir.

Beş Balıg (T): Türkistan şehirlerindedir. Oradan Han Balıg'a kırk günlük yoldur (FKÇTS 2457/501), FÇTS (-), AL (-). Beşbalık "Bugünkü Çin'in kuzeybatısında bir kent. Özkan İzgi (1989: 63)'ye göre, 7.yy'da Göktürklerin orada olduğu bilinir. Beşbalık, Tanrı dağlarının kuzeydoğu eteğinde eski bir şehir olup harabesi, günümüz Cimisar kasabasının kuzeyindeki Hou-potzu'dadır (akt. Aydın 2016: 47-48). Şirin (2016: 227), *Eski Türk Yazıtları Söz Varlığı İncelemesi* adlı çalışmasının Kentler başlığında, beş balık "VIII. yüzyılda Basmilların oturduğu şehir (Pei-ting) dir, açıklamasını yapar.

Bîdâd (Far.): Türkistan'da bir kent adı (FKÇTS 8292/ 1336), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 84)'da Farsça kökenli sözcük olarak verilen Bîdâd "zulüm, eziyet, cefa dışında Türkistan'da bir yer adı." anlamında belirtilir.

Bîder (Far.): Hindûstân'da bir kent adı (FKÇTS 2384/490), FÇTS (-), AL(-). OTAL (2016: 113)'da sözcüğün bîdâr şekli Farsça kökenli olarak "uyanık, uymayan, uykusuz." anlamında verilir.

Bucak: Kırım'a bağlı bir şehrin adı (FKÇTS 2178/461), FÇTS (-), AL(-).

Buhârî (Far.): Moğul dilinde bilim ve sanat topluluğu anlamında olup, bilim ve sanat anlamına gelen buhârdan türetilen bir ünlü şehrin adı (FKÇTS 2036/440), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 96)'da Farsça kökenli verilen sözcük "Maruf şehirdir. Buhâr lafziyle elif-i nisbetten mürekkepdır." anlamında verilir.

Bulgar (Far.): Ünlü bir vilâyetin adı (FKÇTS 2086/448), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 97)'da Farsça kökenli sözcük "İskender zamanında inşa olunmuş, Zulûmat kurbünde bir belde adıdır." anlamında verilir.

Çakar: Şehrin kale duvarlarının dışarısında hisarla çevrili yerleşik bölge (FKÇTS 3688 /681), FÇTS (-), AL (-).

Çekmen: Andhod'un yakınlarında bulunan, Belh yöresindeki bir yer adı (FKÇTS 3772/692), FÇTS (-), AL (-).

Çigil (Far.): Türkistan'da bir vilayetin adı. Seyhûn ırmağının kaynağı da oradadır (FKÇTS 3774/692), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 143)'da Farsça kökenli olan Çigil "Türkistan'da bir şehirdir." anlamında verilir.

Erdestân (Ar.): Yezd yakınlarında bulunan bir vilâyet adı (FKÇTS 8262/1334), FÇTS (-), AL (-). Erdestan adına sözlüklerde rastlanmamıştır. Ancak Yezd yakınlarında bir yer adı olarak verildiği için Yezd ya da Yezid / Yezîdî sözcüğü OTAL (2016: 1354)'da "Musul ve Lübnan taraflarında yaşayan "şeytana tapma" inancı olan kimse ya da bir kısım halk." anlamında verilir.

Erkâm-ı kenâr-ı câm (Ar.+Far.+Far.): Bagdad, Basra (FKÇTS 8263/1334), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 260, 584, 138)'da, Erkâm-ı kenâr-ı câm "Cam kenarı yazılar." anlamında verilir.

Fergâna (Far.): Mâverâünnehr'de bir vilayetin adı (FKÇTS 5206/885), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009:246)'da, Farsça kökenli olarak verilen sözcük "Maveraünnehr'de Semerkant ile Çin arasında bir vilayet adı, bir dağ adı olan sözcüğün Arapçada Endican, Endikân şeklinde ifade edildiği belirtilir.

Gayalg / Kayalg: Türkistan'da bir vilayetin adı (FKÇTS 5152/876), FÇTS (-), AL (-).

Gaydak: Kıfçak çölünün yakınlarında bulunan ve sağlam oklarıyla ünlü olan bir vilâyetin adı (FKÇTS 5187/882), FÇTS (-), AL (-).

Gazan: Rus ülkesinde bir memleket adı (FKÇTS 5148 /875), FÇTS (-), AL (-). Gülensoy (1995: 375), bu yer adının, Kazan (Buhara) şeklinde Türkistan'da; Kazan, Kazancı, Kazancık olarak Anadolu'da yer adı olarak kullanıldığını belirtir.

Gûr (Far.): Tacikiyye'den bir boy adı; Herât yakınlarında bu boyun yaşadığı bir yer adı. (FKÇTS 5182 / 881), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 301)'da, Gûr "Kandehar kurbünde bir vilayet adıdır." olarak belirtilir.

Halluh: Türkistan'da Seyhûn'un yakınlığında bulunan ve güzel kokulu miski ile ünlü olan bir kent. (FKÇTS 4084 /738), FÇTS (-), AL(-).

Hanzay ŞeÆ: Çinevi dilinde: büyük kent. Eskiden Han Balıg denirdi (FKÇTS 4080/737), FÇTS (-), AL (-).

Hatây: Tatar ve Moğul dilinde Çin ülkesine verilen addır (FKÇTS 4081/737), FÇTS (-), AL (-).

Hatt-ı câm (Ar.): Bagdâd, Basra (FKÇTS 8387/1342), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 392)'da, yer adı anlamı dışında, hatt-ı câm "Cemşid'in efsanevi kadehinin üstündeki yazı." anlamında olduğu belirtilir.

Hâverân (Far.): Horasan'da Hakîm Enveri'nin de doğduğu bir vilâyet adı (FKÇTS 8376/1341), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 397) ve MLO (2016: 137)'da Hâver/ Hâverân "Şark ile garb"; Burhân-ı Katı (2009: 321)'da "Horasanda bir vilayet adı; maşrik ve mağrip yönleridir." anlamında verilir.

Havz-ı mâhiyân (Ar.): Herat'ta bir yer adı (FKÇTS 8366/1341), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 398), havz-ı mâhî "İçinde balık bulunan havuz." anlamında olduğu belirtilir.

Hinalıg: (Dağıstan'da) Lekziye boyunun yurdu (FKÇTS 4106/741), FÇTS (-), AL (-).

Hitta (Ar.): Belde, şehir, diyar (FKÇTS 8388/1342), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 418)'da, Arapça kökenli sözcük olan Hitta "memleket, diyar, ülke" anlamında verilir.

Hışt (Far.): Kelât, Ebiverd ve Fars'ta bir yer adı (FKÇTS 8383/1342), FÇTS (-), AL (-). OTAL(2016: 418)'da ve Burhân-ı Katı (2009: 363)'da Farsça kökenli sözcük olan Hışt / Hişt "kerpiç, tuğla, kısa el mızrağı; kalın harbi." anlamında verilir.

Hunc (Far.): Fas'ta bir vilâyet adı. (FKÇTS 4090 /739), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 370)'da Farsça kökenli olan Hunc "Fars sancağında bir vilayettir." anlamında verilir.

Isıg göl: Türkî diliyle eserler meydana getiren Türk bin Yâfes'in yaşadığı vilâyetin adı (FKÇTS 1535/367), FÇTS (-), AL (-).

Kaba: Endicân vilayetinde bir yer adı (FKÇTS 5270 /895), FÇTS (-), AL (-).

Kahkaha (Ar.): Tûs vilâyetinde bir yer adı (FKÇTS 5989/999), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016:554)'da, Arapça kökenli sözcük olan kahkaha "yüksek sesle çok gülmeye; mor ve kırmızı çiçek açan, sarmaşık gibi duvarlara, ağaçlara tırmanan bir bitki." anlamında verilir.

Kaysar: Gûr ülkesinde bir kentin adı (FKÇTS 1009/6055), FÇTS (-), AL (-).

Kazan: Rus ülkesinde bir memleket adı (FKÇTS 5529 /930), FÇTS (-), AL (-). Gülensoy (1995: 375), bu yer adının, Kazan (Buhara) şeklinde Türkistan'da; Kazan, Kazancı, Kazancık olarak Anadolu'da yer adı olarak kullanıldığını belirtir.

Kır Tikin: Turan'da bir vilayetinin adı (FKÇTS 6045/1008), FÇTS (-), AL (-).

Kirevân: Batı'da bir kent adı. (FKÇTS 6079/1013), FÇTS (-), AL(-).

Kobak: Türkistân'da bir vilayet adı. Ülkesini oğulları arasında paylaştıran Cengiz Han'ın, dört oğlundan biri olan Ögetey Kaan'ın payına düşen, iyi atlarıyla ünlü olan vilâyet (FKÇTS 5693/955), FÇTS (-), AL (-).

Köbeçi: Dağıstan'ın Kara Kaytag bölgesinde Lekziye boyunun yaşadığı yerin adı (FKÇTS 6343/1053), FÇTS (-), AL (-).

Kuba: Derbend ile Şabran arasında bir yerin adı (FKÇTS 5698/957), FÇTS (-), AL (-).

Kuhustân(Far.): Horâsân'da bir vilayetinin adı (FKÇTS 5990/999), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009:458)'da, Farsça kökenli olan Kuhistân "Horasan'da bir vilâyet adıdır." anlamında verilir.

Küruh (Far.): Herât'a bağlı bir yer adı. (FKÇTS 6186/1028), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 471)'da, Farsça kökenli olan Küruh için "Bu kariye Herat kazasıdır." açıklaması yapılır.

Lâr: Fars'ta bir vilâyetinin adı. (FKÇTS 6764/1113), FÇTS (-), AL (-).

Lenger (Far.): Herât'a bağlı olan Câm vilayetinde ünlü bir yer adı (FKÇTS 6771/1114), AL (-). FÇTS (2021:241)'de Lenger bir yer adı olarak değil, "ermişlerin mezarı"; Burhân-ı Katı (2009: 487)'da Farsça kökenli sözcük olan lenger "gemiye yerinde mihlamak için denize atılan zincir ve bu zincirin ucundaki çapa; her gün fukaraya yemek verilen yer; etrafı çevrili türbe, mezar." anlamında olduğu belirtilir.

Nesef: Keş veya Nahşeb adıyla da bilinen Şehr-i Sebz kentinin adı (FKÇTS 6965/1145), FÇTS (-), AL (-).

Oltaý: Kırım'da bir vilâyetin adı (FKÇTS 1177/318), FÇTS (-), AL (-).

Oş: Türkistan'da Endicân'ın iki menzilliğinde bulunan bir vilâyet adı (Bu vilâyete Taht-ı Süleyman da denir.) (FKÇTS 892/275), FÇTS (-), AL (-).

Otrar: Türkistan'da Seyhûn'un öte tarafında bulunan bir şehrin adı (FKÇTS 542/223), FÇTS(-), AL (-).

ÖleÆ: Kandhâr ile Kâbil arasındaki Hazara aşiretinin yaşadığı yerin adı (FKÇTS 979 /286), FÇTS (-), AL'da (108) öleng" çimenlik" anlamındadır.

Ölke: Vilayet, şehir (FKÇTS 978/285), FÇTS (-), AL'de (109) ülge şeklinde geçen sözcük "tımâr, sancak" anlamındadır.

Rahbe: Bağdat'ta bir yer adı (FKÇTS 4319/767), FÇTS (-), AL (-).

Saksın: Başkenti Hâci Tarhan olan ve vaktiyle Hazar Türklerinin elinde bulunan bu ülkeye Hazar ülkesi de denir. (FKÇTS 4561/ 800), FÇTS (-), AL (-).

Samsun: Kastamoniye-yi Rûm'da bir vilâyetin adı (FKÇTS 4482/ 789), FÇTS (-), AL (-).

Sârî (Far.): Mâzenderân vilayetinde bir kent adı (FKÇTS 4443/786), FÇTS(-), AL(-). Burhân-ı Katı (2009: 645)'da Sârî "Mazenderan'da Amul şehrine yakın bir şehir adıdır."

Sayram: Türkistan'da (Çaç ile Balasagun arasında bulunan) Fârâb adıyla tanınan vilayetinin adı (FKÇTS 4904/ 828), FÇTS(-), AL(-). DLT (2014: 522/422-812)'de, İsbîcâb, Saryam şeklinde verilir.

Semerkend (Far.): Semerkand (FKÇTS 4565/801), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 659)'da Farsça kökenli olan Semerkend, Arapçası Semerkand'dır. Maveraünnehir'de bir belde adıdır." DLT (2020: 173/149-813)'de Semizkend "Semerkand" olarak verilir.

Soganlıg: Tiflis yakınlarında bulunan bir yer adı (FKÇTS 4711/805), FÇTS (-), AL (-).

Tamgac: Türkistan'da bir vilâyetin adı (FKÇTS 5119/870), FÇTS (-), AL (-).

TaÆut (T.): Hatâ ülkelerinde bir vilayetinin adı (FKÇTS 2958/ 573), FÇTS (-), AL(-). DLT'de (21/10-853), bir yer adı değil, Tañut "Türklerden bir boy, kabile." olduğu belirtilir.

Tarâz: Çin sınırında bulunan, iyi miski ve güzelleri ile ünlü bir kentin adı; Bedahşân'a bağlı bir vilâyetin adı (FKÇTS 5110/869), AL (-). FÇTS (418/205)'de, tarâz "koyunun çobana yağı, peyniri ve kurutundan faydalanması için verilmesi." anlamıyla geçmektedir.

Tarsûs: Batı'da bulunan bir vilâyetin adı (FKÇTS 5107/869), FÇTS (-), AL (-).

Tartûs: Batı'da bulunan bir vilâyetin adı (FKÇTS 5112/869), FÇTS (-), AL (-).

Taşkent: Mâverâ'ün-nehr'de (bulunan ve Çaç adıyla da bilinen) bir kentin adı (FKÇTS 2643/527), FÇTS (-), AL (-). DLT'de (510/409-860), Taşkent "Taşkent, Şâş." anlamındadır.

Taydu: Moğulların başkenti olan Han Balıg yerine Türkistân'da Kubla Kaan tarafından dört fersah karelik bir alanda kurulup başkent yapılan kentin adı (FKÇTS 5106/869), FÇTS (-), AL (-).

Tebbet: Hatâ ve Hotan'da bir vilayetinin adı, Tibet (FKÇTS 2867/558), FÇTS (-), AL (-).

Teng (Far.): Türkistân'da bir kent adı; Bedahşân'da bir vilâyet adı (FKÇTS 8337/1339), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009:763)'da Teng "On dört maddede farklı anlamlar verilir. 6.Dağ arasında olan dere ve ferce. 9.Bedahşân'da bir vilâyet adıdır.10.Turan zemininde bir şehirdir. Güzelleri sonsuz güzeldir." anlamındadır.

Ucan: Tebrîz'e bağlı bölgelerden (bölüklerden) birinin adı (FKÇTS 733 /251), FÇTS (-), AL (-).

Uça / Uçça: Güzelleri ile ünlü bir vilayetinin adı (FKÇTS 804 /263). FÇTS ve AL'de vilayet anlamı dışında kullanılır. Şöyle ki, FÇTS (68/97)'de Uca/ Uça "arka, sırt; dip, kök; yüksek yer, yüce."; AL (92)'da, uça "omurga kemiği; Çağatay diyarında koyun, kuzu, tavuk vs. hayvanatın pişirilip arka, sırt bölümünün iyi kısımlarının parçalanıp yemek üzerine konulmasıdır." anlamında verilir.

Yaycı: Çârçu ile Buhârâ arasında ve Amuye yakınlarında bulunan bir kent adı (FKÇTS 7533 1230), FÇTS (-), AL (-).

Zâbülistân (Far.): Sîstân vilayeti ve onun çevresi, Nîm-rûz vilayeti (FKÇTS 8413/1343), FÇTS (-), AL (-).Burhân-ı Katı (2009: 825)'da Zâbul şeklinde geçen sözcük "Sistan vilayeti ismidir ki Nîmrûz dahi derler. Rüstem'in vilâyetidir. Bir kabile adıdır. Musıkîde bir şubedir." anlamında verilir.

Zûr (Far.): Hemedân civarında bulunan bir vilâyet adı (FKÇTS 8425/1344), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 1389)'da Zûr sözcüğü Farsça kökenli "kuvvet, güç.", Arapça kökenli " yalan, asılsız, uydurma (söz) anlamındadır.

Irmak, nehir, pınar adları

Artış / Ertiş (T.): "Rus ülkesi ve Álmaú yurdu arasındaki büyük ırmağın adı." (FKÇTS 226/ 183), FÇTS (-), AL (-). Ertiş: Eski Türk Yazıtlarında çok geçen İrtiş Irmağı Batı Altaylardan çıkıp kuzeye

doğru akıp Ob-Obi ile birleşen ünlü ırmağı (Aydın 2016: 72-73). DLT’de (25/11-643;61/ 47-644), Ertiş “vadi”, Ertiş suyu “Yemek bozkırlarında bir suyun adı.” anlamında verilir.

Amu (Far.): Türkistan’da ünlü bir ırmağın adı (FKÇTS 423/207), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 19)’da, Âmû “İran ve Turan arasında sınır olan meşhur nehir ismidir.” anlamında verilir.

Aras (T.): Azerbaycan’da olan bu ünlü ırmağın kaynağı, Erzurum’da Min Göller’dir (FKÇTS 553/225), FÇTS (-), AL (-).

Atıl (Far.): Hâci Tarhan’dan geçip Hazar denizine dökülen ünlü ırmağın adı (FKÇTS 166/ 175), FÇTS(-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 30)’da Âtil “Bir azim ırmağıdır. Rus ve Bulgar memleketlerinden akıp Hazer Denizine dökülür.” anlamında verilir.

Behmen (Far.): Cürcân’da bir pınar adı (FKÇTS 8289/1336), FÇTS(-), AL (-).Burhân-ı Katı (2009: 58-59)’da on altıya yakın anlamı olan Behmen “On ikinci maddesinde Erdebil nevâhisinde bir kale ismidir. On üçüncü maddesinde “Hindistan’da bir kale adıdır. On dördüncü maddede yüksek dağ. On altıncı maddede Cürcân vilayetinde çeşme adıdır.” anlamında verilir.

Bulag: Kaynak, pınar, bulak (FKÇTS 2092/ 449), (FÇTS 206/138), AL (151). DLT’de (2020: 191/163-600), Bulak “Türklerden bir boy.” anlamında verilir.

Ceyhûn: Amuye denilen ırmağın adı (FKÇTS 8356/1340), FÇTS(-), AL (-).

Cir (Far.): Taşkent yakınlarında bulunan bir ırmağın adı (FKÇTS 4004/728), FÇTS(-), AL (-). OTAL (2016: 162) ve Burhân-ı Katı (2009: 121)’da, Cîr “kılış kayışı, eldiven gibi şeyler yapılan tabaklanmış deri.” anlamında verilir.

Etrek: Cürcân yakınında bir ırmağın adı (FKÇTS 539/223), FÇTS(-), AL(-). DLT’de (2020: 63/50-649), Etrek “sarışın adam.” anlamıyla farklı bir anlamda kullanıldığı görülür.

Hirmend (Far.): Kandhar yakınlarından geçen bir ırmağın adı (FKÇTS 7135/1173), FÇTS(-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 361)’da Hirmend “Serhadd-i vilâyet-i Nimruz’daki Sistan’dır. Bir nehir ismidir.” anlamında verilir.

Irmaçuk (Rûm Tr.): Küçük ırmağın adı (FKÇTS 1423/351), FÇTS (-), AL(-).

Kazan Çayı: Rûm’un Kars bölgesinde bulunan bir ırmağın adı (FKÇTS 5491/923),FÇTS (-).

Kotur: Hoy vilayetinde bir ırmağın adı (FKÇTS 5720/961), FÇTS (-), AL (326)’de kotur “hasta ve zayıf köpek.” anlamıyla farklı bir anlamda kullanıldığı görülür.

Kühek: Mâverâünnehr’de akan büyük bir ırmağın adı (FKÇTS 6535/1081), FÇTS (-), AL(-).

Kür: Azerbaycan’da Tiflis’ten geçerek Şirvân’a doğru akan ırmağın adı; Fars’ta bir ırmağın adı. (FKÇTS 8490/1348), FÇTS (-), AL(-). DLT’de (2020: 163/142-757), kür “azimli, yürekli, korkusuz, gururlu olan.” anlamıyla farklı bir anlamda kullanıldığı görülür.

Nehrü’l-hayât (Ar.): Ferhat’ın Şirîn için çıkardığı ırmağın adı (FKÇTS 6973/1147), FÇTS (-), AL(-). OTAL (2016: 960, 398)’da, Nehrü’l-hayat “Hayat nehri.” anlamında verilir.

Sir (Far.): Semerkand (ile Taşkent) arasından geçerek Aral-ı Harezmi’de Ceyhûn’a kavuşan büyük ırmağın adı (FKÇTS 4903/828), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 686)’da Farsça kökenli olan Sir “Bir belde ismidir.” anlamında verilir.

Yayık: Kazak ile Rus ülkesi arasında bulunan büyük bir ırmağın adı (FKÇTS 7538/1230), FÇTS (-), AL(-). DLT (2020: 454/357)’de, yayık “kararsız huylu, bir buna bir ona dönen adam.” anlamında verilir.

Kale adları

Ala Korgan: İhtiyaruddin kalesi olarak tanınan Herat kalesi (FKÇTS 389/202), FÇTS (-), AL (-).

Behmen (Far.): Hindistan’da bir kale adı (FKÇTS 8289/1336), FÇTS (-), AL(-).Burhân-ı Katı (2009: 58, 59)’da on altıya yakın anlamı olan Behmen “ 12. Erdebil nevâhisinde bir kale ismidir. 13.Hindistan’da bir kale adıdır. 14. yüksek dağ. 16. Cürcân vilayetinde çeşme adıdır.” anlamında verilir.

Erk: Kalelerin ortasında yapılan kale, iç kale (FKÇTS 574/230), AL (10). DLT (2020: 33/20-942)’de, erk “emirin geçerli olması, otorite.”; FÇTS (84/101)’de, “Dağ ve tepenin zirvesi; ihtiyar, irade, seçme hakkı.” anlamında verilir.

Lâş (Far.): Herat’a bağlı bir kalenin adı (FKÇTS 6752/1111), FÇTS (-), AL (-). Burhân-ı Katı (2009: 482)’da Lâş “ Mergâz-ı İran’da bir mevzi adıdır.” anlamında verilir.

Selâsil (Ar.): Kirmânşâhân civarında bulunan bir kale adı; Şûster’de bir kale adı (FKÇTS 8435/1345), FÇTS (-) AL (-). OTAL (2016: 1088)’de selâsil “zincirler; zincirleme giden şeyler; sıradaglar.” anlamında verilir.

Temür Kapu (T.): Derbend (Derbend Kalesi) (FKÇTS 3589/666), FÇTS (-), AL(-).

Tenbûl (Far.): Hindistan'da bir kale adı (FKÇTS 8336/1339), FÇTS (-). AL (174)'da, " Hind vilâyetine mahsus Hindistan'da yenilen bir hoş kokulu yapraktır."; Burhân-ı Katı (2009:762)'da Tenbûl " Hindistan'a mahsus yaprak; banbul otu; talim yayıdır; Hindistan'da bir kale adıdır." anlamıyla farklı anlamlarda kullanıldığı belirtilir.

Köy - kasaba - mahalle - bölge adları

Cürre (Far.): Şîrâz'a bağlı bir köy adı (FKÇTS 3756/690), FÇTS (-), AL (-). OTAL (2016: 168)'da, Cürre "cesur; uçan her türlü kuşun erkeği." anlamıyla farklı bir anlamda verilir.

İpar Kuruğu: Semerkand'a bağlı bir kasaba (Ona Şîrâz ve İlan Otu da denir.) (FKÇTS 1291/336), FÇTS (-), AL(-).

Kerh (Ar.): Bağdâd'da Şâpûr'un yaptırdığı bir mahalle ve köy adı (FKÇTS 6186/ 1028), FÇTS(-), AL(-). OTAL (2016: 585)'da kerh "iğrenme, hoşlanmama; zorlama." anlamında verilir.

Köy: Köy, küçük kasaba (FKÇTS 6486/1074), FÇTS(-), AL(-).

Sapan: Turan'da Mergînân'ın bir fersahlığında bulunan bir bölgenin adı (FKÇTS 4406/ 782), FÇTS (-), AL(-).

Köprü adı

Yol köpri: Hâr ile Simnân vilayetleri arasında bulunan ve Irak ile Horasân'ın sınırı sayılan köprünün adı (FKÇTS 8139/1316), FÇTS(-), AL(-).

Mezar yeri adları

Lenger: Ermişlerin mezar ve kutsal yerleri (FKÇTS 6771/1114), (FÇTS 524/241), AL(-).

Yurtga: Mezarlık, gömütlük, kabristan, sinlik (FKÇTS 8030/1303), FÇTS (-), AL(-). DLT'de (2020: 447/351-990), yurt "harabe hâlindeki yerleşim yeri." anlamında verilir.

Akrabalık adları

Aba: Cet, büyük baba (FKÇTS 14/156), FÇTS (-), AL(-), aba "baba" (DLT 2020: 55/41). Li (2019: 138-139) ve Clauson (1972: 5), apa ~ aba "aba, apa, ebe, epe" gibi farklı şekillerde kullanılan sözcüğün, günümüz Türk dillerinde "ata; dede; nine; baba; anne; amca; hala; ağabey; abla; ebe" gibi anlamlarının var olduğunu ve çeşitli akrabalık terimlerini ifade ettiğini belirtirler. Ayrıca Azerbaycan, Türkmen, Salırca, Yeni Uygur, Karaçay- Balkar, Kumuk, Altay, Sarı Uygur, Hakas, Şor, Fuyu Kırgızcası vd. Türk dillerindeki örneklerini verirler. Şöyle ki; Türkçe ağızlarda apa / aba/ abba/ abbo apba / appa / ava / avo; Azerice, Altay, Karaçay-Balkar, Hakasça, Fuyu Kırgızcası, Şor'da aba, Türkmence aβa; Yeni Uygur awa; Sarı Uygur ava / avaka, oka, Karaycanın Lutsk-Haliç lehçesi avi, Kumukça abiy gibi farklı ses ve şekilde kullanışlarını gösterirler.

Abaga (Moğ.): amca (FKÇTS 3/154), FÇTS (-), (AL 1). Li (2019: 159), Moğolcadan geçmiş bir sözcük olduğunu, "amca" anlamına gelen bu sözcüğün, Altayca, Hakasça, Fuyu Kırgızcası, Yakutça vd. Türk dillerinde kullanıldığını belirtir.

Abusun(Moğ.): kız kardeş, bacı (FKÇTS 375/201), FÇTS(-), AL (-). Li (2019: 405), abısın "elti" anlamında Moğolcadan geçmiş bu sözcüğün günümüz Türk dillerinde farklı ses ve şekil değişikliği ile yaşadığını belirtir. Türkmence apsın / awsın /owsın / owsun; Özbekçe âwsin; Kumukça apsun; Nogayca / Kazakça / Karakalpakça / Kırgızca abısın; Başkurtça aphın, Altay/ Hakasça abızın gibi.

Abuşga /Avuşga / Abuşka: koca, kadının eşi (FKÇTS 532/ 222), (FÇTS 97/104), (AL 1). Li (2019: 296-297), abuşka "yaşlı kişi; dede; koca" anlamında verilen bu sözcüğün günümüz Türk dillerinde farklı ses ve şekilde kullanıldığını belirtir: Yeni Uygur awuşka; Özbekçe ebuşka, Tatarca, Başkurtça, Kırgızca abışka; Altayca Apşıyak, Sarı Uygur ohçka / oşka, oşga; Hakasça abışha, Şor apşıyak, Tuva. Aşak, Çuvaşça upışka.

Aga: büyük kardeş, ağabey, aka, amca (FKÇTS 49/162), FÇTS (-), AL(-). Li (2019: 107, 137, 162, 192), aga / aka sözcüğünün Moğolcadan geçtiğini belirtir ve "dede, baba, amca; dayı; erkek kardeş." anlamındaki terimler başlığında ayrı ayrı verir. Azerice /Altayca / Yakutça / Kırgızca / Hakasça / Tatarca / Yeni Uygurca aga, Türkmence akga / akka; Özbekçe aga, agay, âgay; Nogayca akay; Tuvaca akı Kazakça agay, Karaycanın Kırım lehçesi agaça.

Agalık: kardeşlik (FKÇTS 211/180), FÇTS (-), AL (-).

Ahtık: torun (FKÇTS 191/179), FÇTS (-), AL(-). Li (2019: 282), ahtığ "torun" anlamındaki terimler başlığında verdiği bu sözcüğün günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle örneklendirir: Türkmence ahtık, Özbekçe aklık, aktık, Kırım Tatarcası ahtih, Karaycanın Kırım lehçesi ahtık / aktık, Karakalpakça aklık.

Anda (Moğ.): (sevgi için) kardeş, amca ve dayı gibi sözcüklerin yerine kullanılır. (FKÇTS 631/238), FÇTS (-), AL (-). DLT (2020: 67/53-551)'de, anda "orada; ondan" anlamında verilir.

Apa: büyük kız kardeş, abla, aba. Ona igeci de denir. (FKÇTS 14/156), FÇTS (-), AL(-). Li (2019: 138-139) ve Clauson (1972:5) apa~ aba "aba, apa, ebe, epe" farklı ses yapılarıyla kullanılan sözcüklerin, günümüz Türk dillerinde "ata; dede; nine; baba; anne; amca; hala; ağabey; abla; ebe" gibi birçok anlamlarda kullanılan farklı akrabalık terimlerini ifade ettiğini belirtir. DLT (1999: 86-11,86-14)'de, apa / aba "ana, baba." anlamındadır. OTAL (2016: 223)'da eb "baba, ata" anlamında Arapça kökenli olarak belirtmiştir.

Ata: ata, baba (FKÇTS 541/223), AL (-). DLT (2020: 27/12- 563)'de ata "baba."; FÇTS(69/97), ata "zahit, ibadete düşkün." anlamında verilir. Li (2019: 108, 139, 341), *ata* sözcüğünü "dede; baba; kaynata." anlamındaki terimler başlığında verir. İlk olarak Uygurcada kullanılmaya başlayan bu sözcüğün, yavaş yavaş kaş sözcüğünün yerini aldığını belirtir. Gagavuzca, Türkmence, Yeni Uygurca, Salırcı, Kumuk, Karaçay, Kırım Tatarcası, Nogay, Başkurt, Kırgızca, Sarı Uygur, Şor'da *ata*; Özbekçe *âte*; Altayca / Hakasça / Şor'da *ada*; Fuyu Kırgızcasında *ade*; Çuvaşçada *atte* şeklinde kullanıldığını belirtir.

Atalık: atalık, babalık (FKÇTS 163/175), atalık / atalık "atalık" (AL 4), atalık "büyük kişi ve vekil" anlamındadır (FÇTS 278/57), DLT (-).

Buga: Cengiz Han'ın sekizinci kuşaktan dedesi (ve Buzencer'in büyük oğludur.) (FKÇTS 2106/ 451), FÇTS (-), AL(-). DLT'de (2020: 544/445- 599) buga "Hint'ten getirilen bir ilâç." anlamındadır.

Ced (Ar.): dede (FKÇTS 1412/8345), DLT (-), FÇTS (-). Li (2019: 108-109), Arapça Cadd sözcüğünden geçmiş olan bu sözcüğün günümüz Türk dillerinde de kullanıldığını belirtir. Yeni Uygurcada *ced*, Kırım Tatarcasında *cet*, Özbekçede *ced* /*cedd* şeklinde kullanıldığını belirtir. AL' de (1970: 224), *cet* "çingene" anlamındadır.

Cüft (Far.): eş, karı (FKÇTS 3766/691), DLT (-), FÇTS (-), AL (-). Li (2019: 299;316) *cuft* sözcüğünün "çift; eş, koca veya karı." anlamında Farsçadan geçtiğini; Tatarcada *helal cifit*; Başkurtça *helel yifit* "meşru koca; meşru karı." anlamında kullanıldığını, tarihi dönemlere ait metinlerde de "cuft / cüft / çift" şeklinde kullanımlarına da rastlandığını belirtir.

Çavluk: torun; torun çocuğu (FKÇTS 1421/3723), DLT (-), FÇTS (-), AL (-). Li (2019: 286) Çağataycada *çavluk* "erkek torun" (Courteille 1870: 281) biçiminde tespit edilen bu sözcüğe günümüz Türk dillerinde de rastlandığını belirtir. Şöyle ki; Türkmence *çowluk*, Özbekçe *çawlık*, *çölık*, *çuwlık*, *şawlık*, Karakalpakçada *şawlık*, *şawlık bala*, *şawlık kız*.

Çıgan: teyzenin çocuğu (FKÇTS 1424/4023), FÇTS (-), AL (-). DLT'de (2020: 26/12-621), *çıaan* Argu lehçesinde *yoksul*, *fakir* anlamındadır. Li (2019: 240), *çıkan* "teyze oğlu" anlamındaki bu sözcüğün, Orhon Yazıtlarında *çıkan* "teyze oğlu" biçiminde tespit edildiğini, günümüz Türk dillerinin birkaçında da yaşadığını belirtir. Şöyle ki, Türkmence *çıkan*; Özbekçe *çıkan*; Karakalpakça *şıkan*; Sarı Uygurca *çıkan aka*, *çıkan ene*; Yakutça *sıgan*.

Çiçe: hala; büyük kız kardeş; abla; anneanne (FKÇTS 1427/3995), DLT (-), AL (-), FÇTS (-). Li (2019: 123-124; 156; 181; 223; 361), *çêçe* sözcüğünü; *nine*; *anne*; *hala*, *teyze*; *abla*; *kız kardeş*; *yenge* anlamındaki terimler başlığı altında değerlendirmiştir. *Çêçe*, biçim bakımından çocuk diline ait olan bu sözcük, günümüz Türk dillerinin birkaçında "anne" veya "nine" anlamında kullanılmakta olduğunu belirtir ve günümüz Türk dillerinde ses değişikliği ile kullanımını şöyle örneklendirir: Azerice *cici*, Özbekçe *çêça*, *çêçe*, *şêşê*; Kazakça *şeşe*; Karakalpakça *şeşe*; Kırgızca *çêçe*; Hakasça *çaca*.

Dada: ata (FKÇTS 1432/ 4112), AL (-), FÇTS (-). DLT (2020: 542/443-631)'de dede "baba" anlamındadır. Li (2019: 109; 147; 224); dede sözcüğünü "dede; baba; kız kardeş." anlamındaki terimler başlığı altında yer verir. Günümüz Türk dillerindeki kullanımı şöyle örneklendirir: Gagavuzca *dedä*, Azerice *dede*; Türkmence *däde*; Yeni Uygurca *dada*; Özbekçe *dede*; Kırım Tatarcası *dede*; Urumca *dede*; Tatarca *dede*; Kırgızca *dada*; Halaçça *dede*.

Ebüke / Öbüke / Abu: *cet*, büyük baba (FKÇTS 527/221), FÇTS(-), AL (-).

Ekci / Ekeci: büyük kız kardeş, abla (FKÇTS 609 /235), AL (22), FÇTS (-).

Ekke / Eke: (Özbekler arasında) büyük kardeş, ağabey, aka, (hala) (FKÇTS 605 /234), DLT'de (2020: 56/42-635) *eke* "abla; büyük kız kardeş." anlamındadır. FÇTS (-), AL(-). Li (2019: 147, 182, 200, 226-227, 373, 392) *eke* "baba; hala, teyze; erkek kardeş; kız kardeş; kayınbirader; baldız; görünme." anlamında olduğunu belirtir. Türkmencede *äke*; Yeni Uygurcada *aka*; Özbekçe *eke*, Tatarca *ekey*; Başkurtça *eke*; Kırgızca *äkä* "ağabey" anlamlarında; Özbekçe / Yeni Uygurca / Türkmence / Kumukça / Halaçça/ Altaycada *egeçi* /*ekeci* "abla; hala; teyze; baldız" anlamlarında kullanımlarını örneklendirir.

Elencik (Moğ.): (Bazı tarihlere göre) üçüncü cet (FKÇTS 1443/612), DLT (-), AL (-), FÇTS (-).

Günev: damat, güvey, güveyi (FKÇTS 1470/6476), DLT (-), AL (-), FÇTS (-). Li (2019: 307, 357, 412) küdegü sözcüğünü “koca, kız kardeşin kocası, enişte; kızın kocası” anlamındaki terimler başlığında değerlendirir. Günümüz Türk dillerindeki kullanımlarını şöyle örneklendirir: Gagavuzca güvâ; Azerice giyev; Horasan Türkçesi güyege; Türkmençe giyew; Salırca keyu, keyü, kiyo, kiyu; Yeni Uygurcada küyo / küyü / küy ogu; Özbekçede küyâw; Kırım Tatarcası kiyev; Karayca küyev; guvey; güveyi; Karaçayça küyew, Kumuk giyew; Nogay kiyew; Kazakça /Karakalpakça küyew; Tatarca kiyew; Kırgızca küyöw; Altayca küyü; Sarı Uygurca küzegi; Şor küzē; Tuvaca küdē; Halaçça küdeyi; Çuvaşça kırü.

Hâl (Ar.): dayı. (FKÇTS 1471/8374), DLT (-), AL (-), FÇTS (-).

İçe: büyük kız kardeş, abla. (FKÇTS 1481/1273), DLT (-), AL (-), FÇTS (-). DLT’de (2020: 56/42-660), içi “erkeğin kendisinden büyük erkek kardeşi.” anlamındadır. Li (2019: 122, 156, 182, 193, 224-226), eçe / eçi; “nine; anne; amca; dayı; hala; teyze; erkek kardeş; kız kardeş.” anlamındaki terimler başlığında verir. Eçe / içe / içi “abla; anne; yaşlı kadın.” anlamındaki bu sözcüğün günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle belirtir: Türkmençe ece; Yeni Uygurca aça; Özbekçe aça / âça/ âçe / eçe; Kumukça eçiw; Nogayca äye; Kazakça äje; Tatarca ecey; Başkurtça ese; Kırgızca ece; Altayca ed’e, Sarı Uygurca ici; Fuyu Kırgızcası ice, ici; Şor eye.

İgec / İgeci (Moğ.): büyük kız kardeş, abla. Ona Apa da denir (FKÇTS 1483/1339; FKÇTS 1483/1617), DLT (-), FÇTS (-), AL(1970: 67)’de, igeci “büyük kız karındaş”.

İni: küçük erkek kardeş, kardeşin oğlu (FKÇTS 1757 /398), FÇTS(74/98), AL(78). DLT’de (2020: 59/45-666) ini “erkeğin kendisinden küçük erkek kardeşi.” anlamındadır. Li (2019: 201,241-242; 272,374) ini “erkek kardeş; kuzen; kuzin; yeğen, kardeş çocuğu; kayınbirader.” anlamındaki terimler başlığında verir. Günümüz Türk dillerinde kullanımını şöyle belirtir: Türkmençe, Özbekçe, Kumukça, Nogayca, Kazakça, Karakalpakça, Tatarca, Kırgızca, Sarı Uygurca, Yakutça, Halaçça ini; Altayca iyin, Salırca ine.

Karındaş: kardeş (FKÇTS 1502/ 5296), DLT’de (2020: 205/175-687), karındaş “aynı karından olan iki çocuk, karın arkadaşı.”, AL(-), FÇTS (-). Li (2019: 53; 203-210; 242; 275) karındaş / kardaş “kan yoluyla akrabalık bildiren terimler; erkek kardeş; kuzen; kuzin; yeğen” anlamındaki terimler başlığında verir. Bu sözcüğün günümüz Türk dillerinde kullanımını şöyle belirtir: Gagauzca, Kumukça, kardaş; Azerice gardaş; Türkmençe garındaş; Horasan Türkçesi kârdaşım; Özbekçe karindâş; Salırca kârıntaş; Kırım Tatar karındaş; Karaçayça karnaş; Nogayca karındaş; Kazakça karındaş; Urumca hardaş; Kara Kalpakça karındaş; Tatarca / Başkurtça / Kırgızca / Altayca karındaş, Hakasça harındaş, Çuvaşça hurıntaş.

Kavluk: Dördüncü kuşak denilen torunun çocuğu (FKÇTS 1507/5470), DLT (-), AL (-), FÇTS (-). Li (2019: 287), kawlık “torun” anlamındaki terimler başlığı altında verir. Çağataycada kawluk “torunun oğlunun çocuğu.” (Courteille: 412) anlamında tespit edilen bu sözcüğün günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle belirtir: Özbekçede kawlık, kōlık, kŭlık, kuwlık, Tatarcada kawlık.

Kayaş: uruk ile birlikte kullanılır. Uruk ile aynı anlamda kullanılan uruk kıyaş; sülale, soy sop, akraba anlamındadır (FKÇTS 1508/5533), DLT (-), AL (-), FÇTS (-). Li (2019: 64), urug / uruk “soy, sülale; kabile, aşiret, akraba, aile, nesil, oba” gibi anlamlara gelen sözcüğü kan yoluyla akrabalık bildiren terimler içerisinde verir. Günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle verir: Türkmençe urug; Salırca uruh, oruh, uruhar, urıgar; Yeni Uygurca urug / uruk; Özbekçe Urug; Kırım Tatarcası, Karayca uruy; Nogayca, Kazakça, Karakalpakça, Başkurtça ırıw / ruw / uruw / ırıw; Sarı Uygur, Hakas, Tuva urug, Yakutça urü; Çuvaşça ıru.

Kayın: hanımın erkek kardeşi, kayın (FKÇTS 1509/5541), DLT (2020: 27/12-695), kayın “ kayın (akrabalıktaki), FÇTS (-), AL (-). Li (2019: 76-80), kayın “kaynata; kayın (peder); dünür; hısım; kaynata” anlamına gelen sözcüğü evlilik yoluyla akrabalık bildiren terimler başlığında verir. Günümüz Türk dillerinde kullanımını şöyle belirtir: Gagauzca, Kırım Tatarcası, Karaçay-Balkar, Kumuk, Nogay, Kazak, Kara Kalpak, Tatar, Başkurt, Kırgız, Altay kayın / kayını; Azericede gayın; Türkmençe gâyin; Özbekçe kaynete, Yeni Uygur Türkçesinde këyin; Sarı Uygur / Şor kazın; Hakasça hazın; Halaçça gādun; Çuvaşça huń.

Kelâle: amcaoğlu gibi uzak akraba (FKÇTS 1512/8496), DLT (-), AL (-), FÇTS (-).

Kız kardaş: kız kardeş (FKÇTS 1521/5658), DLT (-), AL (-), FÇTS (-).

Kökeltaş (Moğ.+T.): süt kardeş (FKÇTS 1531/6332), DLT (-), AL (1970: 361)’de kökultaş süt kardeş” anlamındadır. FÇTS (-).

Küreken (Moğ.): damat, güveyi (FKÇTS 1541/6485), AL (-), DLT (-), FÇTS (-). Li (2019: 418) küreken “güvey (kızın kocası)” anlamındaki terimler başlığında verir. Bu sözcüğün Iğdır ve köyleri, Diyarbakır, Niğde'nin Melendiz ilçesi ve Kerkük'ten derlenmiş olduğunu belirtir. Günümüz Türk dillerinde kullanımı şöyledir: Azerice, Güney Oğuzcada, Horasan Türkçesi, küreken “güvey (kızın kocası), Türkmence köreken, Halaçça kureken.

Ocak: eski ve büyük sülale, eski ve soylu aile (FKÇTS 1556/731), AL (-), FÇTS (-). DLT'de (2020: 44/31-770), ocağ “ocak.” anlamındadır.

Oguş / Uguş: torunlar, soy, nesil (FKÇTS 1557/909), FÇTS (85/285)'de “torun; çocuklar.”, DLT'de (2020: 42/29-772), oguş ~ ogış “aşiret” anlamında verilir. Li (2019: 62-63), uguş “boy, kabile, grup” anlamında kan yoluyla akrabalık bildiren terimler başlığında verir. İlk olarak Orhun Yazıtları'nda tespit edildiğini belirtir. Günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle belirtir: Yakutçada, Dolganca üs “soy, aile; tür.” anlamındadır.

Opa: küçük kız kardeş. Ona siÆeil de denir (FKÇTS 710/248, 1151/313), FÇTS(-), AL(-).

Ögey: üvey (FKÇTS 1565/950), DLT (2020: 74/61-784)'de ögey sözcüğünün ögey ata “üvey baba” şeklinde sözcük grubu olarak kullanıldığı görülür. AL (-), FÇTS (-). Li (2019: 95-102), üveylük bildiren terimler başlığında verir. İlk olarak Uygurcada ögey ana “üvey ana” biçiminde tespit edilen bu sözcüğün günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle belirtir: Gagauzca üvä / yüvä, Azerice ögëy, Türkmençe öwey, Yeni Uygurca, Özbekçe, Kırım Tatarca, Urumca, Kurumca, Nogayca, Kazakça Karakalpakça, ögey, Karayca eg'ey, Başkurtça, Tatarca ügey, Kırgızca ögöy, Altayca öy, Çuvaşça ükey.

Öz: akraba, yakın, tanıdık (FKÇTS 1572/867), DLT (35/21-794), FÇTS(-). AL'de (1970:100), öz “kendi” anlamında verilir.

Siñil / Siñli: küçük kız kardeş. (FKÇTS 1592/4871, 4968), DLT (230/200-825), AL (1970: 282), FÇTS (389/286). Li (2019: 230-231; 398), siñil “küçük kız kardeş” anlamındaki bu sözcük, kız kardeş, baldız; görünme anlamına gelen terimler başlığında ele alınmıştır. Günümüz Türk dillerinde kullanımını şöyle belirtir: Türkmençe, Karayca, Nogayca, Kazakça, Karakalpakça, Halaççada siñli; Salırca, Yeni Uygurca, Özbekçede siñil, Kırgızca siñdi, Altayca sıyın, Sarı Uygurca sıynı, Çuvaşça şillim.

Soy: kök, soy. (FKÇTS 1598/4804), DLT (-), AL (-), FÇTS (-).

Tagay / Tagayı: dayı, annenin erkek kardeşi. (FKÇTS 1611/2925, 5117), DLT (550/450-847), AL(1970: 298), FÇTS (416/287). Li (2019: 169; 242) tagay “amca; dayı; kuzen; kuzin” anlamındaki terimler başlığında verir. Tagay “dayı” anlamındaki bu sözcüğün günümüz Türk dillerinde kullanımını şöyle belirtir: Gagauzca dayka, Azerice dayı, Güney Oğuzcası dâi, Horasan Türkçesi dâi, Türkmençe dâyı, Yeni Uygurca taga, Özbekçe tâga, Kırım Tatarca, Urumca, Karakalpakça dayı, Tatarca, Kırgızca, Şor tay, Altayca tây, Hakasça tayı, Tuvaca dây, Yakutça tây.

Toggan: ikiz kardeş; akraba (FKÇTS 3219 /614), FÇTS (-), AL (1970:208). Li (2019: 211-212; 232) tuggan “ikiz kardeş; doğan, doğmuş.” anlamındaki sözcük erkek kardeş, kız kardeş anlamındaki terimler başlığında verir. Günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle verir: Türkmençe dogan, Karayca tuvduk, Tatarca, Başkurtça tugan, Çuvaşça tivanim.

Togganlık / Togganlıg: akrabalık (FKÇTS 1642/ 3220), DLT (-), FÇTS (-), AL(-).

Töre: soy, sülale (FKÇTS 1649/2971), DLT (-), AL (-). DLT (2020: 542/443-896)'de töre “evin baş kısmı ve en itibarlı yeri.” anlamındadır. AL (1970: 198)'de töre “âdet ve kanun” manasındadır. FÇTS (279/288)'de töre “hâkim, töre.” anlamındadır.

Uruk²/ Urug: sülale, soy sop, akraba (İkileme gibi kullanılan Uruk kayaş da aynı anlamdadır) (FKÇTS 1662/558, 853), FÇTS (81/288)'de uruk “torun; çocuklar.” anlamındadır. DLT'de (2020: 44/30-923) urug “her şeyin tanesi; tohum.” anlamında, Urug tarıg ise “akrabalar” anlamında belirtilir (DLT 44/30-923). AL (-).

Uruk kayaş³: sülale, soy sop, akraba (FKÇTS 1662/949), AL (1970: 94)'de uruk kayaş “hısım, kavim.” anlamındadır. DLT (44/30-923)'de urug tarıg “akrabalar” anlamında kullanılır.

Yârî (Far.): elti. (FKÇTS 1684/7326), DLT (-), AL (-), FÇTS (-). Li (2019: 409), yayri “elti” anlamındaki terimler başlığında değerlendirir ve cari karşılığını verir. Cârî, Farsça kökenli bir sözcüktür. Günümüz Türk dillerinde kullanımını şöyle belirtir: Güney Oğuzcası, Horasan Türkçesi cârî; Halaçça cari.

² bkz. Kayaş maddesinde açıklama yapılmıştır.

³ bkz. Kayaş maddesinde açıklama yapılmıştır.

Yiye: yenge. (FKÇTS 1703 / 7966), DLT (2020: 610/503-966)'de yeñge “ ağabeyin zevcesi, yenge.” anlamındadır. FÇTS (-), AL (-). Li (2019: 364-368; 409), yeñge “babanın küçük erkek kardeşinin karısı; ağabeyin karısı; amca, dayı karısı, yenge, elti” anlamındaki terimler başlığında verdiği sözcüğün günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle belirtir: Gagauzca yeñgi, Azerice yenge, Horasan Türkçesi yeñge, Türkmençe yeñge, Yeni Uygurca yeñge / ceñge, Özbekçe yeñe, Kırım Tatarcası yenge, Nogayca, Sarı Uygurca yeñge, Kazakça jeñge, Karakalpakça ceñge, Tatarca ciñge, Kırgızca ceñe/ ceñge, Tuvaca çeñge, Altayca d'eñe, Hakasça nige, Şor neñe, Yakutça sañas, Çuvaşça inke.

Yizne: kız kardeşin kocası, enişte; kızın kocası (FKÇTS 1707/7838), DLT (-), AL (-), FÇTS (-). Li (2019: 358-360; 381-382), yezne “kız kardeşin kocası; hala, teyze kocası; enişte; kayınbirader.” anlamındaki terimler başlığında verdiği sözcüğün günümüz Türk dillerindeki kullanımını şöyle verir: Azerice yezne, Güney Oğuzcası yezne, Türkmençe yeznä, Özbekçe cözne, Nogayca yezde, Kazakça jezde, Kara Kalpakça cezde, Tatarca cizni, Kırgızca cezde, Altayca d'este, Hakasça çiste, Şor, Tuvaca çeşte, Çuvaşça yısna.

Yükürci: karının küçük erkek kardeşi (FKÇTS 1714/8097), DLT (-), AL (-), FÇTS(-).

Yigen: kız kardeşin çocuğu, yeğen (FKÇTS 7918/1287), FÇTS (-), AL (-). DLT (2020: 454/356-974)'de, yigen “hasır otu.” anlamında verilir. Li (2019: 276; 294), yegen “yeğen (kardeş çocuğu), torun” anlamına gelen terimler başlığında verir. Yegen “erkek yeğen; erkek torun” anlamında olan bu sözcüğün günümüz Türk dillerindeki kullanımı şöyledir: Türkmençe, Sarı Uygurca yegen, Yeni Uygurca, Özbekçe, Karakalpakça, Tatarca ciyen, Nogay yiyen, Kazakça jiyen, Kırgızca cën, Altayca d'ën, Hakasça, Şor, Tuvaca, Tofaca çen, Yakutça sien.

Sonuç ve öneriler

Yer Adları: Toplam on iki (12) başlık altında yüz yirmi sekiz (128) yer adı tespit edilmiştir. En fazla (80) il, vilâyet, ülke, kent adları yer almaktadır. Irmak, nehir, pınar adları 18 tanedir. En az (1) aş dağıtılan yer adı ve dinî yer adları ile bahçe ve eğlence yer adları (2) yer almaktadır.

Lenger “Hem halka yemek dağıtılan yer hem de mezar adı.”, **Fergâna** “Hem vilayet hem dağ adı.”, **Behmen** “Hem pınar hem kale adı.” anlamındadır.

Fethâlî Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğünde (480/215) ve AL(7)'de **Adak** “Türkistân'da bir yerin adı.” anlamındadır. Her iki sözlükte de tanıklanmıştır.

Aş Dağıtılan Yer Adı: 1 tanedir: Lenger.

Bahçe Adları: 2 tanedir: Bâg-1 Cihân-ârâ / Bâg-1 Sefid / Bâg-1 Zâgân / Bâg-1 Gül-efşân / Bâg-1 Nev: , Cihân-ârâ.

Çöl Adları: 4 tanedir: Üpçak / Kıfçak, Kırık, Temürtaş, Yogrı Yol.

Dağ Adları: 5 tanedir: Algun, Balhan, Fergâna, Örtak / Örtag, Zübâb.

Dinî Yer Adları: 1 tanedir: Dalay-lama.

Eğlence Yer Adları: 2 tanedir: Cırgalang, Merganî.

İl, Vilayet, Ülke, Kent Adları: 80 tanedir: Aba, As, Almalığ / Almalıú, Adaú, Aúsaray, Arran, Aylak, Bâbil / Bâbü, Bâdgîsî, Bartas, Baygız, Berberî, Beş Balığ, Bîdâd, Bîder, Bucak, Buðârâ, Bulgar, Çauar, Çekmen, Çigil, Erdestân, Erkâm-1 kenâr-1 câm, Fergâna, Gayalığ / Kayalığ, Gaydaú, Gazan, Gûr, Halluğ, Hanzay Şeng, Hatây, Hatt-1 câm, Hâverân, Havz-1 Mâhiyân, Hınalıâ, Hıúúa, Hışt, Hunc, Isıà Göl, Úaba, Kahúaha, Kaysar, Kazan, Úır Tikin, Úirevân, Úobaú, Köbeçi, Úuba, Úuhustân, Kürüð, Lâr, Lenger, Nesef, Oltay, Otrar, Oş, Otrar, Öleñ, Öлке, Rahbe, Saksın, Samsun, Semerkend, Sârî, Sayram, Soganlıg, Tamgac, Tangut, Tarâz, Tarsûs, Tartûs, Taşkent, Taydu, Tebbet, Teng, Ucan, Uça / Uçça, Yayçı, Zâbülistân, Zûr.

Irmak, Nehir, Pınar Adları: 18 tanedir: Artış / Ertiş, Amu, Aras, Atıl, Behmen, Bulag, Ceyhûn, Cir, Etrek, Hîrmend, Irmaçuk, Kazan Çayı, Kotur, Kühek, Kür, Nehrû'l- hayât, Sir, Yayık.

Kale Adları: 7 tanedir: Ala Korgan, Behmen, Erk, Lâş, Selâsil, Temür Kapu, Tenbü.

Köy - Kasaba - Mahalle- Bölge Adları: 5 tanedir: Cürre, İpar Kuruğı, Kerh, Köy, Sapan.

Köprü Adı: 1 tanedir: Yol Köprü.

Mezar Yerleri: 2 tanedir: Lenger, Yurtga.

Birçok yer adlarında ses yapısı bakımından farklı kullanımların olduğu görülür: Almalığ / Almalık, Bâbil / Bâbü, Bâdgîsî / Baygız/ Badgazı / Baygazı, Gayalığ/ Kayalığ, Uça / Uçça, Artış / Ertiş, Örtak / Örtag, Bağdat / Basra ve Herat'taki yer adları için terkipli yapılar kullanılmıştır: Hatt-1 câm, Erkâm-1 kenâr-1 câm, Havz-1 Mâhiyân.

Bahçe ve ırmak adlarının da terkipli yapılarla kullanıldığı görülür: Bâg-ı Cihân-ârâ / Bâg-ı Sefid / Bâg-ı Zâgân / Bâg-ı Gül-efşân / Bâg-ı Nev, Cihân-ârâ; Nehrû'l- hayât.

Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğünde tespit edilen bazı yer adlarının diğer sözlüklerde farklı anlamlarda da yaşadığı görülmektedir. Ayrıca bu sözlüklerde tespit edilen anlamların bazıları Fethali Kaçar Sözlüğünde de vardır. Bazı farklı anlama gelen yer ve akrabalık adları ile ilgili örnekler verecek olursak;

Diğer sözlüklerde farklı anlama gelen bazı sözcükler:

Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğünde (978/285) *ülke* “vilayet, şehir.”, AL'de (109) *ülge* şeklinde geçen sözcük “tumar, sancak” anlamındadır.

Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğünde (804 /263), *uçça* “Güzelleri ile ünlü bir vilayetin adı.”, Ferâgî'nin Çağatay Türkçesi Sözlüğünde (68/97), *uca / uça* “arka, sırt; dip, kök; yüksek yer, yüce.” anlamındadır. AL (92)'de, *uçca* “omurga kemiği; Çağatay diyarında koyun, kuzu, tavuk vs. hayvanatın pişirilip arka, sırt bölümünün iyi kısımlarının parçalanıp yemek üzerine konulmasıdır.” anlamındadır.

Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğünde (5110/869), *Tarâz* “Çin sınırında bulunan, iyi miski ve güzelleri ile ünlü bir kentin adı; Bedahşân'a bağlı bir vilayetin adı.” anlamındayken Ferâgî'nin Çağatay Türkçesi Sözlüğünde (418/205), *tarâz* “ koyunun çobana yağı, peyniri ve kurutundan faydalanması için verilmesi.” anlamındadır.

Diğer sözlüklerde farklı anlama gelen sözcüklerin Fethali Kaçar Sözlüğünde de bu anlamıyla yer aldığı bazı örnekler:

Fethali Kaçar Sözlüğünde (5720/961), *Kotur* “Hoy vilayetinde bir ırmak adı.” AL (326)'de *kotur* “hasta ve zayıf köpek.” anlamındadır. Fethali Kaçar Sözlüğünde sözcüğün bu anlamına da rastlanmıştır.

Fethali Kaçar Sözlüğünde (582/230), *Ernek* “Harezmi'de bir dağ adı.” iken Ferâgî'nin Çağatay Türkçesi Sözlüğü'nde (40/88), DLT (Ercilasun, Akkoyunlu 2014: 65/51-643)'de *ernek* “parmak” anlamında kullanılmıştır. Fethali Kaçar Sözlüğünde bu anlamı da yer almaktadır.

Fethali Kaçar Sözlüğünde (4006/728), *Cırgalang* “Herât'ta bulunan bir eğlence ve gezinti yeri.” anlamındayken, AL (236)'de *çırgalangdın* “eğlenceden” anlamıyla yer almaktadır. Fethali Kaçar Sözlüğünde bu anlamı da yer almaktadır.

Fethali Kaçar Sözlüğünde (979/286), *Öleng* “Kandhâr ile Kâbil arasındaki Hezâre aşiretinin yaşadığı yerin adı. AL'de (108) *öleng* “çimenlik” anlamındadır. Fethali Kaçar Sözlüğünde bu anlamı da yer almaktadır.

Akrabalık Adları: Elli üç (53) tanedir: Aba, Abaga, Abusun, Abuşga/Avuşga /Abuşka, Aga, Agalık, Ahtık, Anda, Apa, Ata, Atalık, Buga, Ced, Cüft, Çavluk, Çıgan, Çiçe, Dada, Ebüke /Öbüke /Abu, Ekeci / Ekci, Ekke / Eke, Elencik, Güyev, Hal, İçe, İgeç, İni, Karındaş, Kavluk, Kayaş, Kayın, Kelale, Kız kardaş, Kökelteş, Küreken, Oguş /Uguş, Ocağ, Opa, Ögey, Öz, Siñil, Soy, Tagay, Toggan, Togganlık, Töre, Uruk, Uruk kayaş, Yârî, Yiñe, Yigen, Yizne, Yükcürcü, Yigen.

Her iki sözlükte (Fethali Kaçar ve Abuşka Lugatı) tanıklanan akrabalık adları: *Abaga:* amca. FKÇTS (3/154), AL (1), *Atalık:* atalık, babalık. FKÇTS (163/175), (AL 4), *Ekeci / Ekci:* büyük kız kardeş, abla. FKÇTS (609 /235), AL (22), *İgec / İgeci* (Moğ.): büyük kız kardeş, abla. FKÇTS (1483/1339); FKÇTS (1483/1617), AL (1970: 67); *Kökelteş* (Moğ.+T.): süt kardeş. (FKÇTS 1531/6332), AL (1970: 361); *Toggan:* ikiz kardeş; akraba. FKÇTS (3219/614), AL (208), *Uruk /Urug:* Sülale, soy sop, akraba. FKÇTS (1662/558, 853), FÇTS (81/288)'de uruk “torun; çocuklar.” anlamındadır. *Yiñe:* yenge. FKÇTS (1703/7966), DLT (2020: 610/503-966)'de yenge “ağabeyin zevcesi, yenge.” anlamındadır.

Her üç sözlükte tanıklanan akrabalık adları: *Abuşga / Avuşga / Abuşga:* Koca, kadının eşi. (FKÇTS 532/ 222), (FÇTS 97/104), (AL 1), *İni:* Küçük erkek kardeş, kardeşin oğlu. (FKÇTS 1757 /398), FÇTS (74/98), AL(78). DLT'de (2014: 59/45-666) de tanıklanmıştır.

Dört sözlükte tanıklanan akrabalık adları: *Siñil / Siñli:* küçük kız kardeş. (FKÇTS 1592/4871, 4968), DLT (230/200-825), AL (1970: 282), FÇTS (389/286). *Tagay / tagayı:* dayı, annenin erkek kardeşi. FKÇTS (1611/2925, 5117), DLT (550/450-847), AL (1970: 298), FÇTS (416/287), *Uruk kayaş:* sülale, soy sop, akraba. FKÇTS (1662/949)'de ve AL (1970: 94)'de uruk kayaş “hısım, kavim.” anlamındadır. DLT (44/30-923)'de urug tarıg “akrabalar” anlamında kullanılır.

Fethali Kaçar Sözlüğünde hem akrabalık adı hem de farklı anlamda kullanılan, Abuşka Lugatında tanıklanmayan akrabalık adı:

Akraba adlarında, Fethâli Kaçar Sözlüğünde (541/223) *Ata* “ata, baba.”, DLT’de (2014: 27/12-562) de *Ata* “ata, baba.” anlamındadır. FÇTS’de *Ata* “zahit, ibadete düşkün.” anlamındadır. Fethâli Kaçar Sözlüğünde bu anlamı da vardır.

Akraba adlarından, *evlilik yoluyla birçok akraba* adına rastlanmıştır: *Abuşga / Avuşga / Abuşka*: koca, kadının eşi. *Anda (Moğ.)*: (sevgi için) kardeş, amca ve dayı gibi sözcüklerin yerine kullanılır. *Ced (Ar.)*: Dede, *Cüft (Far.)*: eş, karı. *Günev*: damat, güvey, güveyi; *Kavluk*: Dördüncü kuşak denilen torunun çocuğu. *Kayın*: hanımın erkek kardeşi, kayın. *Küreken (Moğ.)*: damat, güveyi; *Oguş / uguş*: torunlar, soy, nesil; *Yārī (Far.)*: elti; *Yiñe*: yenge, *Yizne*: kız kardeşin veya küçük kız kardeşin kocası, enişte; *Yükürçi*: karının küçük erkek kardeşi.

Diğerleri *kan bağı yoluyla oluşan* akraba adlarıdır: *Abaga (Moğ.)*: amca, *Abusun (Moğ.)*: kız kardeş. *Ağa*: ağabey, amca, *Ağalık*: kardeşlik, *Ahtık*: torun, *Apa / İçe*: büyük kız kardeş, abla, *Ata*: ata, baba. *Çavluk*: torun; torun çocuğu, *Çıgan*: teyzenin çocuğu; *Çiçe*: hala; büyük kız kardeş; abla; anneanne, *Dada*: ata. *Elencik (Moğ.)*: üçüncü cet, *Ebüke / Öbüke / Abu*: cet, büyük baba, *Ekeci / Ekci*: büyük kız kardeş, abla; *Ekke / Eke*: büyük kardeş, ağabey, hala; *Hāl (Ar.)*: dayı; *İgec / İgeci (Moğ.)*: büyük kız kardeş, abla; *İni*: küçük erkek kardeş; *Karındaş*: kardeş; *Kelâle*: amcaoğlu gibi uzak akraba; *Kız kardaş / Opa / Siñil / Siñli*: küçük kız kardeş; *Tagay / tagayı*: dayı; *Toggan*: ikiz kardeş; akraba, yigen: yeğen. Çalışmada yer adlarından otuz beş (35) tanesi Farsça, on (10) tanesi Arapça, iki (2) yer adı Moğolca, yaklaşık altmış dokuz (69) yer adının Türkçe olduğunu söyleyebiliriz. Akrabalık adlarından altı (6) tanesi Moğolca (*Abaga, Abusun, Anda, Elencik, İgeci, Küreken*), bir (1) tanesi Moğolca + Türkçe (*Kökelteş*), iki (2) tanesi Arapça (*Hāl, Ced*), iki (2) tanesi Farsça (*Yārī, Cüft*), kırk üç (43) tanesi Türkçedir.

Tarihî dönemlere ait sözlüklerde yapılacak tematik tasnif çalışmaları ilgili döneme ait hem sosyal, kültürel yapıyı hem de toplumun kavramlar dünyasını, dünya görüşünü ortaya koyacaktır. Ayrıca sözlükler üzerinde yapılacak anlam çalışmalarının, eserlerin ihtiva ettiği söz varlığının tarihî dönemlerde yaşadığı anlam olayları ile farklı ve sayısız anlamlar yüklendiğinin tespitinde önemli bir yeri vardır.

Kısaltmalar

Eser Kısaltmaları

AL	Abuşka Lugâtı
DLT	Dîvânu Lugâti't-Türk
OTAL	Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lûgat
FKÇTS	Fethali Kaçar'ın Çağatay Türkçesi Sözlüğü
FÇTS	Ferağî'nin Çağatay Türkçesi Sözlüğü
MLO	Müntahabât-ı Lügât-ı Osmâniyye
MTS	Moğolca Türkçe Sözlük

Diğer Kısaltmalar

Ar.	Arapça
Çev.	Çeviren
Far.	Farsça
hük.	hüküm sürdüğü tarih
İnc.	İnceleyici
Moğ.	Moğolca
Rum. Tr.	Rumeli Türkçesi
T.	Türkçe
3. Böl.	Üçüncü Bölüm

Kaynakça

- Atalay, B. (1970). *Abuşka lûgatı*. Akyıldız Matbaası.
- Atalay, B. (1999). *Dîvânu lugâti't- Türk dizini "endeks", cilt IV*. TDK Yayınları.
- Aksan, D. (2009). *Her yönüyle dil-ana çizgileriyle dilbilim*. TDK Yayınları.
- Aydın, E. (2016). *Eski Türk yer adları*. Bilge-Kültür-Sanat Yayınları.
- Clauson, S.G. (1972). *An etymological dictionary of pre-thirteenth- century Turkish*. - Oxford.
- Courteille, P. (1870). *Dictionnaire turk-oriental*. Paris.
- Devellioğlu, F. (2016). *Osmanlıca -Türkçe ansiklopedik lûgat*. Aydın Kitabevi.
- Eckmann, J. (1988). *Çağatayca el kitabı*. (G. Karaağaç, Çev.). İstanbul Üniv. Edebiyat Fak. Yayınları. (Orijinali 1966'da yayımlanmıştır.)
- Eren, H. (1989). *Yer adlarımızın dili*. TDAY Belleten 1965, 155-165.
- Ercilasun, A. B, Akkoyunlu, Z. (2020). *Kâşgarlı Mahmud-Dîvânu lugâti't-Türk (Giriş-metin-çeviri notlar-dizin)*. TDK Yayınları.
- Gökbel, A. (2000). *Kıpçak Türkleri*. Ötüken Yayınları.
- Gülensoy, T. (1995). Orta Asya'daki Türk yer adlarının Anadolu'daki izleri. *Tarih boyunca Anadolu'da Türk nüfus ve kültür yapısı: tebliğler*, Türk Yurdu Yayınları, 163.
- Güzeldir, M. (2002). *Abuşka lugâti*. (Giriş-metin-indeks) [Doktora Tezi], Atatürk Üniversitesi.
- İzgi, Ö. (1989). *Çin Elçisi Wang yen-te'nin Uygur seyahatnamesi*. Türk Tarih Kurumu.
- Kızıllarslan, E. (2022). *Fethali Kaçar lûgatı'nin tematik ve etimolojik söz varlığı*. [Yüksek Lisans Tezi], Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi.
- Lessing, Ferdinand D. (2017). *Moğolca-Türkçe sözlük*. (G. Karaağaç, Çev.). TDK Yayınları. (Orijinali 1960 yılında yayımlanmıştır.)
- Li, Yong-Söng. (2019). *Türk dillerinde akrabalık adları*. (Tülây Çulha, İnc.). TDK Yayınları. (Orijinali 22 Şubat 1993 tarihinde [Yüksek Lisans Tezi], Hacettepe Üniversitesi, ilk kitap yayın: 1999)
- Mahmud, K. (1992). *Dîvânu lugâti't-Türk*. (B. Atalay, Çev.). TDK Yayınları.
- Mütercim Âsım Efendi. (2009). *Burhân-ı katı*. (M. Öztürk, D. Örs, Haz.). TDK Yayınları. (Orijinali 1652'de yayımlanmıştır.)
- Rahimi, F. (2019). *Fethali Kaçar'ın çağatay Türkçesi sözlüğü*. Akçağ Yayınları.
- Rahimi, F. (2021). *Ferağî'nin çağatay Türkçesi sözlüğü*. TDK Yayınları.
- Redhouse, James. W. (2016). *Müntahabât-ı lûgât-ı osmâniyye*. (R. Toparlı, B., Eyövge Yılmaz, Y. Yılmaz, Haz.). TDK Yayınları. (Orijinali 1852/1853'de yayımlanmıştır.)
- Şirin, H. (2016). *Eski Türk yazıtları söz varlığı incelemesi*. TDK Yayınları.

Etik kurul onayı

Çalışma anket ya da ölçek uygulamayı gerektiren, görüşme ve gözlem içeren; doküman, resim, anket vb. diğerleri tarafından geliştirilen ve kullanım izni gerektiren çalışmalar ya da klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalardan olmaması sebebi ile bu araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Sosyal bilgiler öğretiminde planlı bir müze gezisi için örnek uygulama:

Balıkesir Kuvayı Milliye Müzesi*

A sample application for planned museum tour in social studies teaching.:

Balıkesir Kuvayı Milliye Museum

Gönderim Tarihi / Received: 31.08.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 31.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1169304](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1169304)

Ahmet ÇOPUR¹

Hakan ÖNAL^{2}**

ÖZ: Müzelerin eğitim amaçlı kullanılması odaklı çalışmanın temel amacı, sosyal bilgiler dersi kapsamında, örnek bir müze gezisi gerçekleştirmektir. Ek olarak araştırma, müze gezisi planının hazırlanması, uygulanması ve gezilen müze ile ilgili genel bir değerlendirme yapmayı da içermektedir. Bu amaçla yola çıkılan araştırma durum çalışması yöntemi ile yürütülmüştür. Araştırmanın katılımcıları ise sosyal bilgiler öğretmen adayı olan 55 kişiden oluşmaktadır. Veriler, araştırmacılar tarafından hazırlanan yazılı yansıtma formu aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; katılımcıların yarısından fazlası, çok az müze deneyimi yaşadığı tespit edilmiştir. Ayrıca müze ziyaretinin katılımcılarda merak, duyu yoğunluğu ve mutlu olma gibi olumlu izlenim uyandırdığı ve objelerle doğrudan etkileşim kurma, bilgi edinme, hayal gücünü hareket geçirme, kültürel ve tarihi değerlerin farkına varma gibi kazanımlar edinmelerine olanak sağladığı ile Kuvayı Milliye Müzesi'nin fiziki kapasite açısından iyileştirmesi gerektiği gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Bu bulgulara bağlı olarak; müze gezilerinde resmi izin alma sürecinin kolaylaştırılması, yönetici, öğretmen ve veli arasında sorumluluk paylaşımı yapılması, müzeleri ilgi odağı haline getirecek her yaş grubuna yönelik ilgi çekici, eser odaklı ve örtük öğrenme ilkelerine uygun eğitim aktivitelerinin yer aldığı zenginleştirilmiş uygulamalar geliştirilmesi, müzenin ihtiyaca cevap verecek nitelikte bir binaya kavuşturulması ve tematik olarak düzenlenmesi ve gezi yapılacak grubun özellikleri, müzenin özellikleri ve hedeflenen kazanımlar net olarak ortaya konularak esnek bir planlama yapılması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gezi planı, Müze, Müzede eğitim, Okul dışı öğrenme ortamı, Sosyal bilgiler

ABSTRACT: The main purpose of this study, which focuses on the use of museums for educational purposes, is to carry out an exemplary museum tour within the scope of social studies course. In addition, the research includes the preparation and implementation of the museum tour plan and making a general evaluation about the museum visited. For this purpose, the research was carried out with the case study method. The participants of the study consisted of 55 social studies teacher candidates. Based on the findings obtained from the research; More than half of the participants stated that they had little museum experience. In addition, in the study, it was found that the museum visit created positive impressions such as curiosity, emotional intensity and happiness in the participants and during the museum visit, the participants; It has been concluded that it enables them to gain gains such as interacting directly with objects, acquiring knowledge, activating the power of thought (imagination), being aware of cultural and historical values, and that the Kuvayı Milliye Museum should improve in terms of physical capacity. Based on these results; facilitating the process of obtaining official permission for museum tours, sharing responsibilities between the school administration, teachers and parents, developing enriched applications that include interesting and work-oriented educational activities for all age groups that will make museums the centre of attention, providing the museum with a building that will meet the needs, and It has been suggested to make a flexible planning by clearly laying out the characteristics of the group to be visited, the characteristics of the museum and the targeted achievements, with thematic arrangement.

Keywords: Museum, Museum trip, Museum education, Outdoor learning, Social studies

* USBES 2021 sempozyumunda sunulan "Sosyal bilgiler öğretiminde örnek bir müze gezisi planı" adlı bildirden üretilmiştir.

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi/Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi/Sosyal Bilgiler Eğitimi, ahmetcopur@balikesir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3837-7260>

² Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi/Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi/Sosyal Bilgiler Eğitimi, onal@balikesir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8434-9880>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Instead of taking students to outdoor learning environments or encouraging them to go on their own, trying to meet these needs with virtual trips or visuals used in the classroom is a modern teaching method. However, trying to present real-life experiences with visuals in the classroom is criticized on the grounds that it does not increase students' skill levels (Coşkun Keskin & Kaplan, 2012; Artvinli, 2010; Dilli, 2017; Önal, 2021; (Artvinli, Aydın, & Tezci, 2019; Dilli, Bapoğlu Dümenci, and Turgut Kesebir, 2018; Çopur and Önal, 2021).

Especially for the pre-qualification of teachers in the use of museums and archaeological sites, this issue should be given importance in their courses in education faculties. Because the subject that can carry teaching outside the classroom and that learning can take place not only within the walls of the school but also in different places has become frequently emphasized in the suggestions section of academic studies (Adıgüzel & Öztürk, 1999; Garipağaoğlu, 2001; Kızılcıoğlu, 2003; Çetin, Kuş, & Karatekin, 2010; Akbulut and Artvinli, 2011; Gök and Girgin, 2011; Özgen, 2011; Coşkun Keskin and Kaplan, 2012; Meydan and Akkuş, 2014; Bülbül, 2016; Çiftçi and Dikmenli, 2016; Dilli, 2017; Dilli, Bapoğlu Dümenci, and Kesebir, 2018; Demirel, 2019; Karadeniz Akdoğan, Durmaz, Kimzan, and Acer, 2019; Kuruoğlu Maccario, 2002; Özrili, 2019).

Methodology

This study was conducted using the case study method (Creswell and Poth, 2018). In case study, which is one of the qualitative research methods, the factors related to a situation (environment, individuals, events, processes, etc.) are examined with a holistic approach, focusing on how they affect the relevant situation and how they are affected by the relevant situations (Yıldırım and Şimşek, 2008). This study is a case study as it is aimed to plan and organize a museum tour and to reveal the effect of the organized tour on students in depth. Balıkesir Kuvayi Milliye Museum was chosen as the case in the study. The processes before, during and after the museum visit were handled holistically in the context of museum and social studies teacher candidates.

The research was conducted with 55 pre-service teachers. As it provides the opportunity to obtain in-depth data on the research topic (Patton, 2014) and allows the determination of participants who are willing and suitable for the study (Creswell, 2012), the participants were determined by convenience sampling, one of the purposive sampling techniques (Patton, 2014). The data of the research were collected through the written reflection form (Annex-1). The form was developed by researchers using the literature. Participants answered the questions via Google Form.

By applying content analysis, the obtained data were first classified to form meaningful sections in themselves, and then codes were formed by bringing together those that were meaningfully related. After the coding process was completed, sub-themes were created from the codes and finally the themes surrounding the sub-themes were created (Patton, 2014).

To ensure the reliability of the study; During the coding process, it is recommended to constantly compare the data, review the analyzed data at different times, and cross-check it by a different researcher (Gibbs, 2007). In this direction, continuous comparison and recheck of the data were made to ensure the reliability of the qualitative data. In addition, cross-checking of the analyzed data was made by another field expert researcher. The field expert was asked to code a certain part (25%) of the data. The percentage of agreement between codes and categories resulting from this coding was calculated as 80% (Miles and Huberman, 2016).

Findings and discussion

Analysis of research data; Seven themes were obtained within the scope of curiosity, taste, observation, attitude, thoughts and approaches. The first of these themes is "experience". In this theme, participants experience museums; 1-3 times (36%), 4-6 times (30%), 7-9 times (18%) and 10 times or more (14%). It is noteworthy that the participants had very few museum experiences.

The second theme is “expectation and motivation”. An important part of the participants in this theme, their expectations about the museum; They expressed it as "a small museum reflecting the history and culture of Balıkesir" or "a thematic museum exhibiting items belonging to the Kuvayı Milliye period (1918-1921)". The previous experiences of the participants may have caused them to form expectations in this direction.

In the third rank of “curiosity” theme, a significant part of the participants stated that they were curious about the living conditions of the period when the artifacts were produced, the techniques of making these items and how they were preserved. The participants' curiosity about these issues may have been caused by the mystery of the manuscripts whose meanings are unknown and the difficulty of maintenance and repair due to the importance of the works.

In the "observation" theme, 58% of the participants stated that they observed that their friends were curious during the museum tour. The fact that the participants' observations are mostly positive may be related to the interestingness of the works in the museum and the influence of the museum guide. As reflected in the statements of the participants, the negative observations can be explained by the fact that the museum is not large and therefore the density of the participants is high.

The theme of “Attitude” is another of the themes obtained as a result of the analysis of the data. 30% of the participants stated that they were satisfied with the museum's hosting of valuable artifacts. The last theme obtained is “sustainability”. 40% of the participants stated that they would visit the museum again to examine it in more detail.

Results and recommendations

The vast majority of the participants had very few museum experiences. More than half of the participants expressed their expectations about the museum as a small museum limited to the Kuvayı Milliye period and on the scale of Balıkesir. However, the museum is also an archaeology museum. Evaluating the museum visit within the framework of its contribution to learning, the participants expressed their impressions of the museum; positively, such as curious, emotional and happy. It can be stated that such museum visits, which emphasize the sense of curiosity, facilitate new learning. For this reason, the use of outdoor learning environments in lessons is also very valuable in terms of social sciences.

During the museum visit of the participants, it is noteworthy that they express that they have gained gains such as interacting directly with objects, acquiring knowledge, using thought and imagination, and being aware of cultural and historical values. In this context, in order to create the expected effect, it is important that the museum's atmosphere and exhibition areas are interesting in terms of architecture and aesthetics, as well as containing valuable works.

In line with the results obtained from the research; First of all, the process of obtaining official permission for museum tours should be clearly explained, considering that the majority of the participants had little museum experience for a pre-service teacher. Secondly, the participants stated that they did not visit the Balıkesir Kuvayı Milliye Museum despite living in Balıkesir for a long time. For this reason, it is necessary to develop enriched applications that include interesting and work-oriented educational activities for all age groups that will make museums the centre of attention, to carry out promotional activities and to determine a slogan, which is a modern approach for museum promotion.

Finally, the results of the research revealed the necessity of good planning for an efficient museum tour. Because an effective learning will take place in the museum with a museum visit made within the plan and program; In planning, it is recommended to make a flexible planning by clearly revealing the characteristics of the group to be visited, the characteristics of the museum and the targeted achievements.

Giriş

Eğitim ve öğretim süreçlerinin en önemli parçası belki de yöntemdir. Yapılmak istenilen öğrenmenin nasıl yapılacağına, sürecin nasıl işletileceğine ve öğrenmenin kalıcılığına yönelik yapılan sistemli bir planlama (Demirel ve Ün, 1987:190) olarak da tanımlanan yöntemin belirlenmesinde hedef kitlenin öğrenme ihtiyaçları ve merakları da doğrudan ilgilidir (Önal, 2021: 247). Dolayısıyla öğretimde kullanılan yöntemler belirlenirken hedef kitleyi dikkate almak ve yakın çevreden başlayarak onların öncelikli öğrenme ihtiyaçlarını belirlemek gerekir. Burada dikkat edilmesi gereken hususlardan birisi de öğrencilere yeni deneyimler sunmaktır. Sınıf içerisinde uygulanan çeşitli yöntemlerle öğrencilere sunulmaya çalışılan deneyimler, sınıf/okul dışı öğrenme ortamları ile zenginleştirilerek farklı deneyimlerin kazanılmasına da yardımcı olacaktır.

Sanal yaşamın, sosyal yaşama karşı git gide baskın hale gelmesi, öğrenme ortamlarının da sanallaşmasına neden olabilmektedir. Öğrencileri okul dışı öğrenme ortamlarına götürmek veya kendilerinin gitmelerini teşvik etmek yerine sanal gezilerle veya sınıfta kullanılan görsellerle bu ihtiyaçlarını gidermeye çalışmak da farklı bir yöntemdir. Bununla birlikte gerçek hayat deneyimlerini sınıf içinde görsellerle sunmaya çalışmak, öğrencilerin beceri düzeylerini artırmadığı gerekçesi ile eleştirilmektedir (Artvinli, 2010; Coşkun Keskin ve Kaplan, 2012; Dilli, 2017; Önal, 2021; Artvinli, Aydın ve Tezci, 2019; Çopur ve Önal, 2021). Öğrencilerin becerilerini geliştirmek veya yeni beceriler kazandırmak için okulun dışına çıkıp, yeni deneyimler yoluyla öğrencilerin öğrenme isteklerinin artırılması bu süreçte öğrenmeye yardımcı olabilecek en önemli etkenlerden biri olabilecektir. Bu gibi durumlarda başvurulması gereken ilk yerlerden birisi olan müzeler, öğrencilerin duygu ve düşüncelerini farklı şekillerde geliştirmeye yardımcı olduğundan öğretmene de öğrenciye de gelişme olanağı sunar (Şimşek, 2011: 2).

Müze ve ören yerlerindeki eğitimlerde, objelerin doğal haliyle veya kendi yerlerinde görülmesinin yanında, derinlemesine gözlem yapılması, ona dokunulabilecek kadar yaklaşılması hatta kokusunun bile duyulabilmesi gibi deneyimlerle birçok öğrenme ortamından daha etkili olabilmektedir. Tüm bilimlerde olduğu gibi sosyal bilimlerde de öğrencide bir merak veya öğrenme isteği oluşturulması öğrenmenin en önemli aşamasını oluşturmaktadır. Sanal mekân veya görseller yerine objenin/mekânın gerçek halini veya kendi tarihine ait özelliğini gözlemlemek, onun hakkında yorumlar yapmak, öğrencilerde bilişsel alanın da gelişimine katkı sağlayacaktır (Önal, 2021: 248). Bu nedenle okul dışı öğrenme ortamlarının derslerde kullanımı sosyal bilimler açısından da oldukça değerlidir.

Literatür taraması

“Sanat ve bilim eserlerinin veya sanat ve bilime yarayan nesnelere saklandığı, halka gösterilmek için sergilendiği yer veya yapı” (Türk Dil Kurumu, 2022) olarak tanımlanan müze terimi, Fransızca musée sözcüğünden üretilmiştir. Fransızca’daki bu sözcük ise eski Yunanca mouseion μουσειον "Mousa'lar tapınağı, Mousa'lara adanmış yer" sözcüğünden alıntıdır. Sözcük, Eski Yunanca Moûsa μουσα "sanat tanrıçası" sözcüğünden ion son ekiyle türetilmiştir (etimolojiturkce.com). Yunan mitolojisi içerisinde, her biri sanatlardan birini himaye eden Zeus ve Mnemosyne'in kızları olan dokuz müz ya da periden söz edilmektedir. Örneğin, Clio, tarihî himaye eder. Bu nedenle "periler mabedi" anlamını da taşımaktadır (Estin ve Laporte, 2013).

Tüm dünyada müze konusunda en yetkili kuruluş olarak kabul gören, Uluslararası Müze Konseyi (ICOM-International Council of Museums) tarafından ilk olarak 1946'da yapılan tanıma göre müze, “halka açık sanatsal, teknik, bilimsel, tarihî, arkeolojik materyallerin bütün koleksiyonlarını içeren, hayvanat ve botanik bahçeleri de sergi odaları olduğu durumda kütüphaneleri de içine alan” şekilde tanımlanmıştır. Aradan geçen zamanda müze tanımı defalarca değiştirilmiş olsa da 24 Ağustos 2007 tarihinde Viyana'da yapılan 22. Genel Kurulda kabul edilen ICOM Tüzüğü'ne göre müze; “İnsanlığın ve çevresinin somut ve somut olmayan mirasını eğitim, çalışma ve eğlence amacıyla edinen, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen, topluma ve toplumun gelişimine hizmet eden, kâr amacı gütmeyen, halka açık, kalıcı bir kurum” olarak tanımlanmıştır (ICOM, 2021). Uluslararası Müze Konseyi, müzelerin görevini tanımlarken onların; “geçmiş ve gelecek arasında eleştirel bir bakış açısı geliştirilebilecek, demokratik, kapsayıcı ve çok sesli alanlar olmasının yanında, eserleri ve örnekleri toplum için güvende

tutan, gelecek nesiller için çeşitli hatıraları koruyan ve tüm insanların bu mirasa eşit erişimini sağlayan kurumlar” olduğunu da vurgulamaktadır (Önal, 2021: 249).

Müze algısıyla ilgili olarak, hiç müzeye gitmemiş ya da müzeler konusunda çocukluğunda kötü bir deneyimi olanlar için müze imajının, “tozlu raflar, kurumuş ve parçalanmış objeler, didaktik yazılar, ziyaretçilerle herhangi bir iletişim kurmayan bir mekân” gibi 19. ve 20.yüzyılın başlarındaki imajıyla kalmıştır” diye belirtilmektedir (Lord, 2005: 148). Oysa zaman içerisinde hem müze kavramı hem de müzecilik alanında büyük değişimler yaşanmış, ziyaretçilerine sadece gözlem değil, aktivite, eğitim ve deneyimler sunulur hale gelmiştir. Çünkü aradan geçen zaman zarfında hem de işlevinde hem de tanımında değişiklikler olan müzenin tanımındaki en önemli değişim, tanımındaki “somut” ifadesinin yanına “soyut” ve “eğitim” kavramlarının de eklenmesidir. Dolayısıyla geçmiş yaşamın izleri, gelenekler ve insanların düşünceleri bile müzeler vasıtası ile aktarılabilir duruma gelmiştir (Kandemir ve Uçar, 2015: 19). Bu haliyle müzeler artık ziyaretçileri için, sergilenen objelerle ziyaretçiler arasında bağlantı kuran birer iletişim merkezi haline de gelmiştir (Adıgüzel, 2019: 30).

Tam da buradan hareketle günümüz modern müzeleri, insanları kendisine çekebilmek için bir takım slogan veya vaatler içeren ifadeleri ön plana çıkarmaktadır. Bu yeni süreç müzeler için her geçen gün artan sayıda devam ettiğine göre, günümüz müzelerini ziyaret etmenin amacı sadece gezip görmek değil, birtakım eğitimler, aktiviteler veya deneyimler yoluyla müze ziyaretinden bir kişisel hikâye çıkarma amacı da gütmektedir. Bu nedenle müzelerde en çok dikkat edilen hususlardan birisi de ziyaretçinin ilgisi çekip, onu gözlediği obje ile aynı zamana götürecek ve objenin işlevini yerinde ve kendi zamanında görebilecek bir deneyime ulaşturmaktır (Doering, 1999: 83; Önal, 2021: 250, 251). Örneğin The British Museum, sayfasında şu sloganı yayınlamıştır: iki milyon yıllık insanlık tarihini keşfedin ve insanlık tarihinin başlangıcından günümüze kadar dünya çapındaki kültürleri deneyimleyin. Dünyanın en fazla ziyaret edilen müzelerinin başında gelen Louvre Müzesi ise ziyaretçileri kendisine çekmek için macera arayanlara, hayattan sıkılanlara, öğrenmek isteyenlere vs rutinin dışına çıkaracak olan bir slogan üretmiş ve sayfasını açanları “escape with the Louvre” ifadesi ile karşılamayı tercih etmiştir. Burada da ziyaretçilere farklı bir kişisel hikâye deneyimi vaat edilmiştir.

Türkiye’deki müzeler de ziyaretçilerinin ilgisini çekebilmek için benzer slogan ve vaatlerde bulunmaktadır. Bursa Kent müzesi, “müzeye maruz kalmayıp, müzeyi yaşamak” vaadiyle çocuklara yönelik müze eğitimlerini müze içerisinde yapabilecek bir eğitim programı bile yürütmektedir. Troya Müzesi ise “Troya’nın katmanlarına benzersiz bir yolculuk...” sloganı ile ziyaretçilerine tarihe yolculuk deneyimi vaat etmektedir. Arkeoloji müzeleri, tarihi ve kültürel mekanları veya objeleri sergileyen müzeler kadar tarihin kendisinin sergilendiği ve büyük bir kısmı ören yeri olarak adlandırıldığı müzeler de eğitim açısından oldukça değerli mekanlardır. Bunların yanında oyuncak, kâğıt, denizcilik, ormancılık, dokumacılık, ulaştırma, pul ve göç temalı gibi daha spesifik müzeler de eğitim açısından okul dışı öğrenme ortamlarının bir bileşeni olarak düşünülebilecek mekanlardır.

Okul dışı öğrenme ortamları, aslında her dönemde önemli bir eğitim alanı olsa da kökeni belki de Sokrates’e kadar giden öğrenci merkezli yaklaşımların günümüzdeki felsefi ifadelerinden birisi olarak yeniden popüler hale gelmiştir. Sosyal bilimler için okul dışı öğrenme ortamı denilince doğal ve beşerî çevredeki bilginin toplandığı veya orijinal haliyle korunduğu mekanlar hemen akla gelen yerlerdir. Atagök (1994: 74), Eğitimin tanımları içerisinde yer alan bilgiyi aktarma, geliştirme, düşündürme, karşılaştırma ve yaratıcılık gibi ifadelerdeki görevler için ayrı ayrı uğraşlar yerine müzeleri işaret ederek müzelerin, bilgiyi aktaran, nesnelere arasındaki bağları göstererek karşılaştırma becerisi kazandıran, gözlem, mantık ve izleme süreçleri ile de yaratıcı düşünme becerisi kazandıran mekanlar olduğunu söylemiştir.

Ülkemizde uzun yıllar öğrenci, öğretmen ve idareci üçgeninde yapılan birbirinden farklı etkinlikler içerisinde yapılan müze ziyaretlerinin bir plan dahilinde ve amaca yönelik olması adına 2001 yılında başlayan Eğitim Ortamı Olarak Müzeler konulu konferanslar dizisi bir milat olarak kabul edilebilir. Bu süreçten sonra yapılan çalışmalar sayesinde en somut adımlar ise 2019 yılında Millî Eğitim Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı arasında imzalanan iş birliği protokolü ile atılmıştır. Bu protokol ile müzelerin, öğretmenler tarafından eğitim öğretimi ortamı olarak kullanılırken; öğrenciler için de okulda

öğrendiklerini, gerçek objelerin sergilendiği mekanlarda pekiştirerek, beceriye erişmeleri için Öğretmen Yetiştirme ve Geliştirme Genel Müdürlüğüne "Müze Eğitimi Sertifika Programı" başlatılmıştır (Önal, 2021: 252). Bu konudaki eğitimlerin nasıl verilmesi gerektiği konusunda da bir rehber niteliği taşıyan "Müze Eğitimi Öğretmen El Kitabı" ve "Müze Etkinlik Kitabı" yayınlamıştır.

Yıllık planlar yapılırken, öğrencilerin öğrenme ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurmaya zorunda olan öğretmenlerin karar vermesi gereken konulardan birisi de doğal olarak, bu öğrenmenin nerede gerçekleşeceği. Bu nedenle öğretmenlerin okul dışındaki öğrenme ortamları hakkında da bilgisi olmalıdır. Özellikle müze ve ören yerlerinin kullanımı konusunda öğretmenlerin ön yeterlilikleri için eğitim fakültelerindeki derslerinde de bu konuya önem verilmelidir. Zira öğretimi sınıf dışına da taşıyabilen, öğrenmenin sadece okul duvarları arasında değil farklı mekanlarda da gerçekleşebileceği konusu akademik çalışmaların öneriler kısmında sıklıkla vurgulanır hale gelmiştir (Adıgüzel ve Öztürk, 1999; Garipağaoğlu, 2001; Kızılcıoğlu, 2003; Çetin, Kuş, ve Karatekin, 2010; Akbulut ve Artvinli, 2011; Kuruoğlu Maccario, 2002; Gök ve Girgin, 2011; Özgen, 2011; Coşkun Keskin ve Kaplan, 2012; Meydan ve Akkuş, 2014; Bülbül, 2016; Çiftçi ve Dikmenli, 2016; Dilli, 2017; Dilli, Bapoğlu Dümenci, ve Kesebir, 2018; Demirel, 2019; Karadeniz Akdoğan, Durmaz, Kimzan, ve Acer, 2019; Özirli, 2019).

T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu tarafından belirlenen Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda yer alan dikkat edilecek hususlarda: "Sosyal Bilgiler öğretiminde okul dışı ortamlardan da faydalanmaya önem verilmelidir. Bu çalışmalar okulun yakın çevresinden (okul bahçesi gibi) pazaryerine, resmî dairelere, fabrikalara, sergilere, arkeolojik kazı alanlarına, atölyelere, müzelere ve tarihî mekânlara (tarihî yapılar, anıtlar, müze-kentler, savaş alanları, sanal müze gezisi vb.) yönelik olabilir". İfadeleri yer almaktadır (MEB, 2018: 10). Programda yer alan Sosyal Bilgilerin Özel Amaçları başlığı altında ise "Farklı dönem ve mekânlara ait tarihsel kanıtları sorgulayarak insanlar, nesnelere, olaylar ve olgular arasındaki benzerlik ve farklılıkları belirlemeleri, değişim ve sürekliliği algılamaları" ifadesi de yine okul dışı öğrenme ortamlarına atıf yapmaktadır.

Geçmişten günümüze ders kitapları içerisindeki değer aktarma bölümlerinin en önemli bileşenlerinden olan müze ve ören yerleri, günümüz programlarında tavsiyenin de ötesinde bir önerme ile gidilip görülmesi ve öğrencilere farklı deneyimler yaşatılması istenilen modern bir eğitim öğretim ortamı haline gelmiştir. Öğrencilerin bu mekanları kullanarak öğrenme ihtiyaçlarını gidermelerinin yolu da onları bu mekanlara götüreceği/yönlendirecek öğretmenlerin olmasıdır. Dolayısıyla okul dışı öğrenme ortamları konusu ele alınırken her halükârda öğretmen eğitimi ön plana çıkmaktadır. Bu konuda Işık, (2006: 304), Müzeler ve Tarihi Yerler Yoluyla Öğretim başlıklı çalışmada, çalışmaya katılan öğretmenlerin büyük çoğunluğunun, daha önce müzeler ve tarihi mekanları öğretim aracı olarak kullanmadıklarını tespit etmiştir. Bu öğretmenler, araştırma sırasında aldıkları eğitim sayesinde okul dışı öğrenme ortamlarından olan müzeler ve tarihi mekanları, öğrenme ortamı olarak kullanacaklarını belirtmişlerdir. Buradan da anlaşılacağı üzere, öğretmen eğitiminde okul dışı öğrenme ortamlarının iyi işlenmesi gerekmektedir. Bunun en kolay yolu da öğretmenleri işin mutfağında yani eğitim fakültelerinde, henüz öğretmen adayı iken başta müze ve ören yerleri ile yaşanan mekânın içerisinde veya yakın çevresinde eğitim için kullanılabilir alanların belirlenmesi ve bunların öğrenme ortamı olarak kullanılmasında bilgi ve beceri sahibi yapmaktan geçer. Bu bağlamda çalışmada; Eğitim amaçlı bir müze gezisi nasıl planlanmalıdır? ve sosyal bilgiler öğretmen adaylarının Balıkesir Kuvayı Milliye Müzesi gezisine yönelik izlenimleri nasıldır? sorularına cevap aranmıştır.

Yöntem

Araştırma deseni

Araştırma, sosyal bilgiler dersleri için müze gezisi planının hazırlanması, uygulanması, değerlendirilmesi ve öğretmen adaylarının müze deneyimlerini bütüncül bir yaklaşımla incelemek amacıyla olduğundan, çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden olan durum çalışması ile tasarlanmıştır. Durum çalışmaları "araştırmacının, bir durumu veya durumları belli bir sürede, birden fazla bilgi kaynağını da içerecek şekilde, derinlemesine veri toplanan bir yaklaşımdır" (Creswell ve Poth, 2018: 96). Başka bir anlatımla, bir duruma ilişkin etkenler (ortam, bireyler, olaylar, süreçler vb.) bütüncül bir yaklaşımla irdelenir ve sonuçta bu etkenlerin, ilgili durumları nasıl etkiledikleri ve bu durumlardan nasıl etkilendikleri üzerinde durulur (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 289). Yapılan çalışmada da bir müze

gezinin planlanması, düzenlenmesi ve düzenlenen gezinin öğrenciler üzerindeki etkisinin derinlemesine ortaya konulması amaçlandığından çalışmanın durum çalışmasına uygun düştüğü söylenebilir. Bu doğrultuda çalışmada durum olarak Balıkesir Kuvayı Milliye müzesi seçilmiş ve müze ziyareti öncesi, sırası ve sonrasındaki süreçler müze ve öğretmen adayları bağlamında bütüncül olarak ele alınmıştır.

Evren örneklem/çalışma grubu

Araştırma 55 öğretmen adayıyla yürütülmüştür. Katılımcılar, amaçlı örnekleme tekniklerinden birisi olan uygun durum örnekleme (convenience sampling) ile belirlenmiştir (Patton, 2014: 236). Amaçlı örnekleme, araştırmaya konu olan durum hakkında veri elde etme olanağı sunmasına ek olarak (Patton, 2014), çalışmaya gönüllü ve uygun şartları taşıyan katılımcıların belirlenmesine imkân sunduğundan (Creswell J. , 2012) tercih edilmiştir.

Veri toplama araçları

Araştırmanın verileri yazılı yansıtma formu (Ek-1) aracılığıyla toplanmıştır. Form literatürden (Müze çalışma kâğıdı, 2022) yararlanılarak araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Geliştirme aşamasında dil ve içerik açılarından uzman görüşü alınmıştır. Bu bağlamda çalışma dil açısından bir Türkçe eğitimcisi, içerik açısından iki sosyal bilgiler eğitimi uzmanı tarafından incelenmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda formda çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Örneğin; müze gezisinin yansıtıcı değerlendirmesinin yapılmasını sağlamak adına forma “ne umdum ne buldum” maddesi eklenmiştir. Ayrıca katılımcıların müze ziyareti ile ilgili deneyimlerini belirlemek adına “şu ana kadar kaç defa müze ziyaretinde bulundunuz?” maddesi eklenmiştir. Ek olarak gramer açıdan sorunlu ifadeler de düzeltilmiştir. Nihayetinde 18 maddenin yer aldığı bir form elde edilmiştir. Son hali verilen form, etik kurul onayı (Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Komisyonu 18.01.2022 tarih ve 2022/01 sayılı toplantısı) alındıktan sonra Google Form aracılığıyla uygulanmıştır.

Verilerin analizi

Araştırma kapsamında toplanan veriler içerik analizi yoluyla, kendi içinde anlamlı bölümler oluşturacak şekilde sınıflandırılmış ve anlamca ilişkili olanlar bir araya getirilerek kodlar oluşturulmuştur. Oluşturulan kodlar, araştırmacılar dışında bir uzman tarafından da incelenmiştir. Son hali verilen kodlardan, alt temalar oluşturulmuş ve son olarak da alt temaları kuşatan temalar oluşturulmuştur (Patton, 2014).

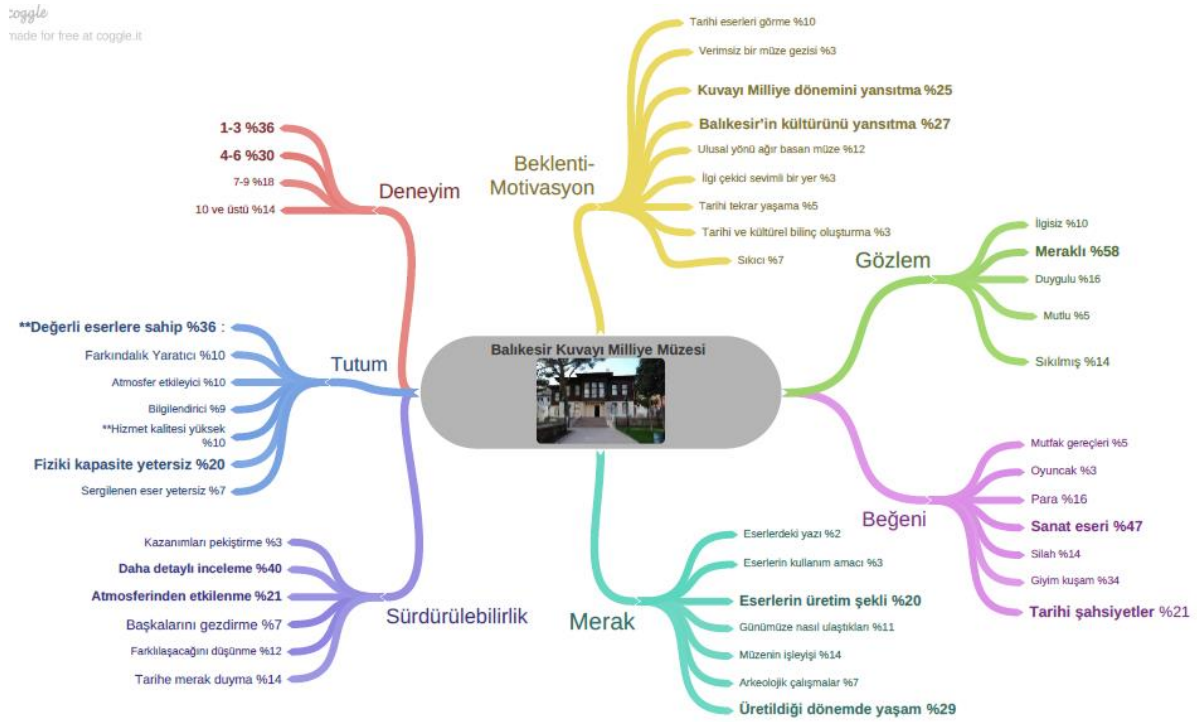
Geçerlik ve güvenilirlik önlemleri

Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmanın tutarlılığını göstermek ve güvenilirliğini sağlamak için; kodlama aşamasında verilerin birden fazla karşılaştırılması, analiz edilen verilerin aralıklı olarak tekrar gözden geçirilmesi ve başka bir uzman ya da araştırmacının çapraz kontrolünden geçirilmesi tavsiye edilmektedir (Gibbs, 2007: 36). Bu doğrultuda, sürekli karşılaştırma ve tekrarlı kontroller yapılarak, verilerin güvenilirliği sağlanmaya çalışılırken, başka bir uzman tarafından da analiz edilen verilerin çapraz kontrolü yapılmıştır. Verilerin çapraz kontrolünü yapan alan uzmanından, verilerden yaklaşık %25’lik bir kısmının kodlanması istenilmiş, oluşturulan kodların ve kategorilerin uyuma yüzdesi ise %80 çıkmıştır.

Bulgular ve tartışma

Araştırma verilerinin analizinde kullanılan içerik analizi yöntemi sonucunda; beklenti, merak, beğeni, gözlem, tutum, düşünce ve sürdürülebilirlik olmak üzere yedi ana tema üretilmiştir. Devam eden kısımda bu temalar kodlarla birlikte verilerle (Şekil 1) açıklanmıştır.

Şekil 1: Müze çalışma kağıdından elde edilen veriler



Şekil 1’de yer alan bulgular incelendiğinde çalışma kağıdından elde edilen verilerin yedi temada toplandığı görülmektedir. Bu temalardan ilki “deneyim” temasıdır. Bu temayı oluşturan kodlarda katılımcılar müze deneyimlerini; 1-3 kez (%36), 4-6 kez (%30), 7-9 kez (%18) ve 10 kez ve üstü (%14) olarak ifade etmişlerdir. Dört yıllık bir fakültenin son sınıfına gelmiş katılımcılardan %36’sının 1-3 defa gibi oldukça az sayılabilecek müze deneyimi yaşamış olması dikkate değer bir durumdur. Buna bir de 4-6 defa müze deneyimi yaşayanlar eklendiğinde katılımcıların %66’sı altı ve daha az sayıda müze ziyaretinde buldukları gibi bir tablo ortaya çıkmaktadır. Bu durum; müzeler konusunda yeterli bilince sahip olunmaması, ailelerin kültürel seviyesinin istenilen düzeyde olmaması ve müzelerin halka ulaşma konusunda yeterince çaba sarf etmemelerinden kaynaklanabilir.

Elde edilen temalardan ikincisi “beklenti ve motivasyon” temasıdır. Bu temayı meydana getiren kodlarda katılımcıların %27’si müze ile ilgili beklentilerini Balıkesir’in tarihini ve kültürünü yansıtan küçük bir müze şeklinde ifade etmişlerdir. “Balıkesir ile ilgili birçok bilgiyi ve kültürel öğeyi barındıran bir yer olarak düşünmüştüm” diyen K43 ve “Balıkesir’in tarihini ve kültürünü yansıtan bir müze görmeyi bekliyordum” şeklinde açıklayan K55 katılımcıların bu yöndeki beklentilerine tercüman olmuşlardır. Bu temada öne çıkan bir başka görüş (%25) de müze de sergilenen eserlerin Kuvayı Milliye dönemi ile sınırlı olacaktır. Örneğin; “Yalnızca milli mücadele dönemine ait eserlere sahip bir müze olarak düşünüyordum.” diyen K29 ve “Kuvayı milliye zamanında kullanılan belgelerin, silahların, kıyafetlerin ve eşyaların sergilendiği bir yer olarak düşündüm” diyen K26, beklentileri bu doğrultuda olan katılımcıları temsil eden görüşler ortaya koymuşlardır. Bu beklentin kaynağı katılımcıların müzenin adıyla içeriğinin örtüşeceğini ön görmeleri olabilir. Buna karşın katılımcıların %7’si, müze gezisiyle ilgili beklenti ve motivasyonlarının düşük olduğunu belirtmişlerdir. Bu gezi ile ilgili beklentilerini “Sıkıcı, görseleğin çok olmadığı bir yer olacağını tahmin ediyorum.” diyen K45 ve “çok sade olacağını ve verimli olmayacağını düşünüyorum” diyen K22, katılımcıların genel beklentilerinin aksi yönünde görüş beyan eden katılımcılar olmuştur. Katılımcıların önceki deneyimleri bu yönde beklenti oluşturmalarına neden olmuş olabilir.

Verilerin analizi sonucu elde edilen temalardan bir diğeri de “merak” temasıdır. Bu temayı oluşturan kodlar incelendiğinde katılımcıların %29’u müzeyi gezerken eserlerin üretildiği dönemde yaşam koşullarını merak ettiklerini ifade etmişlerdir. “Acaba bunları nasıl yaptılar, nerede nasıl kullandılar,

işlerini bunlarla tam olarak halledebildiler mi? gibi sorular oluştu.” diyen K14 ve “O dönemlerde dönen ticaretler nasıldı? ...O dönemlerde yaşasaydım neler hissederdim?” şeklinde açıklayan K54, katılımcıların merak ettiği konuları örneklendirmişlerdir. Bu temada öne çıkan bir başka soru (%20) dönemin koşullarında eserlerin üretiminin nasıl mümkün olduğudur. Örneğin; “insanların o zamanın teknolojisiyle taş üzerindeki işlemleri nasıl bu kadar güzel yapabildikleri, o zamanki paraları nasıl kullandıkları gibi sorular oluştu.” diyen K17 ve “o dönemdeki insanlar bu seviyede zekâ ve işçilik gerektiren eserleri nasıl yapabilmişler?” diyen K19 katılımcıların önemli bir kısmının merak ettiği konulara işaret etmişlerdir. Bu konuların merak edilmesi eserlerin çağının ötesinde sanatsal değere sahip olması ve buldukları dönemin yaşam koşullarına ışık tutmaları ile ilişkilendirilebilir. Katılımcıların en az merak ettikleri konular ise müzenin işleyişi (%2) ve eserlerdeki yazıların ne anlam geldiği (%2). Bu gezi ile ilgili beklentilerini “Acaba buradaki eserlerin bakımı ve korunması nasıl yapılıyor?” diyen K41 ve “Eserler üzerine eski yazıların ve bilgilerin ne olduğunu merak ettim” diyen K36, katılımcıların çok azının merak ettiği konuları ön plana çıkarmışlardır. Katılımcıların bu konuları merak etmeleri, anlamı bilinmeyen yazıların barındırdığı gizemden ve eserlerin öneminden dolayı bakım ve onarımının zorluğundan kaynaklanmış olabilir.

“Beğeni” teması, verilerin analizi sonucu elde edilen temalardan bir diğeridir. Bu temada yer alan “sanat eserleri/tarihi eserler” katılımcıların yaklaşık yarısının (%47) müze deneyimi sırasında en çok dikkatlerini çeken ve beğenilerini kazanan kod olmuştur. Bu konuda K41 beğenisini “Başı olmayan kadın heykeli çok etkileyici çünkü o zaman da bu kadar güzel ve ayrıntılı heykel yapılacağını tahmin edemezdim. Sanki eski çağlarda heykel sanatı günümüzden daha ileriymiş fikri uyandı bende” sözleriyle ifade ederken; K32 düşüncelerini “Minyatür insan heykelcikleri etkiledi çünkü o zamanlarda o şartlarda bu kadar detaylı işçilikle heykel yapımı çok zordu” şeklinde ifade ederek katılımcıların önemli bir kısmının beğenisini dile getirmişlerdir. “Giyim kuşam” katılımcıların beğenisini önemli ölçüde (%34) kazanan bir başka alt tema olmuştur. “...hamamda yeni nişanlı kızların kendini göstermek için giydikleri yüksek takunyalar çok ilgimi çekti.” diyen K36 ve “kıyafetler yöresel kültürümüzü olduğu gibi yalın halde aktarmış” diyen K11 katılımcıların önemli bir kısmının beğenisini dile getirmişlerdir. Katılımcıların beğenisinin bu alanlara kayması tarihi eserlerin/sanat eserlerinin hayret uyandırıcı bir sanatsal değere sahip olması ve kıyafetlerin kültürel değerleri günümüze taşıyan bir araç olmasıyla ilintili olabilir. Mutfak araç gereçleri (%5) ve oyuncak (%3) katılımcıların en az dikkatlerini çeken ve beğenilerini kazanan alt temalar olmuşlardır. “...malzemesi kemik olan yemek kaşığı gördüğümde geçmişle bugün arasında bir karşılaştırma yaptım. İnsanların doğada var olan nesnelere farklı amaçlarla kullanmış olması dikkatimi çekti.” diyen K40 ve “Kazılardan bulunan eşyalar, kıyafetler, oyuncaklar beni etkiledi” diyen K18, katılımcıların çok azının beğenisini kazanan alanlara dikkat çekmişlerdir. Mutfak araç gereçleri ve oyuncakların katılımcıların dikkatini yeterince çekmemeleri bu alanda sergilenen eserlerin sayıca az olmasından kaynaklanabilir.

Elde edilen bir başka tema olan “gözlem” temasını oluşturan kodlar incelendiğinde. Katılımcıların %58’i, müze gezisi esnasında arkadaşlarının meraklı olduğunu gözlemlediklerini ifade etmişlerdir. “Dikkatlice hangi eserin ne olduğunu incelediklerini ve meraklı bir şekilde tüm eserlerle ilgili bilgi sahibi olmaya çalıştıklarını gözlemledim” diyen K28, katılımcıların yarısından fazlasının gözlemlerini kelimelere dökmüştür. Bu temada ortaya çıkan alt temalar incelendiğinde katılımcıların çok büyük çoğunluğu (%76) gözlemlerini meraklı, duygulanmış ve mutlu gibi olumlu olarak ifade ederken; diğer katılımcılar gözlemlerini ilgisiz ve sıkılmış gibi olumsuz kelimelerle ifade etmişlerdir. “Eserleri merakla gözlemlediler, yoğun ilgi ve merak vardı fakat kalabalığın yoğunluğundan dolayı sıkılanlar vardı.” diyen K29 ve “içerik olarak beğenildi ancak binanın küçüklüğü arkadaşları sıkıldığını gözlemledim” diyen K6 düşüncelerini olumsuz olarak ifade eden katılımcılara örnek olarak verilebilir. Katılımcıların gözlemlerinin büyük ölçüde olumlu olması müzedeki eserlerin ilgi çekici olması ve rehberin etkisiyle ilişkili olabilir. Katılımcıların ifadelerine de yansıdığı gibi olumsuz gözlemler de müzenin yeterli mekâna sahip olmaması ve buna bağlı olarak da katılımcı yoğunluğunun fazla olmasıyla açıklanabilir.

“Tutum” teması verilerin analizi sonucu elde edilen temalardan bir diğeridir. Bu tema altındaki kodlara bakıldığında katılımcıların %30’u müzenin değerli eserler barındırmasından hoşnut olduklarını ifade etmişlerdir. “Gerçekten tarihsel değer taşıyan çok güzel eserler sergileniyor...” diyen K28 ve “Objelerle doğrudan etkileşim kurdum, bilgi edindim, düşünce ve hayal gücümü kullandım, müzeyi anlamaya

çalıştım kültürel değerlerimizi ve tarihi değerlerimizi gördüm. Bana kattığı şeylerden dolayı mutluyum.” şeklinde açıklayan K45 katılımcıların önemli kısmının müzeye ilişkin tutumlarını ortaya koymuşlardır. Buna karşın katılımcıların dikkate değer bir kısmı (%20) da fiziki kapasite yetersizliğinden hareketle olumsuz tutuma sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Olumsuz tutuma sahip olanlardan birisi olan K22 bu konudaki düşüncelerini “Eserlerin sergilenmiş olduğu binanın yetersiz olması ve depolarda olan tarihi eserlerin bina içersin de yer olmadığı için depoda tutulması hoşuma gitmedi.” şeklinde ifade ederken K41 tutumunu “küçük, sıkışık, karmaşık” gibi öz ifadelerle ortaya koymuştur. Bu ifadeler müzenin tarihsel değeri yüksek, farkındalık yaratıcı eserler barındırması katılımcıların olumlu tutum geliştirmelerini sağlarken, fiziki kapasite yetersizliği nedeniyle yeterince eserin sergilenmemesi de olumsuz tutum geliştirmelerine neden olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Elde edilen son tema ise “sürdürülebilirlik” temasıdır. Bu temayı oluşturan kodlar katılımcıların %40’nın müzeyi daha detaylı incelemek için tekrar ziyaret edeceklerini göstermektedir. Bu konudaki düşüncelerini “Daha çok vakit geçirmek ve eserleri daha detaylı incelemek isterim.” şeklinde ifade eden K48 ve “Kalabalık olduğumuzdan dolayı eserleri detaylı inceleyemedim. Bu yüzden tekrar gelmek isterim.” şeklinde açıklayan K43, katılımcıların yarısına yakınının müzeyi tekrar ziyaret etme isteklerini gerekçelendirmişlerdir. Müzenin atmosferinden etkilenme (%21) bu temada öne çıkan bir başka alt tema olmuştur. K26 “o büyüğü ortamda tekrar bulunmak için tekrar ziyaret etmek istiyorum.” diyerek müzenin etkileyici atmosferine yönüne dikkat çekmiştir. Bu ifadeler müze ziyaretlerinin sürdürülebilirliğinin bazen olumsuz bir deneyimden bazen de etkileyici bir atmosferden kaynaklanabileceğini göstermesi bakımından manidardır. Kazanımları pekiştirme, katılımcıların müzeyi tekrar ziyaret etme nedeni olarak en az ifade ettikleri (%3) alt tema olmuştur. Bu müzeyi tekrar ziyaret etme nedenini “bu müzeye geçmiş ile bugün ve gelecek bağlamında daha iyi bağlantı kurmak, kültürel mirasa ve değerlerimize duyarlı davranmak gibi becerileri kazandırdığını düşündüğüm için bir kez daha gelmek isterim.” şeklinde ortaya koyan K40, katılımcıların çok azının vurguladığı bir nedene işaret etmiştir. Kazanımları pekiştirme alt temasının, az sayıda katılımcı tarafından bile olsa doğrudan vurgulanması eğitim amaçlı bir müze gezisi açısından dikkate değer bir durum olarak görülebilir.

Sonuç ve öneriler

Katılımcıların büyük çoğunluğu, bir öğretmen adayı için, az sayılabilecek müze deneyimi yaşamış olması dikkate değer bir sonuçtur. Okul-müze koordinasyonun yeterince sağlanamaması (Gökmen, 2004; Selanik Ay ve Kurtdede Fidan, 2014) ve eğitimin diğer paydaşları olan öğretmen ve velilerin müze ziyaretlerine çeşitli gerekçelerle mesafeli yaklaşımları (Selanik Ay ve Kurtdede Fidan, 2014) öğrencilerin müzelerden eğitsel açıdan yeterince yararlanmalarına neden olduğu ifade edilebilir. Ek olarak müze adının ziyaretçilerin beklenti ve motivasyonlarını etkileyen bir başka faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası müze ile ilgili beklentilerini, Kuvayı Milliye dönemi ile sınırlı ve Balıkesir ölçeğinde küçük bir müze şeklinde ifade etmişlerdir. Halbuki müze aynı zamanda bir arkeoloji müzesi özelliğini de taşımaktadır. Bu bağlamda müzeleri ilgi odağı haline getirecek faaliyetler düzenlenmesi, geziler için izin alma prosedürünün kolaylaştırılması ve yönetici, öğretmen ve veli arasında sorumluluk paylaşımı yapılması (Gökmen, 2004; Selanik Ay ve Kurtdede Fidan, 2014) müzelerden eğitim amaçlı yararlanmayı teşvik edeceği düşünülebilir. Bu bağlamda günümüz modern müzeleri, insanları kendisine çekebilmek için bir takım slogan veya vaatler içeren ifadeleri ön plana çıkarmaktadır. Bu yeni süreç müzeler için her geçen gün artan sayıda devam ettiğine göre, günümüz müzelerini ziyaret etmenin amacı sadece gezip görmek değil, birtakım eğitimler, aktiviteler veya deneyimler yoluyla müze ziyaretinden bir kişisel hikâye çıkarma amacı da gütmektedir. Bu nedenle müzelerde en çok dikkat edilen hususlardan birisi de ziyaretçinin ilgisi çekip, onu gözlediği obje ile aynı zamana götüreceği ve objenin işlevini yerinde ve kendi zamanında görebilecek bir deneyime ulaştırmaktır (Doering, 1999; Önal, 2021).

Müze ziyaretini, öğrenmeye olan katkısı çerçevesinde, değerlendiren katılımcılar müze izlenimlerini; meraklı, duygulu ve mutlu gibi olumlu olarak ifade etmişlerdir. “Öğrenme merakla başlar dolayısıyla öğrencide bir merak veya öğrenme isteği oluşturulması öğrenmenin en önemli aşamasını oluşturmaktadır” genel kabulünde yola çıkarak bu ziyaretlerin yeni öğrenmelere kapı araladığı ifade edilebilir. Bu nedenle okul dışı öğrenme ortamlarının derslerde kullanımı sosyal bilimler açısından da oldukça değerlidir. Müze ziyaretlerinin öğrencilerin merak duygularını geliştirdiğini ve öğrenmeye karşı

İlgilerini artırdığını ortaya koyan çalışmalar (Tırpan, 1982; Egüz ve Kesten, 2012; Karagözoğlu, 2020) araştırmadan elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Ayrıca birden çok duyu organına hitap eden uyaranlar barındıran müzeler, somut, anlamlı ve kalıcı öğrenme fırsatları sunar (Küçükahmet, 2014). Dolayısıyla geçmiş yaşamın izleri, gelenekler ve insanların düşünceleri bile müzeler vasıtası ile aktarılabilir duruma gelmiştir (Kandemir ve Uçar, 2015). Bu haliyle müzeler artık ziyaretçileri için, sergilenen objelerle ziyaretçiler arasında bağlantı kuran birer iletişim merkezi haline de gelmiştir (Adıgüzel, 2019). Bu bağlamda müzeler merak, soru sorma, araştırma ve sonuç olarak yeni buluşlara temel teşkil etmesi (Tırpan, 1982) açılarından zengin öğrenme fırsatları sunduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların müze ziyareti esnasında; *objelerle doğrudan etkileşim kurma, bilgi edinme, düşünce ve hayal gücünü kullanma, kültürel ve tarihi değerlerin farkına varma* gibi kazanımlar edindiklerini ifade etmeleri dikkate değer görülmektedir. Araştırma sonuçlarını destekler nitelikte bulgulara ulaşan Atagök (1994), eğitimin tanımları içerisinde yer alan bilgiyi aktarma, geliştirme, düşündürme, karşılaştırma ve yaratıcılık gibi ifadelerdeki görevler için ayrı ayrı uğraşlar yerine müzeleri işaret ederek müzelerin, bilgiyi aktaran, nesnelere arasındaki bağları göstererek karşılaştırma becerisi kazandıran, gözlem, mantık ve izleme süreçleri ile de yaratıcı düşünme becerisi kazandıran mekanlar şeklinde ifade ederek müzeler önemli bir misyon yüklemiştir. Müze atmosferinde objenin/mekânın gerçek halini veya kendi tarihine ait özelliğini gözlemlemek, onun hakkında yorumlar yapmak, öğrencilerde bilişsel alanın da gelişimine katkı sağlayacaktır (Önal, 2021). Bu bağlamda beklenen etkiyi oluşturmak adına müzenin değerli eserler barındırması yanı sıra müze atmosferinin ve sergileme alanlarının mimari ve estetik açılarından ilgi çekici olması önemli görülmektedir.

Katılımcıların dikkate değer bir kısmı Balıkesir Kuvayı Milliye Müzesi'nin fiziki kapasite yetersizliğinden ve müze binası niteliğini yeterince taşınamamasından hareketle müzeye karşı olumsuz tutuma sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Farklı bir amaçla inşa edilmiş olan yapıların düzenlenmesiyle oluşturulmuş müzelerin, genellikle temasız olduklarını ve sürecin gözlemlenemediği ifade eden Meydan ve Akkuş, 2014, bu tür müzeleri "birer ölü müze" olarak değerlendirmişlerdir. Balıkesir Kuvayı Milliye Müzesi için bu nitelendirme ağır kaçsa da müzenin ihtiyaca cevap verecek nitelikte bir binaya kavuşturulması ve tematik olarak düzenlenmesi ile müze eğitim amaçlı kullanımı açısından daha işlevsel bir yapıya kavuşacaktır. Bu yönde atılacak bir adımın müze ziyaretinin sürdürülebilirliğini sağlamak adına da yararlı olacağı söylenebilir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda;

1. Katılımcıların büyük çoğunluğu, bir öğretmen adayı için, az sayılabilecek müze deneyimi yaşamış olmasından hareketle, Müze gezilerde resmi izin alma sürecinin kolaylaştırılması, yönetici, öğretmen ve veli arasında sorumluluk paylaşımı yapılması (Gökmen, 2004; Selanik Ay ve Kurtdeğid Fidan, 2014), sağlanarak alt kademelerden başlayarak bir müze kültürü tesis edilmesi ve müze gezileri için alınması gereken izin süreçlerinin bir iş akış şemasına bağlanıp yayımlanması
2. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar, uzun bir süredir Balıkesir'de yaşamalarına karşın Balıkesir Kuvayı Milliye Müzesini ziyaret etmediklerini belirtmişlerdir. Bu nedenle müzeleri ilgi odağı haline getirecek her yaş grubuna yönelik ilgi çekici, eser odaklı ve örtük öğrenme ilkelerine uygun eğitim aktivitelerinin yer aldığı zenginleştirilmiş uygulamalar geliştirmeleri (Doering, 1999; Meydan ve Akkuş, 2014; Önal, 2021) ve tanıtım faaliyetlerinde bulunmaları ve müze tanıtımı için modern bir yaklaşım olan slogan belirlenmesi
3. Katılımcılar ayrıca, Balıkesir Kuvayı Milliye Müzesi'nin fiziki kapasite yetersizliğinden ve müze binası niteliğini yeterince taşınamamasından hareketle müzeye karşı olumsuz tutuma sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Müzenin, ihtiyaca cevap verecek nitelikte bir binaya kavuşturulması ve tematik olarak düzenlenmesi,
4. Araştırmanın sonuçları verimli bir müze gezisi için iyi bir planlama yapılmasının gerekliliğini ortaya koymuştur. Plan ve program dahilinde yapılan bir müze ziyareti ile müzede etkin bir öğrenmenin gerçekleşeceğinden (Buyurgan, 2017) yola çıkarak; planlamada gezi yapılacak grubun özellikleri, müzenin özellikleri ve hedeflenen kazanımlar net olarak ortaya konularak esnek bir planlama yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Adıgüzel, H., ve Öztürk, F. (1999). Türk eğitim düşüncesinde okul müzesinden müze pedagojisine değişim. *Eğitim Bilim*, 14(114), 73-81.
- Adıgüzel, Ö. (2019). Müze eğitimi ve yaratıcı drama. *Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 1(1), 23-43.
- Akbulut, G., ve Artvinli, E. (2011). Effects of Turkish railway museums on cultural tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 19, 131-138.
- Artvinli, E. (2010). Coğrafya derslerini yapılandırmak: Aksiyon (Eylem) araştırmasına dayalı bir ders tasarımı. *Marmara Coğrafya Dergisi*(21), 184-218.
- Artvinli, E., Aydın, R., ve Tezci, İ. (2019). Environmental attitude levels of primary teachers candidates. *Osmangazi Journal of Educational Research*, 6(2), 62-78.
- Ata, B. (2002). *Tarih öğretmenlerinin "müze eğitimine" ilişkin görüşleri* [Yayımlanmamış doktora tezi], Gazi Üniversitesi.
- Atagök, T. (1994). Kültür ve toplum. *I. Müzecilik Sempozyumu*, Dz. K.K. Basımevi.
- Buyurgan, S. (2017). Verimli bir müze gezisini nasıl gerçekleştirebiliriz? *Milli Eğitim*, 317-343.
- Bülbül, H. (2016). Müze ile eğitim yoluyla ortaokul öğrencilerinde kültürel miras bilinci oluşturma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi* 6(3), 681-694.
- Coşkun Keskin, S., ve Kaplan, E. (2012). Sosyal bilgiler ve tarih öğretiminde okul dışı öğrenme ortamı olarak oyuncak müzeleri. *Electronic Journal of Social Sciences*, 11(41), 95-115.
- Creswell, J. (2012). *Educational research : Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4. Baskı)*, Pearson Education Inc.
- Creswell, J., ve Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry and research design choosing among five approaches. 4th Edition*, SAGE Publications, Inc., Thousand Oaks.
- Çetin, T., Kuş, Z., ve Karatekin, K. (2010). Sınıf ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin gezi-gözlem yöntemine ilişkin görüşleri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 158-180.
- Çetin, Y. (2002). Çağdaş Eğitimde Müze Eğitiminin Rolü ve Önemi. (2002). *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 8, 57-61.
- Çiftçi, T., ve Dikmenli, Y. (2016). Öğretmenlerin okul dışı coğrafya öğretimine ilişkin görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 363-282.
- Çopur, A., ve Önal, H. (2021). Sosyal bilgiler öğretiminde örnek bir müze gezisi planı. *9. Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu (USBES 2021)*. Bolu.
- Demirel, Ö., ve Ün, K. (1987). *Eğitim terimleri*, Şafak Matbaası.
- Dilli, R. (2017). Öğretmenlerin müzelerin öğrenme ortamı olarak kullanımına ilişkin görüşleri. *Milli Eğitim Dergisi*(214), 303-316.
- Dilli, R., Bapoğlu Dümenci, S. S., ve Turgut Kesebir, G. (2018). Müzede çevre eğitimi kapsamında okul öncesi dönemi çocuklarına yenilenebilir enerji kaynaklarının anlatılması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 421-432.
- Doering, Z. D. (1999). *Strangers, Guests or clients? Visitor experiences in museums*, Smithsonian Institutional.
- Egüz, Ş., ve Kesten, A. (2012). Sosyal bilgiler dersinde müze ile eğitimin öğretmen ve öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesi: Samsun İli Örneği. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 81-103.
- Estin, C., ve Laporte, H. (2013). *Yunan ve Roma mitolojisi*. (M. Eran, Çev.), Tübitak Yayınları.
- Garipağaoğlu, N. (2001). Gezi-gözlem metodunun coğrafya eğitimi ve öğretimindeki yeri. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 4, 13-30.
- Gibbs, R. (2007). *Analyzing qualitative data*, Sage Publication Inc.
- Gök, Y., ve Girgin, M. (2011). Ortaöğretim Coğrafya programında deney ve gezi-gözlemin önemi. *Doğru Coğrafya Dergisi*(6), 61-73.
- Gökmen, C. O. (2004). İlköğretim 1. kademedeki müzelerin öğretim ortamı olarak yeri [Yayımlanmamış tezsiz yüksek lisans projesi], Ankara Üniversitesi.
- <https://www.etimolojiturkce.com/>. (2022). *Etimoloji Türkçe*. 04 05, 2022 tarihinde <https://www.etimolojiturkce.com/arama/müze> adresinden alındı
- ICOM. (2021). *Museum definition*. Mayıs 10, 2021 tarihinde International Council of Museums: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> adresinden alındı.
- Isik, H. (2013). The effect of education-project via museums and historical places on the attitudes and outlooks of teachers. *International Journal of Academic Research*, 5(4), 300-306.,

- Kandemir, O., ve Uçar, Ö., (2015). Değişen müze kavramı ve çağdaş müze mekanlarının oluşturulmasına yönelik tasarım girdileri. *Anadolu Üniversitesi Sanat & Tasarım Dergisi*, 5(2), 17-46.
- Karadeniz Akdoğan, K., Durmaz, E., Kimzan, İ., ve Acer, D. (2019). Bir öğrenme ortamı olarak müze atölyeleri. *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 399-413.
- Karagözoğlu, N. (2020). Ortaokul öğrencilerinin etkinliklerle müze eğitimine ilişkin görüşleri: Yozgat müzesi örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)* 6(1), 33-50.
- Kartal, A., ve Şeyihoğlu, A. (2020). Öğrenci bakış açısıyla sosyal bilgilerde okul dışı öğrenme ortamları bağlamında müzeler. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 128-146. doi:10.30855/gjes.2020.06.01.008
- Kızılcıaoğlu, A. (2003). İlköğretim okullarında bir kırsal yerleşmeye düzenlenecek gözlem gezisinde gerçekleştirilecek etkinlikler ile bir gezi planı önerisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(9), 1-21.
- Kuruoğlu Maccario, N. (2002). Müzelerin eğitim ortamı olarak kullanımı. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 275-285.
- Küçükahmet, L. (2014). *Öğretim ilke ve yöntemleri*, Nobel.
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2021). Mayıs 14, 2021 tarihinde T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43253/genel-mudurlugumuz-bagli-muzeler-ve-oren-yerleri.html> adresinden alındı.
- Lord, B. (2005). Representing enlightenment space. S. MacLeod içinde, *Reshaping Museum Space. Architecture, Design, Exhibitions* (s. 146-157). Routledge.
- MEB. (2019). *Müze eğitimi*. (Ö. Y. Müdürlüğü, Dü.), Millî Eğitim Bakanlığı.
- Meydan, A., ve Akkuş, A. (2014). Sosyal bilgiler öğretiminde müze gezilerinin tarihi ve kültürel değerlerin kazandırılmasındaki önemi. *Marmara Coğrafya Dergisi*(29), 402-422.
- Miles, M., ve Huberman, A. (2016). *Nitel veri analizi (2. Baskı)*. (Çev. Ed. S. Akbaba Altun ve A. Ersoy), Pegem Akademi.
- Millî Eğitim Bakanlığı. (2018). *İlkokul ve Ortaokul Sosyal Bilgiler Dersi (4, 5, 6 ve 7. Sınıflar) Öğretim programı*. Mayıs 5, 2022 tarihinde <http://mufredat.meb.gov.tr/Dosyalar/201812103847686-SOSYAL%20B%C4%B0LG%C4%B0LER%20C3%96%C4%9ERET%C4%B0M%20PROGRAMI%20.pdf> adresinden alındı.
- Müze çalışma kağıdı. (2022). <https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=116013> adresinden alındı.
- Önal, H. (2021). Coğrafya eğitiminde müze-ören yerleri ve kullanımı. E. Artvinli, ve Y. Değirmenci içinde, *Uygulama örnekleriyle coğrafya öğretiminde yeni yaklaşımlar 2 (Cilt II, s. 241-271)*, Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özgen, N. (2011). Fiziki coğrafya dersi öğretim metoduna farklı bir yaklaşım: Gezi gözlem. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, 373-388.
- Özrili, Y. (2019). Türkiye'deki müzelerin öğrenme amaçlı olarak yapılandırmacı eğitim yaklaşımına katkısı. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(46), 261-284.
- Patton, M. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri. 3. Baskıdan Çeviri. Bütün, M. ve Demir, S. B. (Edt.)*, Pegem Akademi.
- Saban, A. (2013). *Öğrenme ve öğretme süreci*, Nobel Yayınları.
- Selanik Ay, T., ve Kurtdede Fidan, N. (2014). Öğretmen adaylarının sosyal bilgiler dersinde müzelerden yararlanmaya ilişkin görüşleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(48), 69-89.
- Şimşek, C. L. (2011). *Fen öğretiminde okul dışı öğrenme ortamı*, Pegem Akademi.
- Tırpan, N. (1982). Müzeler ve eğitim. *Müze Dergisi*, 20-21.
- Türk Dil Kurumu. (2022). 04 05, 2022 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. Baskı)*, Seçkin Yayıncılık.

Etik kurul onayı

Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Komisyonu tarafından 18.01.2022 tarih ve 2022/01 sayılı toplantısında etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Ek:1**Balıkesir Kuvayi Milliye Müzesi Yansıtıcı Yazma Kâğıdı****Tarih:**

- Şu ana kadar kaç defa müze ziyaretinde buldunuz?
0 1-3 4-6 7-9 10 ve üstü
- Müze ziyaretlerinizin planlamasını nasıl gerçekleştirdiniz? (Sayı belirtiniz).
a) Aile ile b) Okul veya kurum aracılığıyla c) Kendi çabanızla
(.....) (.....) (.....)
- Müzelerden yararlanma durumlarınızı etkileyen faktörler nelerdir? (Ulaşım, gezi ücreti, ilgi.....)
- Kuvayi Milliye Müzesi'ni gezmeden önce müzeyi düşünüyorum.
- Müzenin içine ilk girdiğimde..... hissettim.
- Müzeyi gezerken.....düşündüm.
- Müzeyi gezerken zihnimdegibi sorular oluştu.
- En beğendiğim obje oldu çünkü bu obje nedenlerle beni etkiledi.
- Müzedeki dikkatimi en fazla çeken tema dır.
- Müze binası beni etkiledi, çünkü,
- Müze binası beni etkilemedi, çünkü
- Müze ziyareti sırasında arkadaşlarımda davranışlarımı gözlemledim.
- Kuvayi Milliye Müzesi'ni ziyaret ettikten sonra, bu müze hakkında düşündüm.
- Kuvayi Milliye Müzesi'ni ziyaret ettikten sonra, bu müze hakkında düşündüm.
- Kuvayi Milliye Müzesi'ne tekrar geleceğim çünkü
- Kuvayi Milliye Müzesi'ne tekrar gelmek istemem çünkü
- Kuvayi Milliye Müzesi'nin yöneticisi ben olsaydım.....
- Ne umdum ne buldum.....

Ek-2**Örnek Müze Gezisi Planı**

Aşama		Aksiyon
Ziyaret Öncesi	Planlama	Gidilecek müzenin belirlenmesi
		Müze gidecek grubun belirlenmesi
		Müze ile ilgili bilgi toplama
		Gezi planı hazırlanması
		Gezi için izin alınması
		Müzedeki ilgili kişilerin ziyaret hakkında bilgilendirilmesi
		Müzedeki uzmanlardan katkı alınarak müze eğitimine konu edilecek nesnelerin belirlenmesi
		Yapılacak çalışma hakkında grubun bilgilendirilmesi
		Destek hizmetlerin sağlanması
		Müzedeki yapılacak çalışmalarla ilgili belgenin hazırlanması
		Ulaşım aracının sağlanması
		Gezi giderlerinin belirlenmesi
Ziyaret Ortamında	Uygulama	Müze eğitim etkinliklerine katılım sağlanması
		Çocukların ilgileri ve planlamalar doğrultusunda müzenin gezilmesi
		Müze kuralları konusunda bilgilendirme yapılması
		Müze eğitimcileri ya da küratörleri ile iş birliği yapılması
Ziyaret Sonrası	Değerlendirme ve Geribildirim	Gezi ile ilgili sohbet edilmesi, çalışma kağıdının doldurulması
		Müze deneyimlerinin düşünsel sonuçlarının kompozisyon, tartışma, mektup, gazete haberi vb. uygulamalar ile ortaya konulması
		Müze çalışmalarında ortaya çıkarılan ürünlerin sergilenmesi
		Müze ile ilgili elde edilen izlenimlerin müze yetkilileriyle paylaşılması

İslamofobi in cinema in terms of non-formal religious education Yaygın din eğitimi açısından sinemada islamofobi

Gönderim Tarihi / Received: 11.09.2022

Osman Kamil ÇORBACI¹

Kabul Tarihi / Accepted: 31.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1173828](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1173828)

ABSTRACT: Although intolerance towards others has always existed in Western societies throughout history, it started to come to the fore more after the attack on the twin towers in the USA on September 11, 2001. This situation, which is called Islamophobia, means fear of Islam and Muslims, but also includes the meanings of anti-Islam and hostility.

The aim of this article is to examine the effect of cinema, which is used as a common religious education tool, on society and people. In the study, which was limited to movies and TV series shot in Hollywood cinemas after 2000, the data were evaluated in the context of Islamophobia. The reason why cinema is preferred is that it easily reaches the masses, creates a permanent effect on society, and changes people's behavior. In this respect, the question of how to benefit from religious education against the increasing Islamophobic films in cinema, which are accepted as one of the non-formal education instruments, constitutes the main problem of the study.

The data used in the research were selected from the TV series and movies that got 7 or more points from the Imdb website. Imdb has been preferred because of its objective features, such as separating actors and movies according to their categories, giving points, and having a membership system open to everyone. The content analysis method was used to classify and summarize the data in terms of problem and purpose and to extract a certain meaning. Since the study is an original study that evaluates post-2000 Hollywood films in the context of Islamophobic elements and gives information about the methods of benefiting from cinema in religious education, it is hoped that it will be a source for cinema and religious education research in the coming years.

Keywords: Non-Formal religious education, Ideology, Islamophobia, Media, Cinema

ÖZ: Batı toplumlarında ötekine karşı hoşgörüsüzlük tarih boyunca her zaman mevcut olmasına rağmen 11 Eylül 2001'de ABD'deki ikiz kulelere yapılan saldırıdan sonra daha çok gündeme gelmeye başlamıştır. İslamofobi olarak isimlendirilen bu durum İslam ve Müslüman korkusu anlamına gelmekle birlikte, İslam karşıtlığı ve düşmanlığı anlamlarını da içermektedir.

Bu makalenin amacı, yaygın din eğitimi aracı olarak kullanılan sinemanın toplum ve insan üzerindeki etkisini incelemektir. 2000 sonrası Hollywood sinemasında çekilen film ve dizilerle sınırlandırılan çalışmada, veriler İslamofobi bağlamında değerlendirilmeye çalışılmıştır. Sinemanın tercih edilme nedeni, kitlelere kolayca ulaşması, toplumda kalıcı etki ve insanlarda davranış değişiklikleri meydana getirmesidir. Bu yönüyle yaygın eğitim enstrümanlarından biri olarak kabul edilen sinemada artan İslamofobik filmlere karşı din eğitiminden nasıl faydalanılacağı sorusu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır.

Araştırmada kullanılan veriler, İmdb sitesinden 7 ve üzeri puan alan dizi ve filmlerden seçilmiştir. İmdb'nin, oyuncu ve filmleri kategorilerine göre ayırıp puan vermesi, herkese açık bir üyelik sistemine sahip olması gibi nesnel özellikleri sebebiyle tercih edilmiştir. Verilerin, problem ve amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi ve belirli bir anlam çıkarılması için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışma, 2000 sonrası Hollywood filmlerini İslamofobik öğeler bağlamında değerlendiren ve sinemadan din eğitiminde faydalanma metodları hakkında bilgi veren özgün bir çalışma olması nedeniyle ilerleyen yıllarda yapılacak sinema ve din eğitimi araştırmalarına kaynak teşkil edebileceği ümit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaygın din eğitimi, İdeoloji, İslamofobi, Medya, Sinema

¹ Dr. Yalova Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi/ Felsefe ve Din Bilimleri/ Din Eğitimi, osmann@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7608-068X>

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Giriş

İslamofobi; Müslüman ve İslam korkusu anlamına gelmekle birlikte, yabancı karşıtlığı ve düşmanlığı anlamlarını da içermektedir (Türkmen & Özçınar, 2020:1323). Tarihsel, ekonomik ve sosyolojik nedenleri olan İslamofobi, farklı yerlerde yaşayan Müslümanlar üzerinde bir takım psikolojik; yer yer de fiziksel şiddete maruz bırakacak etkiye neden olmaktadır (Karslı, 2013:82).

Tarih boyunca insanlara etki eden görsel ve işitsel araçlar değiştikçe mesajların sunumu da yeni şekiller almıştır. Hitabetin, şiirin diğer görsel ve işitsel sanatların insan üzerindeki etkisi günümüzde çok daha güçlü bir şekilde sinemada bulunmaktadır. Kullanılan kelimelerin yanında müzik ve görüntünün de etkisiyle sinemanın büyüüsü artmaktadır (Yorulmaz, 2010:5).

Eğitim, bireyin davranışlarında, kendi yaşantısı yoluyla, kasıtlı olarak istendik değişimler meydana getirme süreci (S. Ertürk, 1972:79) olarak tanımlanmaktadır. Eğitim, belli bir otorite tarafından sistematik olarak verildiğinde örgün eğitim, insanların kişisel gereksinim ve ilgilerine göre okudukları, gezdikleri, gördükleri ve izledikleri her şey sonucunda dış dünyayla yaptıkları bilgi alışverişi de yaygın eğitim kapsamında değerlendirilmektedir (S. Ertürk, 1972:79). Din eğitimi salt bilgiye dayanan bir süreç olmayıp bilgiler öğretilirken dini bir davranış ve tutum kazandırılması hedeflenmektedir.

Yöntem

Araştırmada kullanılan veriler İnternet Movie Data Base (IMDB) sitesinden 7 ve üzeri puan alan dizi ve filmler alınmıştır. 7 puan ve üstü filmler Top 250 listesine girebildiği için uygun görülmüştür. Filmlerin incelenmesinde sözel, yazılı ya da görsel verilerin, problem ve amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi, ölçülmesi ve yorumlanması için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Bulgular ve tartışma

2000 yılına kadar çekilen ve içinde Müslüman karakterler barındıran Hollywood filmlerinde birçok olumlu tiplene yer almaktayken, günümüzde Müslümanlar çoğunlukla, barbar ve terörist olarak gösterilmeye başlanmıştır. Pearl Harbor Baskını'nı gerçekleştiren Japonlar hakkında yüzlerce film yapılmasına rağmen, Japonların dini olan Şintoizm'in hedef alındığı hiçbir film yapılmamıştır. Buna rağmen 11 Eylül'den sonra İslamofobi neticesinde bu terör eylemini gerçekleştirenler yerine, tüm Müslümanlar suçlu ilan edilmiştir.

Bu bağlamda 'güncel öteki' olarak topluma sunulan İslamofobi, sinemanın görsel diliyle desteklenmektedir. Hollywood Sineması, ontolojik tarihi boyunca ABD ideolojisine uygun filmlerle ötekileştirme üzerinden kimlik inşa etmiş, topluma ötekinin kim olduğunu sinema aracılığıyla sürekli hatırlatmıştır. Öteki kavramı sinemada kronolojik olarak Nazi Almanyası, Sovyetler Birliği ve İslam sıralamasıyla karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda 'güncel öteki' olarak topluma sunulan İslamofobi, sinemanın görsel diliyle desteklenmektedir. Söz konusu filmlerde Müslümanların her türlü dış görünüşü ve yerel özellikleri terör ve şiddetle bağdaştırılmaktadır. Örneğin çoğunlukla, Müslümanlar silahlı, sakallı, öfkeli, esmer tenli ve yerel kıyafetlidir.

Bütünün bir parçasını oluşturan Müslümanların tehdit olarak algılanması veya tarafların bu sebeple tedirgin bir hayat yaşaması, insan haklarının sıklıkla konuşulduğu günümüzün önemli sorunlarından biridir. Bilgisizlik ya da siyasal amaçlarla gerçekleştirilen şiddet eylemlerinin İslam'la bağdaştırılması Müslümanların dünyanın değişik bölgelerinde geniş bir topluluk tarafından tehdit unsuru olarak algılanmasının nedenlerini araştırmak, kaygı ve korkuları gidermeye çalışmak, öncelikli olarak din eğitimcisinin görevidir. Din eğitimcisinin aynı zamanda İslam korkusunun yaşandığı yerlerde doğru bilgilendirme ve insanlara güven telkin etme gibi bir sorumluluğu da vardır.

Gayrimüslim olarak tanımladığımız toplumların, Müslüman ve İslam hakkında yeterince bilgi sahibi olmamaları İslamofobinin en önemli sebeplerinden biridir. Yabancı ülkelerdeki Müslümanların yaşadıkları ülkelerde vatandaşlık elde etmeleri, ülkenin kendi nüfuslarının azalması ya da yaşlanması sonucunda Müslümanlar karşısında azınlık durumuna düşme kaygısı da korkuları tetiklemektedir (Türkmen & Özçınar, 2020: 1324.)

Homeland (Vatan): 2011 yılında başlayan dizi 2020 yılına kadar 9 sezon çekilmiştir. Irkçılık ve İslamofobi üzerine çekilen dizi (imdb.com, 25.01.2022) Körfez Savaşı'nda kaybolan ve sekiz yıl kendisinden haber alınamayıp öldü sanılan deniz subayının tesadüf süsü verilmiş bulunma olayından sonra yaşadıklarını konu almaktadır.

24: 11 Eylül saldırılarından sonra Amerikan derin devletinin Hollywood'a sipariş ettiği yüksek bütçeli filmlerdendir. İmdb puanı 8,4 olan dizide (imdb.com, 05.01.2022) FBI ajanı Jack Bauer'in reel zamanlı 24 saatte başından geçen hikâyesi 10 sezonda anlatılmaktadır

Not Without My Daughter (Kızım Olmadan Asla): 1991 yılında çekilmiş olmasına rağmen İslamofobinin tohumları bu filmle atılmaya başlanmış, özellikle İslamiyet'teki aile yaşantısının modern yaşamla bağdaşmadığı vurgusu yapılmıştır (imdb.com, 03.01.2022).

Gayrimüslim olarak tanımladığımız toplumların, Müslüman ve İslam hakkında yeterince bilgi sahibi olmamaları İslamofobinin en önemli sebeplerinden biridir. Yabancı ülkelerdeki Müslümanların yaşadıkları ülkelerde vatandaşlık elde etmeleri, ülkenin kendi nüfuslarının azalması ya da yaşlanması sonucunda Müslümanlar karşısında azınlık durumuna düşme kaygısı da korkuları tetiklemektedir (Yılmaz, 2012: 174).

Sonuç ve öneriler

Güzel davranışlara yer veren, olumsuz davranışların sonuçlarını ortaya koyan filmler insanları iyi davranmaya sevk etmektedir. Sinema yönetmenin ve senaristin ideolojisi doğrultusunda şekil alan ve bu ideoloji doğrultusunda tavrını ortaya koyan bir sanattır. Dolayısıyla sinemayı eğitimde özellikle de din eğitimine yardımcı bir araç olarak kullanmak mümkündür.

Örgün eğitim kurumlarında İslam dini eğitimi verilirken yumuşak bir üslup tercih edilmelidir. Dini bir bilgi öğretilmeye dini bir tutum ve davranış kazandırılmaya çalışılırken kucaklayıcı bir yöntem seçilmeli ve kolaylaştırma yolu tercih edilmelidir. Din eğitiminin İslamofobik refleksleri tetiklememesi ya da toplumlarda var olan tepkiyi yumuşatacak tipte olması gerekmektedir. Otantik, doktriner ya da dindarlık merkezli din eğitimi yerine din hakkında öğrenme modeline geçilerek non-confessional bir eğitim anlayışı tercih edilmelidir. Derslerde bizden olmayana karşı ifade biçimimizin yumuşak olması, demokratik ve evrensel değerler çerçevesinde olacağının altı çizilmelidir. Örgün öğretim kurumlarında barış eğitimi verilerek çok kültürlülüğün önemi küçük yaşlardan itibaren Müslümanlara verilmelidir. Din eğitimi felsefesinin çoğulcu toplumlarda yeniden kurgulanarak İslam'a karşı oluşan algıyı etkisizleştiren tarzda eğitim verilmesi gerekmektedir.

İrşad ve tebliğ filmleri adı verilen filmler sayesinde sinema bir din eğitimi aracına dönüşebilmektedir. İrşad filmleri, mesajı açıktan vererek din mensuplarını bilgilendiren, eğitim filmleri ise didaktik bir üslup kullanılan, bilgilendirme amacıyla çekilen, dinlerin emir ve yasaklarını ana hatlarıyla anlatan filmlerdir. Tebliğ filmleri ise dini söylemlerin mecazlarla anlatıldığı filmlerdir. Son yıllarda tarihimize dair yapılan filmler, insanların ilgisini çekmekte, tarihimizi ve dinimizi öğrenmeye sevk etmektedir. Türk yapımı diziler Rusya, Hindistan, Çin, Avrupa, Kuzey ve Güney Amerika'da milyonlarca izleyiciye ulaşmaktadır. Bu dizilerde sadece din olgusunun değil, İslam kültür dünyasının içinde olan bütün değerlerin hiçbir ideolojinin etkisi altına girmeden olduğu gibi yansıtılması durumunda, İslam'ın, belirli kesimlerin propaganda aleti olmaktan çıktığı ve insanlığın değerlerini yansıtan gerçek bir aracıya dönüşeceği görülecektir. Bu dizilerin, İslamı karalama tutumuna karşı koymak ve ön yargıları en aza indirmek gibi bir misyonu da yerine getirmesi gerekmektedir. Bunun için yurtdışına pazarlanan film ya da diziler devlet destekli olmalı ve dizilerde İslamofobi algısını en aza indirgeyecek mesajlar verilmelidir.

Introduction

Although prejudice against others has always existed in Western societies throughout history, it became more visible after the attack on the Twin Towers on September 11. Islamophobia: Although it means fear of Muslims and Islam, it also includes the meanings of anti-foreigner and hostility (Türkmen and Özçınar, 2020: 1323). Although there is no clear consensus on its definition and conceptualization, Islamophobia, which is formed by the combination of the words Islam and phobia, is also used as a concept that characterizes a global phenomenon (TDK, 2005: 983). It is the fear of Islam and Muslims, even though it is not based on any reality and expresses the instinct of fear and escape. Islamophobia: Although it means fear of Muslims and Islam, it also includes the meanings of anti-foreigner and hostility (Türkmen and Özçınar, 2020:1324). Islamophobia, which has historical, economic, and sociological reasons, has psychological effects on Muslims living in different places; sometimes, it causes physical violence (Karlı, 2013: 82). After the September 11 attacks, an increase was observed in public and private institutions' acts of oppression and violence against Islam, and even those suggesting that an atomic bomb be dropped on Mecca to punish Muslims appeared (Göknel, 2015: 27).

The American obsession with national security seems to have increased again on September 11, 2001, 60 years after the 1941 Japanese attack on Pearl Harbor. With this attack, Americans' sense of invincibility was hit for the second time, which eventually triggered Islamophobic concerns in the US and western society (Büyükgebiz, 2016: 234). Islamophobia continued to rise with the actions of March 11, 2004, in Madrid and July 7, 2005, in London, undertaken by the terrorist organization al-Qaeda. Furthermore, discrimination against Islam and Muslims in Europe increased with the attacks on Charlie Hebdo on January 7, 2015, in Paris on November 13, 2015, in Brussels on March 22, 2019, and in Nice on July 14, 2019. These attacks reinforced the pre-existing prejudices and escalated the opposition (Türkmen and Özçınar, 2020: 1327).

As the visual and auditory tools that affect people throughout history have changed, the presentation of religious messages has also taken on new forms and been effectively transferred to people. Prophet Muhammad emphasized the importance of poetry and oratory in influencing people at that time by saying, "There is magic in eloquence" (Tirmizî, 1975: 2848). He emphasized the importance of poetry and rhetoric, which were the most critical factors in influencing the people of his time. With the help of poets Hassan bin Sabit and Hatib Sabit bin Kays, the Temim tribe's conversion to Islam was thanks to poetry and oratory, which were considered the most influential media of the time. In the following years, miniature, marbling, calligraphy, and illumination arts were used along with poetry and oratory in the transmission of religious messages in the Islamic world (Yorulmaz, 2010: 5).

The impact of oratory, poetry, and other visual and auditory arts on people is now even more powerful in cinema. The magic of cinema is enhanced by the effects of music and visuals, as well as the words used. Cinema, known as the seventh art, aims to entertain and inform people while playing a decisive role in shaping the lives of societies and influencing their lifestyles today (Yorulmaz, 2010: 6).

The subject of religion has also had an essential place in the cinema industry, where films are made on every subject related to human beings. The power of cinema in promoting the subject of religions and their members as good or bad cannot be denied. The role of cinema in increasing Islamophobia in recent years is huge (Ünal, 2015: 576). Cinema, which has the power to directly or indirectly affect people in all areas of life, has also had a close and complex relationship with religious phenomena. This relationship has continued from films that touch on subjects such as faith, angels, jinn, and the spirit world, films that advocate the unnecessary news of religion, productions that heavily criticize the church, and films that establish a new religion. The year 2001 witnessed the emergence of a religion called 'jediism' in the continent of Australia and England, which call themselves "Peace Warriors" (Ünal, 2015: 572). Over time, the number of followers of this religion reached 20,000, and they even built a temple in Canada, which they called the "Altar of Yoda." In the movie "The Passion of Christ" (imdb.com, 02.01.2022), in which the last twelve hours of Jesus Christ are told according to the Bible teaching, Mel Gibson, who is known for his devotion to Opus Dei in the 2000s, how cinema can serve an existing religion instead of creating a new religion. It is interesting to show. The fact that the movie theatres where it is screened are filled by the Catholic community, hymns are sung during the movie, and the movie is watched with tears reinforced the understanding of cinema that aims to glorify the existing religion instead of the cinema that creates religion. Society has also declared the director or

actor a saint in such films and rewarded the filmmaker with box office records (Yel, 2000: 159). Another religious blockbuster is Cecil B. De Mille's *The Ten Commandments*. The movie is about Moses taking the Jews out of Egypt to the Promised Land. The film's first shot was published in 1923 and is considered one of the most successful films of the silent cinema era. The film was reshot in 1956 and is still broadcast on TV. Examples of other blockbuster religious films are *The King of Kings* (1927), *The Sign of the Cross* (1932), *Samson and Dalila* (1949), *The Traveler of the Same Way* (1944), *The Bells of St. Mary* (1945), *Ben Hur* (1959), *Spartacus* (1960), *The Devil* (1973), and *The Da Vinci Code* (2006) (Yorulmaz, Blizek, 2014:192).

The concept of education, which is defined as the process of deliberately creating desired changes in an individual's behavior through his or her own life (Ertürk, 2004:79), means that when given systematically by a specific authority, formal education is what people read, travel, see and do according to their personal needs and interests. The information exchange they make with the outside world due to everything they watch is also considered within the scope of non-formal education (S. Ertürk, 1972:79).

Education can also be considered a tool that contributes significantly to the individual's socialization process. However, it would be more accurate to understand socialization as an active interaction between the individual and his or her upbringing rather than a passive, one-way effect on the individual's structure. Although formal education practices show some differences between different levels, they basically aim to help individuals acquire both individual and social qualities. The idea that individual development is directly reflected in social life makes this goal even more important (Ural, 2012: 12). Non-formal education is defined as a form of education that provides educational opportunities to individuals who have left the formal education system or who have not been able to benefit from formal education opportunities. Non-formal education is a concept that covers lifelong learning environments, and this type of education can be realized at any time depending on different educational environments and tools (Berberoğlu, Uygun, 2013: 33). The process of becoming part of the group or society into which one is born is called socialization, and education has an important place in this process. Every society, large or small, traditional or modern, expects its members to contribute to this process as much as possible. Especially in the modern world, formal and non-formal education, which have gained an institutionalized and organized structure, have primarily undertaken the task of raising individuals with qualifications appropriate to the needs of society. For this reason, the quality of education provided in formal and non-formal education institutions in the modern world has a different importance than the education provided within the scope of non-formal education. The quality, form, duration, etc. of the education provided varies from society to society and from period to period. Especially as social institutions and concepts change, the institution and concept of education, like other institutions, also change and are reshaped according to changing conditions. For example, in the process of rapid social change, especially since the second half of the 20th century, the methods and tools used in formal and non-formal education have also changed, and new approaches have emerged in accordance with the conditions of the period. One of the most important changes that emerged in this period was the prominence of images and visuality. In this process, images and visuals started to have an important place in education, especially in formal education (Kurttaş, 2021: 222). In today's world, visual media tools, particularly cinema, play a significant role in shaping individuals' relationships with the external world. Research indicates that the intensity of their usage can generate both short-term, momentary emotional responses and long-term effects that have the potential to alter individuals' perspectives on life.

Literature review

The concept of education includes all activities carried out to transfer the knowledge and behaviors determined by educational policies in a desired manner and to develop widely accepted perspectives in society, as well as all activities that provide individuals with new knowledge, behaviors, or understanding without being directed by authority. This second definition of education is called non-formal education. However, when the educational literature in our country is examined, it is understood that there are basically two different views on non-formal religious education. According to the first view, non-formal education encompasses all information exchanges with the outside world, regardless of location. According to the second view, it includes all regular educational activities carried out outside

of any educational institution. (Furat, 2010: 55–56). In terms of our subject, what is meant by non-formal education is the first type of educational activity. Therefore, movies and TV series broadcasted in cinemas or on television are considered in the context of non-formal religious education. Religious education is not only a process based on knowledge; it also aims to teach knowledge and develop religious attitudes and behaviors. In addition to classical teaching methods, religious educators should find new ways of teaching that will attract the interest of their interlocutors. Films and series broadcasted on cinema and television are effective means of communication that can reach a wide audience today. Films and series about religion and religious issues broadcast on these platforms have become potential tools for religious education. They offer viewers a new perspective on understanding religious values, beliefs, and practices. Different aspects of religion and religious practices can be explained through the topics covered. However, misrepresentation of religious themes or characters hinders the ability to critically evaluate the content of different religions.

In America and Europe, many research centers affiliated with universities have been established for films and TV series, which are one of the methods of religious education, and articles on cinema and religion have been published in master's, doctoral, and academic journals. Courses on the subject are given in universities, and ways of utilizing movies in religious education are being researched (Yorulmaz, 2010: 9). Based on this explanation, the research aims to examine cinema's human and social behaviors, which are used as a non-formal religious education tool. This study aims to examine the effects of the movies and TV series shot in Hollywood cinema after 2000, taken as a sample, in the context of Islamophobia, to interpret how society understands them, and to explain the ways of removing the damage that cinema has left in the minds of people. The first studies on cinema and religious education in our country were made in 1977. Today, 21 books have been written in this field. The first thesis was in 1986, and until 2022, 34 master's and 15 doctoral studies were carried out in the fields of cinema and religion. These studies emphasize religious themes and typologies, and document analysis and literature review methods are primarily used. Although studies in the fields of cinema and religion are concentrated in certain universities and departments, the articles written are generally written by young academicians (Yorulmaz, 2013:11). This study evaluates post-2000s Hollywood films in the context of Islamophobic elements. Since it is an original study that provides information about the methods of benefiting from cinema in religious education, it is hoped that it will be a source for cinema and religious education research in the coming years.

Methodology

The data used in the research consists of TV series and movies with a score of 7 or higher from the Internet Movie Database (IMDB). IMDB divides actors and movies according to their categories and gives points. It has been preferred because it is a membership system open to everyone and reaches a broad audience. Films from different parts of the world are given 10 points as the upper limit on IMDB, which is the most preferred site for movie lovers. Therefore, films with a score of 7 and above were deemed appropriate as they were included in the Top 250 list. The content analysis method was used to classify, summarize, measure, and interpret verbal, written, or visual data in terms of problem and purpose. This study is also among the studies that do not require ethics committee permission because it is based on document review.

Findings and discussion

Perception of religion in Hollywood cinema

The first public film screening was made on December 28, 1895, at the Grand Cafe in Paris by the Lumiere brothers. The first movie about Jesus was shot in 1898, about three years later (Yorulmaz, 2015:67). Based on this information, the interest in religious subjects in the cinema, even in its infancy, has continued to increase until today. Thousands of films have taken their place in the history of cinema, in which harmful and favorable comments were made on different religions, such as Islam, Christianity, Judaism, Buddhism, and Hinduism, and on the themes of these religions.

After World War II, Europe lost its colonial power politically, and America rose to a supranational position, interfering with the politics of every part of the world. While America's interventionist world policy led to the formation of opposing voices in many countries, the new balances in the world began

to move into economic and cultural fields; Art products have become a fundamental element in cultural diffusion policies (Gökdemir, Kurtoğlu, 2015:49).

In the first years, American cinema could not expand abroad due to its vast domestic market, and French films dominated the world market. After World War II, the film industry collapsed in Europe, and Hollywood cinema strengthened its power as the biggest supplier of movie theaters with expensive productions (Yorulmaz, 2010:11). Realizing the effect of cinema on people and society, Hollywood cinema has transformed into political, religious, ethnic, etc. cinema and started to be used in propaganda activities. (Yetişkin, 2014:102).

In the early years of American cinema, there were good films such as *The Arab* (1915), *Cleopatra* (1917), *Salome* (1918), *An Arabian Knight* (1920), and *The Shiek* (1921) (Türkmen & Özçınar, 2020:1328). The Washington-Hollywood strategic partnership, which started in 1942 when President Franklin Roosevelt ordered films from directors such as Frank Capra and John Ford, continues today as a close relationship. The production of Korean, Russian, Vietnamese, and Muslim enemies in Hollywood movies provides a legitimate basis for the US policy against these countries (Yorulmaz, 2017:67). In the last quarter of the 20th century, with the disintegration of the USSR, a new necessity for others emerged.

While many positive characters in Hollywood movies were shot until 2000 and contained Muslim characters, today, Muslims are mainly shown as barbarians and terrorists. The fact that the attacker in Oliver Stone's *World Trade Center* (2006) movie acts with religious rhetoric after September 11 emphasizes that the perpetrator is a Muslim, although there is no concrete evidence. In Ben Affleck's film *Argo* (2012), Muslims are depicted as savage, barbaric, and murderous people by the nature of their religion (Demir & Aşan, 2014:746). In Kathryn Bigelow's *Zero Dark Thirty* (2012), the eerie groups appear to represent an entire Islamic population. After realizing that the open propaganda garnered reactions, messages started to be given with subliminal messages and sub-texts (Çelik, 2000:115). When people's subconscious minds are repeatedly given the ideas and symbols that Muslims and Islam are bad, they inevitably become receptive, affected, and begin to fear Muslims and Islam.

In Western societies, the increasing number of Muslims in their countries and the concern that they will become a minority against Muslims in their own countries and lose their dominance constitute the political reasons for Islamophobia (Z. Özkan, Samur, 2017:307). This situation is also used as a propaganda tool by far-right parties. The fact that Muslims are victorious and seek their rights in social life was perceived as a religious, political, and economic threat by the indigenous people of Europe and the USA, which triggered Islamophobic behaviors (Tahincioğlu, 2020:286).

Examples of TV series and movies containing Islamophobia

Throughout its ontological history, Hollywood cinema has built an identity through othering with films in line with US ideology, constantly reminding society that the other is through cinema. The concept of the other appears in the cinema in chronological order: Nazi Germany, the Soviet Union, and Islam. In this context, Islamophobia, which is presented to society as the 'contemporary other,' is supported by the visual language of cinema. All kinds of external appearances and local characteristics of Muslims are associated with terrorism and violence in the said films. For example, for the most part, these Muslims are armed, bearded, angry, dark-skinned, and dressed locally. In more specific scenes, there are images of Muslims praying with their weapons, blending the sounds of the call to prayer, and images of explosions and beheadings of Muslims as if they were religious rituals (Türkmen, Özçınar, 2020:1329). Within the scope of the study, Hollywood movies and TV series produced after September 11 containing Islamophobic elements were tried to be determined, and Islamophobic views were evaluated with audio-visual codes.

Examples of TV series

- ***Homeland***: The series, which started in 2011, was shot for nine seasons until 2020. The TV series is about racism and Islamophobia, and the experiences of a naval officer who disappeared during the Gulf War and was thought to have died for eight years after he was not heard from were given the appearance of coincidence and were given a score of 8.4 on IMDb (imdb.com, January 25, 2022). It is a series that tells the audience about the struggle against a community that does not hesitate to use

biological or chemical weapons in the style of action and drama. It conveys that it is necessary to be at least as cruel as them.

- **24:** It is one of the high-budget films ordered by the deep American state for Hollywood after the September 11 attacks. The story of FBI agent Jack Bauer, who has been through 24 hours in real-time, is told in 10 seasons of the series (imdb.com, 05.01.2022). With an IMDB score of 8.4 in the first six seasons, Muslims were shown as those who smuggled biological or nuclear weapons into America; it was explained that they were terrorists and barbarians. It was emphasized that everyone should be watched for security purposes. For the safety of American citizens, members of these Islamic organizations could be killed without discrimination based on guilt or innocence.

Examples of movies

Not Without My Daughter: Although it was shot in 1991, the seeds of Islamophobia began to be planted with this film (imdb.com, 03.01.2022). It was emphasized that family life in Islam is incompatible with modern life. The film, which deals with the transformation of the doctor, whose life and view of the world are universal due to the pressure of Islamic life, environment, and family, emphasizes that women do not have the right to live in the Sharia order; it is making black propaganda by stating that girls are also subjected to compulsory religious education without considering their psychology and that irreparable wounds are inflicted.

- ***Unthinkable:*** Directed by Gregor Jordan in 2010, the movie got 7.1 points from IMDB (imdb.com, January 20, 2022). In the film, which tells about the transformation of an American military citizen after he converted to Islam, the torture done for the safety of American citizens is discussed. The film gives the message that there should be no limit to the torture to prevent the detonation of nuclear bombs in different states, to make the bomb disposal expert who converted to Islam speak, and that it is necessary to be at least as bad as them for the safety of the American people.
- ***The Hurt Locker:*** The film, shot by Kathryn Bigelow in 2008, received a score of 7.5 from Imdb (imdb.com, January 19, 2022). The film tells the story of the experiences of a bomb disposal team serving in Iraq during their mission. All local people are portrayed as potential threats, and the focus is on the possibility that any local can turn out to be a terrorist.
- ***Black Hawk Down:*** The film, directed by Ridley Scott in 2001, received a score of 7.7 from Imdb (imdb.com, January 21, 2022). The film is based on a real event and tells the story of an operation organized by American soldiers to capture a few soldiers loyal to Mogadishu leader Mohamed Farrah Aidid in Somalia. Like an Islamophobic film after September 11th, viewers are directed to think that the Islamic geography is a backward place that needs intervention, similar to the one in the film, and that Muslims are prone to terror and violence.
- ***The Innocence of Muslims:*** The film sparked bloody protests in the Islamic world and was written and directed by Nakoula Basseley Nakoula, an American citizen but a Coptic Christian of Egyptian descent. The movie begins with the claim that "We are revealing the truth about Mohammad" and lists a series of insults, The US ambassador to Libya-Benghazi was killed when the protests got out of control after the 13-minute YouTube trailer was broadcast, in which Mohammed was portrayed as a womanizer and Muslims as bandits. The film was not released due to the reactions.
- ***United 93:*** Written and directed by Paul Greengrass, the film was released in 2006. The film, which has a high score of 7.6 on IMDB, is based on the supposed events of the people on United Airlines Flight 93, which hijackers hijacked during the September 11 attacks (imdb.com, 10.01.2022). In the movie, it is tried to explain that there is an ideology in the religion of Islam that orders terrorism, as if terrorists recite the Qur'an, pray, and say Takbir while hurting the people on the plane, with the language of cinema.
- ***The Road to Guantanamo:*** Directed by Michael Winterbottom and Mat Whitecross, the movie was released in 2006 and scored 7.5 on IMDB (imdb.com, January 8, 2022). The film tells the story of three young Muslims, British citizens of Pakistani descent, who, after visiting their hometown, are treated as potential terrorists despite the lack of any evidence.
- ***Lone Survivor:*** The film, shot by Peter Berg in 2013, is about the Red Wings operation to capture Taliban leader Ahmed Shah. The film, which has an Imdb score of 7.5 (imdb.com, January 24, 2022), uses the concept of "haji" as the enemy again and gives the message that "the more 'hajis' are eliminated, the better.

- **The Stoning of Soraya:** The film, directed by Cyrus Nowrasteh and released in 2008, was given 8 points by IMDb (imdb.com, January 15, 2022). It is a film about the place of women in Iran's social and cultural life. The story of stoning at the end of the trap set for Soraya is handled in the narrative about the place of women in society and how the punishment policy is in the life they accept as Islamic.
- **Zero Dark Thirty:** The Film, shot by Kathryn Bigelow and released in 2012, was given 7.4 points by IMDb (imdb.com, 2012). The movie is about the most extensive search in history. In the film, the story of Osama Bin Laden's capture is told with great national pride and American military propaganda; subliminal messages are sent with the scenes of the Middle East geography and the low quality of life of the people living in that geography.
- **Boys of Abu Gharib:** The movie, shot by Luke Moran in 2014, got a score of 7.0 on IMDb (imdb.com, January 30, 2022). It is a film that biasedly explains what the attack on America brought the soldiers to and tries to alleviate the torture inflicted on Muslims in Iraq.
- **American Sniper:** The Movie, shot by Clint Eastwood in 2014, got 7.3 points from IMDb (imdb.com, 05.02.2022). The film emphasizes that Muslims can use children as shields even in wartime and that American soldiers refrain from killing children in that environment. The necessity of the new army system in the United States is explained.

House of Sand and Fog (2003), True Lies (1994), Aladdin (1992), Executive Decision (1996), East is East (1999), The Siege (1998), and Raiders of the Lost Ark (1981), which were not entirely built on the theme of Islamophobia before the September 11 attack, but again in these films Islamophobic messages are sent from time to time.

Islamophobia has manifested itself in discourse, TV series, movies, games, and cartoons. Although in recent years' animation films, villains are always portrayed as dark-skinned and bearded, regardless of their origin, it is seen that the protagonists speak English with an American accent. With these small subliminal messages given in the games played by children and adolescents and in the cartoons they watch, subliminal suggestions are made, and people exposed to these suggestions are brought up as enemies of Islam.

Islamophobia and religious education

The feeling of fear and anxiety against Muslims, which has been created in recent years because their existence and future are under threat, is now expressed with the concept of Islamophobia. Although the religion of Islam contains messages aimed at ensuring peace, tranquility, and security between people and societies, violent acts carried out by some marginalized groups with Muslim identity in Islamic countries or the outside world have led to the dissemination of the false image that Islam is a religion of violence and extremism, which causes Islam to be associated with terrorism (Yılmaz, 2012:169).

Religion plays a fundamental role in human psychological, individual, and social development. The main purpose of all religions is to make it possible for mankind to achieve lasting peace. If this peace is accepted as an inevitable and fundamental element not only in a society but also at the international level, only then will it be possible to establish an atmosphere of peace, love, and brotherhood in society and between countries. Islam is centered on peace as the most fundamental principle. Violence, as it is also defined as behavior that disturbs peace and brute force that violates social rules, is actually a sign of helplessness and a lack of conscience (Şimşek, Qadoos, 2020: 27). It is a fact that the recent worldwide discussions on the relationship between religion and violence have focused especially on Islam and Muslims. In the West, since the end of the so-called "cold war" between the Western powers in general, they have brought the Islamic world to the forefront in the concept of the enemy in order to protect their own interests and the continuation of their hegemony in the world and have built their policies on this. In this policy, which social scientists such as Samuel Huntington and Bernard Lewis expressed on a theoretical basis, the most prominent element that threatens the West and Western civilization is Muslims and the perception of Islamic civilization (Gündüz, 2016: 15). From the perspective of Islamic law, provisions requiring the use of physical force can only be applied under public guardianship within an institutional structure and a specific legal procedure. Today, some individuals and groups tend to promote violence in the absence of public authority on the basis of provisions in religious texts on the use of force. However, citing certain verses and hadiths does not

justify associating this violence with religion. The main source of such problems is the lack of consistent interpretation of religious texts and their treatment in a manner consistent with the fundamental purposes of religion.

Associating ignorance or acts of violence with political motives with Islam, religious educators primarily have to investigate why Muslims are perceived as a threat by a large community in different parts of the world and try to eliminate concerns and fears. The religious educator also has a responsibility to provide accurate information and instill confidence in people in places with a fear of Islam (Apaydın, 2018: 132). Islam is a religion that seeks the good of all humanity and provides guidance for its righteousness and well-being. This is because Islam aims to create a non-violent individual and society by presenting a perfect and sound vision of human well-being, justice, peace, and reconciliation. Indeed, Allah says in verses 9 and 10 of Surat al-Hujurat: "If two groups of believers fight against each other, reconcile them. If one of them transgresses against the other, fight against the transgressor until he returns to the command of Allah. And if he returns (to Allah's command), then settle their differences with justice and deal justly with them. Allah loves those who do justice. The believers are only brothers. So set things right between your brothers. And beware of disobeying Allah so that you may be shown mercy." In Islamic law, peace is essential, not war and violence. In the 90th verse of Surah al-Nisa, Allah Almighty states: "So if they leave you and withdraw and do not fight you and offer you peace, Allah will not allow you to attack them." And in verse 8 of Surat al-Mumtehineh, "Allah does not forbid you from doing good to those who have not fought you in religion, nor expelled you from your homes, and from treating them fairly. Verily, Allah loves those who act justly." Islam's basic attitude in international relations is based on the principles of justice, morality, and fidelity to the covenant. As a matter of fact, the Prophet's nostalgic remembrance of the Treaty of Hilf al-fudūl shows the importance he attached to taking steps that would contribute to peace in inter-communal relations.

The fact that non-Muslim societies do not have enough information about Muslims and Islam is among the main causes of Islamophobia. In addition, the fear that Muslims in foreign countries will become a minority due to the acquisition of citizenship in those countries and the decrease or aging of the country's population also triggers fears (Yılmaz, 2012: 174). When conscious propaganda activities against Muslims are added to these fears, Islamophobia tends to increase worldwide. Today, some marginalized Muslims think that there should be a constant war against non-Muslims by evaluating some verses with a prejudiced approach. This form of expression and fanaticism, which despises all non-Muslims and sees no harm in killing them, is one of the starting points of Islamophobia. The number of groups using this form of expression is very small compared to the general population (Yılmaz, 2012: 181).

The phenomenon of Islamophobia in contemporary society can be partly attributed to the actions and beliefs of some marginalized individuals and groups within the Muslim community. These individuals may adopt a biased approach when evaluating certain verses and conclude that a constant state of conflict with non-Muslims is necessary. This mindset, characterized by contempt for non-Muslims and a desire to harm them, coupled with fanaticism, serves as a contributing factor to the spread of Islamophobia. To prevent this perception, it is important to emphasize through both formal and non-formal education that no individual has the right to harm another unless there is a legitimate threat to thought, life, bodily autonomy, or property. It should also be emphasized that taking an innocent life is tantamount to taking the life of all humanity (Sarıgül, 2020: 1587).

It is imperative to adopt a gentle and nuanced approach when providing religious education in formal educational institutions. The transmission of religious knowledge and the development of religious attitudes and behaviors should be facilitated through the use of pedagogical methods that prioritize understanding and comprehension. It is crucial that religious education does not provoke Islamophobic reactions or dampen societal responses to issues of concern. Rather than adopting a doctrinaire or religion-centered approach to religious education, an approach that emphasizes learning about religion more broadly is preferable. It is important to underline that the way we express ourselves towards those who do not share our faith should be characterized by civility and respect for democratic and universal values. The importance of multiculturalism and peace education in formal education institutions should be emphasized. The philosophy of religious education in pluralistic societies should be restructured to provide an education that serves to neutralize negative perceptions of Islam.

It is crucial to emphasize that the family represents the primary institution for non-formal religious education, as education begins first and foremost within the family unit. However, research indicates that education received solely within the family may not be sufficient in shaping an individual's character and instilling values. As such, it is necessary to consider other forms of education that may be more effective in achieving these goals. For example, formal education within schools and other institutions can play a significant role in providing a well-rounded and comprehensive education that addresses not only academic subjects but also moral and ethical values. Additionally, community-based education initiatives can offer valuable opportunities for individuals to learn and grow in a supportive and inclusive environment. It is evident that religious groups or communities that have maintained their influence since the time when religious education was banned or restricted can play a significant role in promoting societal peace, provided they offer appropriate education. In the absence of such education, there is a risk of polarization, marginalization, unrest, and discord. For this reason, it is essential to subject religious groups to rigorous scrutiny in terms of their potential for threat or diversity. Any elements that may pose a threat to social peace must be evaluated from an educational perspective and addressed accordingly. Otherwise, education can lead to polarization, marginalization, turmoil, and disagreements. For this reason, sects should be subjected to severe research in terms of threat or diversity, and the elements that threaten social peace should be evaluated from an educational point of view.

Cinema is widely recognized as a powerful tool for non-formal education, capable of conveying complex ideas and narratives in an accessible and engaging manner. As such, it is not surprising that cinema has attracted increasing interest from academic circles for its potential use in education. However, the use of cinema in education is not without its challenges and complexities. In particular, two main approaches have emerged in relation to the use of cinema in religious education. The first approach involves interpreting films through the lens of religion. This approach seeks to analyze and understand the symbols or subliminal messages within films with the aid of religious knowledge. By doing so, it is possible to gain deeper insights into the themes and narratives presented in films and explore their connections to religious teachings and beliefs. The second approach involves using films to either glorify or criticize religion. This approach allows for the evaluation or critique of religion as a phenomenon as well as religious institutions and clergy. Films can be used to present positive or negative portrayals of religion and to explore its role in society. It is important to note that viewers may have different responses to the portrayal of religion in films. While some may adopt a protective stance regarding the portrayal of their religion or religion in general, others may turn to cinema as a means of deepening their understanding of religion or exploring its criticisms (Yorulmaz, 2015: 13). As such, the use of cinema in religious education must be approached with sensitivity and nuance.

In the fields of cinema and religion, two distinct approaches have emerged. The first approach involves interpreting films through the lens of religion, drawing upon religious knowledge to analyze and better understand the subtexts or symbols within films. For example, in order to decipher the Christian subtexts present in films such as *The Matrix*, *Superman*, *The Terminator*, and *Elysium*, it is necessary to refer to the stories contained within the Bible. Without this religious context, the true narratives of these films may be overlooked, leaving only the action scenes to be appreciated. However, when these films are interpreted using religious knowledge, it becomes clear that characters such as Neo in *The Matrix*, Superman in *Superman*, John Connor in *The Terminator*, and Max in *Elysium* are allusions to Jesus Christ and that these films can be understood as retellings of the life of Jesus. This approach to interpreting films through the lens of religion offers a rich and nuanced perspective on the narratives and themes present within cinema. By drawing upon religious knowledge and traditions, it is possible to gain deeper insights into the ways in which films engage with and reflect upon religious ideas and beliefs. This approach also allows for a more critical engagement with films, as it enables viewers to analyze and evaluate the ways in which religious themes are presented and explored within cinematic narratives. The second main approach in the field of cinema and religion involves using films to evaluate or criticize religion. This approach may involve critiquing the phenomenon of religion itself, specific religious institutions, or religious figures. For example, the film *Kadosh* criticizes certain groups within Orthodox Judaism for their unjust treatment of women and the negative consequences that arise from this. The film *Leap of Faith* exposes those who use religion to defraud people of their money. The film *Mission* depicts the Catholic Church's abandonment of the Guarani people of South America in its

efforts to maintain its political power in Spain. Some films, on the other hand, adopt a positive approach towards religion and offer a different perspective on events. For instance, Robert Duvall's film *The Apostle* portrays the power of preaching and its transformative impact on the lives of those who are reborn. In addition to the two main approaches in the fields of cinema and religion, there are other approaches as well. One such approach involves evaluating films that address religious themes. Numerous studies have been conducted on how religious themes such as the Messiah, Mahdi, Antichrist, Satan, the afterlife, the apocalypse, heaven, hell, God, prophets, saints, fate, and reincarnation are portrayed in films. Researchers are interested in examining whether these themes are consistent with religious texts, their impact on viewers, the overt and covert references to these themes, and issues such as the representation of God and prophets in cinema from an Islamic perspective. Another approach focuses on the representation of specific religions in cinema. How are Christianity, Judaism, Islam, Buddhism, Hinduism, and primitive tribal religions represented in cinema? Which themes, beliefs, and practices of these religions are reflected on the screen? How are followers of these religions represented in cinema? For example, what image do Muslims have in their own national cinemas and in Hollywood? What is the impact of these representations on society? This approach, which seeks to answer such questions, attracts the attention of researchers who specialize in a particular religion. As the impact and importance of cinema on individuals and society are understood more deeply, interest in the fields of cinema and religion is likely to increase further (Yorulmaz, 2015: 77–86). With theologians and communication scholars taking an interest in the field, many different approaches and problem areas are likely to emerge. Cinema and religion will become an even more vibrant and colorful interdisciplinary field in the future.

In Turkey, we can say that we have had a different experience from the rest of the world in terms of cinema. Only a few months after its invention, cinematography was introduced to the Ottoman palace, and a year later the first public screenings were held. Due to its technical similarities with the traditional Karagöz shadow play, cinema was relatively well received by the public. However, after the proclamation of the Republic, negative stereotypes towards Islam and religious people were developed in the films of Muhsin Ertuğrul, the sole director of the single-party government. The representations of treacherous, deceitful, and immoral religious people produced by Ertuğrul were unquestioningly adopted by subsequent directors and persisted in Turkish cinema for many years. A non-derogatory approach towards religion and religious people only became possible with films produced entirely for commercial purposes in the 1960s and 1970s. However, these films were merely commercial exploitation tools due to their numerous factual errors and careless production processes. The first film made by religious people was *Birleşen Yollar* (1970), which was followed by other films of the National Cinema movement (Yenen, 2018: 296-297).

In both America and Europe, research centers have been established in many universities, and academic studies have been conducted to investigate the use of films and TV series in religious education. In Turkey, Kazım Karabekir Pasha was one of the first to advocate the use of cinema in education. Believing that scientific, educational, and industrial films could have a significant impact on broadening the horizons and understanding of schools and the public, Karabekir Pasha considered making a film titled "İbret Yerleri" (Places of İbret), but the project could not be fully realized due to financial constraints (Öztürk, 2005:156). In 1941, the Ministry of National Education purchased 148 reels of educational films from the United States, covering topics such as "World and Man", "Natural Science", "Sports", "Science and Industry", "Little Children", "Actuality" and "Health". These included religious films such as "The Life of Jesus" and "The Coronation of Pope Pi XII (Öztürk, 2005:168).

The production of audio-visual educational materials in our country first started in 1951 with the establishment of the Educational Films Center within the Ministry of National Education. The "Radio Education Unit," which was established in 1962, was transformed into the "Film Radio Graphics Center (FRGM)" in the following years. The center started to provide education with television in the same year as TRT, and the name of the center was changed to "Film-Radio and Television Education Center (FRTEC)." In 1998, FRTEC and the General Directorate of Computer Services and Education were combined under the "General Directorate of Educational Technologies" (GDET). Due to the monotonous environment, the students found the GDET-produced lessons about the DKAB course to be boring and did not pay them any attention (Yorulmaz, 2010:212). In recent years, with the

development of technology in our country, there have been many educational films about DKAB lessons prepared by the Ministry of National Education and the Diyanet, as well as personal studies.

Despite the many interesting aspects of the historical journey of Turkish cinema that deserve academic attention, very few studies have been conducted until the 2000s. This can be attributed to the lack of interest of the faculties of theology in cinema and the faculties of communication in religious issues. Although the number and quality of academic studies have increased since the 2000s, the field has not yet reached its full potential. In order for cinema and religion studies in our country to reach the vitality of the world, theology and communication sub-disciplines will need to be involved in the subject. In addition to the general approaches and topics mentioned above, there are many more that can be studied in our country. These include the use of cinema as a tool for religious and values education, the place of cinema in formal and non-formal religious education, how a film can be interpreted from a Muslim perspective, how Islamic beliefs and practices are reflected or not reflected in cinema, the presence of pre-Islamic and superstitious beliefs in cinema, representations of Allah, heaven, hell, prophets, companions, angels, etc. in films, and the presence of verses and hadiths in film subtexts (Karakaya, 2018: 57–59).

Results and recommendations

Religion has guided humanity throughout history. Therefore, in terms of ensuring the continuity of society, people need to shape their lives according to the religion they believe in and fulfill their religious obligations. Thanks to religion, people can protect themselves and the members of the society they live in from possible threats and reach the intensity of emotion that can enter into the judgment of their conscience. Some groups use these feelings to legitimize their ideology and dominance. Vehicles have changed throughout history. Today, religious beliefs are trying to be accepted by society by reshaping them in an ideological and political framework through cinema, which is one of the communication tools. In the years of its emergence and spread, cinema was not seen as an art but as the entertainment of ordinary people.

In recent years, messages that trigger Islamophobia have been presented to the audience through movies. Although movies and TV series are made to eliminate this perception in world cinema, it is not enough. Films that include good behaviors and reveal the consequences of negative behaviors encourage people to behave well. Cinema is an art that takes shape in line with the ideology of the director and screenwriter and reveals its attitude in line with this ideology. Therefore, it is possible to use cinema as an auxiliary tool in education, especially religious education.

How non-formal religious education will be done through movies or TV series, whether it is an attractive alternative to learning outside of educational institutions, and the fact that the message production process is directed by certain groups have added a new dimension to religious education discussions. Many issues, such as the fact that multiculturalism has become an indispensable part of social life and the belief, development, and transformation of people, which is one of the main goals of religious education, have placed it in a process that can be considered the transformation of the traditional structure of religious education. Visual and audio materials that support learning processes have become an integral part of today's educational processes. Although we do not yet have concrete data on the contribution of these materials to the transformation in question, it is understood that the use of these tools in religious education is inevitable due to the central position of movies and TV series in individual and social life.

Thanks to the films called "Irshad" and "Teblich," cinema can turn into a religious education tool. Irshad films are films that inform members of religion by giving the message openly. Educational films use a didactic style, are shot for informational purposes, and outline the orders and prohibitions of religions. Tabligh films, on the other hand, are films in which religious discourses are narrated with metaphors.

In recent years, films about our history have attracted people's attention and encouraged them to learn about our history and religion. Turkish-made TV serials reach millions of viewers in Russia, India, China, Europe, and North and South America. In these TV series, if not only the phenomenon of religion but also all the values in the Islamic cultural world are reflected as they are without being influenced by

any ideology, it will be seen that Islam will cease to be a propaganda tool for specific segments and will turn into a fundamental tool that reflects the values of humanity. These series should also fulfill the mission of countering the defamation of Islam and minimizing prejudices. For this reason, movies or TV series that are marketed abroad should be supported by the state, and messages should be given to minimize the perception of Islamophobia. A national policy on this issue should be determined. It should be emphasized that Islam has no connection with the religion described after September 11 and is not the same as DAESH.

Man is human everywhere and in every situation. In addition to education in schools, it is possible to prevent western society from misguiding Islam with movies and TV series that deal with the real Islam and Muslim life, as opposed to prejudiced anti-Islamic films. All cameras have lenses. It is essential to know in whose hands the camera is used in line with which ideology. Cinema is a tool that has the power of repair and construction in proportion to its power of destruction. The power of the cinema can only repair the destruction caused by the cinema.

References

- Apaydın, H. Y. (2018). *Din ve fıkah yazıları*. Hacıvevîsîzade İlim ve Kültür Vakfı Yayınları.
- Berberoğlu, E. O. ve Uygun, S. (2013). Sınıfdışı eğitimin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişim durumunun örgün ve yaygın eğitim kapsamında incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 2-32.
- Büyükgebiz, M. (2016). How the enemy has changed: İslamophobia and post 9/11 syndrome in John Le Carre's novel; a most wanted man. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 228-235.
- Çelik, M. (2000). *Reklamda tüketicinin yönlendirilmesi*. [Yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ertürk, R. (2004). Modern ve postmodern düşüncelerde bilim. *Felsefe Dünyası*, 40, 65-76.
- Ertürk, S. (1972). *Eğitimde program geliştirme*. (4. bs), Yelkentepe Yayınları.
- Furat, A. Z. (2010). Yaygın din eğitiminde kitle iletişim araçlarının yeri. *Journal of Istanbul University Faculty of Theology*, 19, 38-61.
- Gökdemir, N. ve Kurtoğlu, R. (2015). Küreselleşmenin dünya film endüstrisine etkisi ve Hollywood film endüstrisindeki yeni eğilimler. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 19(5), 37-51.
- Göknel, E. (2015). *Düşmandan teröriste*. Kanes Yayınları.
- Gündüz, Ş. (2016). Din ve şiddet paradoksu. *Milel ve Nihal*, 13(2), 8-31.
- IMDb. (1991). *Kızım olmadan asla*. Internet Movie Database, https://www.imdb.com/title/tt0102555/?ref_=fn_al_tt_1.
- IMDb. (2001, 2010). *24*. Internet Movie Database, https://www.imdb.com/title/tt0285331/?ref_=fn_al_tt_1.
- IMDb. (2004). *Tutku—Hz. İsa'nın çilesi*. Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt0335345/>.
- IMDb. (2006a). *Guantanamo yolu*. Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt0468094/>.
- IMDb. (2006b). *United 93*. Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt0475276/>.
- IMDb. (2008). *Soraya'yı taşlamak*. Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt1277737/>.
- IMDb. (2010). *Akılalmaz*. Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt0914863/>.
- IMDb. (2011, 2020). *Homeland*. Internet Movie Database, https://www.imdb.com/title/tt1796960/?ref_=fn_al_tt_1.
- IMDb. (2012). *Karanlık operasyon*. Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt1790885/>.
- IMDb. (2014a). *Ebu Gureyb'in çocukları*. Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt1965162/>.
- IMDb. (2014b). *Keskin nişancı*. <https://www.imdb.com/title/tt2179136/>
- Karakaya, H. (2018). Türk sinemasında din adamı tiplmesi. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 48-69.
- Karşlı, N. (2013). İslamofobi'nin psikolojik olarak incelenmesi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 13(1), 75-100.
- Kurdaş, E. M. (2021). Eğitimde film kullanımının önemi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 60, 222-244.

- Özkan, Z. ve Samur, Y. (2017). Oyunlaştırma yönteminin öğrencilerin motivasyonları üzerine etkisi. *Ege Eğitim Dergisi*, 18(2), 857-886.
- Öztürk, S. (2005). *Erken cumhuriyet döneminde sinema*. Elips Yayınları.
- Sarıgül, M. (2020). Bütün insanlığı öldürmek ya da yaşatmak: Maide Suresi'nin 32. âyetindeki yorum çeşitliliği üzerine bir inceleme. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(2), 1574-1601.
- Şimşek, M. ve Qadoos, A. (2020). İslam'da sosyal barışın sağlanmasında şiddete başvurmama ilkesi. *İslam Medeniyeti Dergisi*, 6(46), 25-49.
- Tahincioğlu, N. D. (2020). Avrupa'daki sağ popülist partilerin göçmen karşıtı söylemleri üzerine bir değerlendirme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 282-291.
- TDK. (2005). *Türk Dil Kurumu Türkçe sözlük*, Türk Dil Kurumu.
- Teksoy, R. (2005). *Dünya sinema tarihi*. Oğlak Yayınları.
- Tirmizî, E. İ. M. b. İ. (1975). *Sünenü 't-Tirmizi* (A. M. Şâkir, çev.).
- Türkmen, M. Y. ve Özçınar, M. (2020). 11 Eylül sonrası Hollywood sinemasında islamofobinin yeniden üretimi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1321-1343.
- Ural, A. (2012). Örgün eğitim ile kazanılan nitelikler. *Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 1-21.
- Ünal, A. (2015). Uyumlu bir dünya inşası bağlamında sinema ve din ilişkisi: "Life of pi" örneği. *International Journal of Sport Culture and Science*, 3(Special Issue 4), Article Special Issue 4, 567-583.
- Yel, A. M. (2000). Bir katolik tarikatı: Opus Dei. *Divan: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 9, 151-165.
- Yenen, İ. (2018). Türk sinemasında din adamı tiplerine tarihsel bir yaklaşım denemesi. *TRT Akademi*, 3(5), 284-302.
- Yetişkin, E. (2014). Güncel politik sinemayı yeniden düşünmek. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(2), 95-116.
- Yılmaz, H. (2012). İslam korkusunun/islamofobinin oluşmasında "cihad" algısının rolü. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16(1), 165-187.
- Yorulmaz, B. (2010). *Sinema ve din eğitimi*. [Doktora tezi], Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yorulmaz, B. (2013). Din eğitimine yardımcı bir araç olarak "tebliğ filmleri": "Horton hears a who" örneği. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 44, 247-262.
- Yorulmaz, B. (2015). *Sinema ve din*. Dem Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2017). 1896'dan günümüze Hollywood'un kötü adamları: Müslümanlar. H. Türkan (ed), *Küresel Siyaset ve Sinema Sempozyumu Tebliğler Kitabı*.
- Yorulmaz, B., Blizek, W. (2014). Islam in Turkish cinema. *Journal of Religion & Film*, 18(2). https://www.academia.edu/8587201/Islam_in_Turkish_Cinema.

Ethical approval

This study does not require Ethics Committee Permission as it does not fall within the scope of all kinds of research conducted with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using survey, interview, focus group study, observation, experiment, interview techniques, use of humans and animals (including materials/data) for experimental or other scientific purposes, clinical research on humans, research on animals, retrospective studies in accordance with the law on the protection of personal data.

Conflict of interest

There is no potential conflict of interest in this study.

**Türkiye’de müzik eğitimi bilim dallarında yapılan doktora tezlerinin içerik analizi
(2014-2021)**

**The content analysis of dissertations completed in the department of music teacher
education in Turkey (2014-2021)**

Gönderim Tarihi / Received: 08.02.2022

İlayda DUBAZ BÜKÜLMEZ¹

Kabul Tarihi / Accepted: 15.03.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1069921](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1069921)

ÖZ: Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de 2014-2021 yılları arasında Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Müzik Eğitimi/Öğretmenliği Bilim Dallarında yazılan doktora tezlerinin ortaya konmasıdır. Çalışma nitel yöntem araştırması olarak planlanmış ve bu bağlamda durum çalışması benimsenmiştir. Çalışmanın verileri, YÖK Ulusal Tez merkezinden toplanmış ve toplam 186 doktora tezine ulaşılmıştır. Söz konusu veriler içerik analizi ile çözümlenmiş ve ‘yıl, üniversite, konular, yöntem, desen ve örneklem grubu’ temaları ele alınarak yorumlanmıştır. Çalışmanın bulguları, söz konusu tezlerin çoğunluğunun, 2019 yılında, Gazi Üniversitesi’nde, çalgı eğitimi (keman eğitimi) konusunda yazıldığını, nicel yöntem ve deneysel desen benimsendiğini ve müzik öğretmeni adayları ile çalışıldığını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Müzik eğitimi, Doktora tezleri, İçerik analizi

ABSTRACT: The aim of this study is to reveal the dissertations written in the Music Education Teaching Departments of the Institute of Educational Sciences, Fine Arts Education between 2014-2021 in Turkey. The study was planned as a qualitative method research and a case study was adopted. The data of the study were collected from the YOK National Thesis Center and a total of 132 dissertations were reached. The aforementioned data were analyzed by content analysis and interpreted by considering the themes of 'year, university, subjects, method, design and sample group'. The findings of the study showed that the majority of these theses were written in 2019; at Gazi University; on instrument education (violin education), adopted quantitative method and experimental design, and studied with pre-service music teachers.

Keywords: Music education, Dissertations, Content analysis

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi/Türk Müziği Devlet Konservatuarı/Çalgı Eğitimi Bölümü, jdubaz@nku.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-4559-495X>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Music education research can be conducted with students of all ages and abilities and has an extremely important place in determining how they will guide their quality music education experiences (Draves et al., 2008). It can be said that the studies in music education doctoral programs will make an extremely important contribution to music education research and create a solid ground.

In the relevant literature, although there are many studies on the examination of postgraduate theses in the field of music (instrument, chorus, chamber music, vocal training, music technology) in Turkey (Çeşit, 2015; Babaç and Köse, 2018; Orhan and Gökçe, 2018; Güner, 2019; Delikara, 2019; Köşreli, 2020), there are relatively few studies on the examination of dissertations in the field of music education (Tapu, 2017; Gürler, 2021). The results of these and similar studies (Nichols, 2013; Soycan, 2021), studies in the field of music education in Turkey are mostly related to performance-related subjects such as instrument training and voice training. It can be concluded that the studies published on music education abroad are related to theoretical issues such as program and method. Examining dissertations in the field of music education/teaching is extremely important in terms of both understanding the focus of past research and guiding future research (Draves et al., 2008). In this research, dissertations in the Department of Music Education/Teaching in the Institute of Educational Sciences/ Graduate School, Fine Arts Education Department between 2014-2021 in Turkey were examined in terms of 'year, university, subjects, method, design and sample group'.

Methodology

This research was planned as a qualitative method research. The design of the research is case study. Case studies are a method in which a subject, person, program or phenomenon is defined in a real-life context with an in-depth evaluation process and the researcher has little intervention in the process (Yin, 2009; Crowe et al., 2011; Barrett, 2014). The study group consists of 186 dissertations written in the Department of Music Education/Teaching in Turkey between 2014-2021. All of the dissertations written in the mentioned years have been reached. The data were analyzed by performing content analysis. The data obtained in the study; year, university, subjects, method, design and sample group were analyzed through the determined themes. Frequency (f) and percentage (%) values were calculated using the SPSS 18 statistical program.

Findings and discussion

Most of the dissertations were written in 2019 (%19,9) and at least in 2015 (%5,4). It can be said that the theses did not show a significant increase over the years, and they were distributed evenly, except for 2015 and 2019. Dissertations were published mostly in Gazi University (%36,6) and at least in Ondokuz Mayıs University (%1,6). Moreover, in the distribution of dissertations by subject, it is seen that the majority of them are in the field of violin education (%11,8) and piano education (%10,8), which are included in the theme of instrument education (n = 84). This means that the majors of the majority of doctoral graduates in music education are violin and piano. Then, the most preferred method in dissertations were the quantitative method (%50,6), and the experimental (%24,2) and survey design (%15,1) were adopted as the design. Lastly, the majority of the sample group included in the dissertations are pre-service music teachers (%32,3).

Results and recommendations

The findings obtained in the research showed that the majority of the dissertations written in the Music Education Departments in Turkey were made in 2019, at Gazi University, in the field of instrument education (violin education), by adopting the quantitative method and experimental design, and with pre-service music teachers.

Based on the results of the research, it can be stated that although the categories preferred in the dissertations written in 2014-2021 are many in terms of quantity, there are also categories in which many subjects, samples, methods and designs are discussed in terms of quality. For example, in the subject area theme, it can be said that although it is thought that music education is intensively studied in the

field of instrument education, other fields are also studied and accordingly, music education is an innovative and open research area. In addition, based on the data obtained in the research, there is a need for researchers who have a command of the theoretical and theoretical structure for the method and design theme, who research and discover about the subject, and who can use the information correctly. Future studies on postgraduate theses written in the field of music education can be done with a wider range of years and more comprehensive themes. Through the data obtained in the research, it can be said that the postgraduate theses to be written in the field of music education in the future will form a basis and contribute significantly to the study of themes such as subjects, sample groups and methods that have been studied less or never in music education.

Giriş

Müzik eğitimi araştırmaları, her yaş ve yetenekte olan öğrenciler ile yapılabilir ve onların nitelikli müzik eğitimi deneyimlerine nasıl yön vereceklerini belirlemede son derece önemli bir yere sahiptir (Draves vd., 2008). Müzik eğitimi araştırmaları, insan doğasına ilham veren ve rehberlik eden düşüncelerin şekillenmesini içermeli ve söz konusu alana yönelik hem teorik hem deneysel çalışmaların kapsamlı ve sistematik bir şekilde üretilmesini hedeflemelidir (Jorgensen, 2008). Bu noktada müzik eğitimi araştırmalarına son derece önemli katkı sağladığı düşünülen müzik eğitimi doktora programlarındaki çalışmaların müzik eğitimi alanına sağlam bir zemin oluşturacağı söylenebilir.

Doktora programları adayın üreteceği özgün araştırma ile karakterize edilen ve genellikle tezin savunması ile sonuçlanan bir araştırma derecesidir (Kot ve Hendel, 2012). Müzik eğitiminde yapılan doktora programlarında müzik eğitimi alanında bağımsız araştırma yapabilen, bilimsel problemleri derinlemesine irdeleyen ve analiz edebilen bilim adamları yetiştirmek hedeflenmelidir (Phillips, 2008; YÖK, 2016). Söz konusu programların amacı öğrencilere müzik eğitimi alanında donanımlı araştırma kimliği kazandırmalı (Can vd., 2009), yetenekli ve özverili adayların kabul edilmesini sağlamalı ve onların güçlü yönlerini keşfetmesini sağlamalıdır (Madsen, 2003). Dahası, doktora öğrencilerinin akademik üretkenliğe sahip olmaları, yenilikçi bir bakış açısıyla kapsamlı ve nitelikli doktora tezleri üretmeleri de beklenir (Phillips, 2008). Doktora düzeyinde akademik titizliği korumak, teorik çerçeve ve güçlü bir içerik için önemlidir (Taylor ve Maxwell, 2004). Buradan hareketle, Türkiye’de doktora eğitimi, öğrenciye bağımsız araştırma yapma beceresi kazandırabilmeyi, yeni bilgiyi üretebilmeyi ve yeni uygulama alanlarını geliştirebilmeyi hedefler. Bunun yanı sıra doktora eğitimi, temeli araştırma olan ve çalışılan alanın felsefesi ve kültürüne hâkim olmayı gerektiren çok yönlü bir eğitim olmalıdır. Doktora öğrencisinin yeni yöntem ve uygulamaları ortaya koyması, bilgiyi analiz etmesi, değerlendirmesi ve eleştirel bakış açısı ile ele alması durumu, çalışılan alanı bilimsel açıdan geliştirebilir ve söz konusu alana katkı sağlayabilir (YÖK, 2018). Müzik eğitimi alanındaki doktora programları ise öğrencinin müzik eğitimi alanında (müzik kültürü, müzik teknolojisi, çalgı eğitimi vb.) bilgi ve becerisini üst düzeye taşımaya hedefleyen, müzik eğitimi alanındaki konulara hakim olan, sorunları tespit edebilen ve çözüm üretebilen nitelikli araştırmacılar yetiştirmelidir (Bilen, 2005). Ayrıca müzik eğitimi doktora programları, Türkiye’de Eğitim Bilimleri Enstitüsü/Lisansüstü Eğitim Enstitüsünün Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Müzik Eğitimi/Öğretmenliği Bilim Dallarında yer alan ve alanlarında uzmanlaşmış öğretim elemanlarının nitelikli ve sanatsal becerisi yüksek bireyler yetiştirdiği bir programdır (Özevin vd., 2021).

Konu ile ilgili literatürde, Türkiye’de özelde müzik alanında (çalgı eğitimi, koro, oda müziği, ses eğitimi, müzik teknolojileri gibi) yapılan lisansüstü tezlerinin incelenmesine yönelik çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen (Çeşit, 2015; Babaç ve Köse, 2018; Orhan ve Gökçe, 2018; Güner, 2019; Delikara, 2019; Köşreli, 2020), genelde müzik eğitimi alanında (Tapu, 2017; Gürler, 2021) yapılan lisansüstü tezlerinin incelenmesine yönelik görece az sayıda çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Tapu (2017) müzik öğretmenliği eğitimindeki lisansüstü tezlerin görünümünü incelediği çalışmada, yüksek lisans tezlerinin doktora tezlerine oranla fazla olduğunu, çoğunluğun nicel yöntemi benimsediğini ve örneklem grubu olarak lisans öğrencileri olduğunu saptamıştır. Spesifik olarak piyano eğitimi alanında lisansüstü tezlerin incelendiği bir çalışmada ise, 1995-2017 yılları arasındaki tezlerin çoğunun Gazi Üniversitesi’nde yazıldığı, yüksek lisans tezi olduğu, nitel yöntem ve betimsel desen benimsediği saptanmıştır (Babacan, 2021). Yurtdışında yapılan bir çalışmada ise, 1998-2002 yılları arasında müzik eğitimi alanında nitel yöntem kullanarak yapılan doktora tezlerinin çoğunluğunun durum çalışması (Case study) olduğu ve tez konularının ağırlıklı olarak çok kültürlülük, müzik programları ve öğretmen eğitimi olduğu saptanmıştır (Kantorski ve Stegman, 2006). Diğer yandan başka bir çalışmada, 1989-2017 yıllarında müzik eğitimi alanında yayınlanan çalışmaların çoğunluğunun nicel yöntemi benimsediği ve çalışılan konunun öğretim yöntem ve teknikleri olduğu saptanmıştır (Silvey vd., 2019). Bu ve benzeri (Nichols, 2013; Soycan, 2021) çalışmaların bulgularından hareketle, Türkiye’de müzik eğitimi alanında yapılan çalışmaların yoğun olarak çalgı eğitimi, ses eğitimi gibi performansla yönelik konular ile ilgili olduğu, yurtdışında ise müzik eğitimi ile ilgili yayınlanan çalışmaların program, yöntem gibi kuramsal konular ile ilgili olduğu sonucu çıkarılmıştır.

Yukarıda yapılan açıklamalardan hareketle, müzik eğitimi/öğretmenliği alanındaki doktora tezlerinin incelenmesi hem geçmişte yapılan araştırmaların odağını anlamak hem de gelecekte yapılacak olan araştırmalara yön verme açısından son derece önemlidir (Draves vd., 2008). Lisansüstü çalışmalarda konunun, yöntemin ve diğer unsurların belirlenmesi araştırmacılar için önemli bir aşamadır (Tebiş ve Okay, 2013). Ayrıca Türkiye’de Müzik Eğitimi Bilim Dallarında yapılan doktora tezlerinin tespit edilme durumu, müzik eğitimi alanında yapılacak olan araştırmaların daha nitelikli olmasına, yenilikçi bakış açısı ile ele alınmasına ve söz konusu alanda ele alınmayan konuların çalışılmasına olanak sağlayabilir.

Bu çalışma, Müzik Eğitimi Bilim Dallarındaki doktora tezlerinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmaması bakımından önemlidir. Söz konusu alanda öğrenim gören ve görececek olan öğrencilere konu seçiminde yol göstereceği düşünülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, Türkiye’de 2014-2021 yılları arasında Eğitim Bilimleri Enstitüsü/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Müzik Eğitimi/Öğretmenliği Bilim Dalındaki doktora tezleri incelenmiştir.

Araştırmanın amacı ve sorular

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de 2014-2021 yılları arasında Eğitim Bilimleri Enstitüsü/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Müzik Eğitimi/Öğretmenliği Bilim Dalındaki doktora tezlerinin, ‘yıl, üniversite, konular, yöntem, desen ve örneklem grubu’ açısından ele alınarak incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Yayınlanan doktora tezlerinin yıllara göre dağılımı nasıldır?
2. Yayınlanan doktora tezlerinin üniversitelere göre dağılımı nasıldır?
3. Yayınlanan doktora tezlerinin konulara göre dağılımı nasıldır?
4. Yayınlanan doktora tezlerinin yöntem ve desene göre dağılımı nasıldır?
5. Yayınlanan doktora tezlerinin örneklem grubuna göre dağılımı nasıldır?

Yöntem

Araştırmanın deseni

Bu araştırma nitel yöntem araştırması olarak planlanmıştır. Araştırmanın deseni ise durum çalışmasıdır. Durum çalışmaları, bir konu, kişi, program veya olgunun gerçek yaşam bağlamında derinlemesine bir değerlendirme süreci ile birlikte nasıl tanımlandığı ve araştırmacının sürece müdahalesinin az olduğu bir yöntemdir (Yin, 2009; Crowe vd., 2011; Barrett, 2014). Durum çalışmalarında, kavramsal geçerlik, bağlam ve sürecin anlaşılabilirliği ve neden-sonuç arasında bağlantı kurması gibi özellikler, söz konusu desenin güçlü yönlerindedir (Flyvbjerg, 2011).

Çalışma grubu

Çalışma grubunu, Türkiye’de 2014-2021 yıllarında Müzik Eğitimi/Öğretmenliği Bilim Dalında yazılmış olan 186 doktora tezi oluşturmaktadır. Söz konusu yıllarda yazılan doktora tezlerinin yalnızca bir tanesinin erişimi kısıtlandığı için ulaşılamamış, geri kalan diğer tüm tezlere ulaşılmıştır.

Veri toplama süreci ve analizi

Çalışmada elde edilen verilere YÖK Ulusal Tez Merkezinden detaylı bir tarama yapılarak ulaşılmıştır. Veriler, detaylı arama bölümünde yer alan enstitü, anabilim dalı, bilim dalı, yıl ve tez türü kısımlarına sırasıyla ‘Eğitim Bilimleri Enstitüsü/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, Müzik Eğitimi/Öğretmenliği Bilim Dalı, 2014-2021 yılları ve doktora tezi’ seçilerek toplanmıştır. Söz konusu veriler, içerik analizi gerçekleştirilerek çözümlenmiştir. Nitel içerik analizi, metindeki kategorileri sistematik olarak sınıflandırarak, metin içeriğinin özne olarak yorumlanması için kullanılır (Hsieh ve Shannon, 2005). Kategorilerin verilerden ortaya çıkmasına izin verir ve analiz edilen kategorilerin anlamını kavramayı amaçlar (Bryman, 2016). İçerik analizi süreci, hazırlık aşamasında uygun verilerin toplanması ve verilerin anlamlandırılması, verilerin düzenlenmesi ve sonuçların veriler ile arasındaki bağlantıya dikkat edilerek raporlanmasıdır (Elo vd., 2014).

Çalışmada elde edilen veriler; yıl, üniversite, konular, yöntem, desen ve örneklem grubu olmak üzere belirlenen temalar aracılığıyla analiz edilmiştir. Söz konusu verilerin frekans (f) ve yüzde (%) değerleri SPSS 18 istatistiksel yazılım programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Bu bölümde çalışma grubunda yer alan doktora tezlerine ilişkin analizlere yer verilmiştir.

Tablo 1: Tezlerin yıllara göre dağılımı

Yıl	f	%
2014	24	12,9
2015	10	5,4
2016	19	10,2
2017	20	10,8
2018	22	11,8
2019	37	19,9
2020	22	11,8
2021	32	17,2
Toplam	186	100,0

Tablo 1’de görüldüğü gibi, araştırmada ele alınan doktora tezlerinin en çok 2019 (%19,9) ve en az 2015 (%5,4) yılında yapıldığı görülmektedir. Tezlerin yıllara göre önemli bir artış göstermediği, 2015, 2019 ve 2021 yılı dışında dengeli dağıldığı söylenebilir.

Tablo 2: Tezlerin üniversitelere göre dağılımı

Üniversite	f	%
Gazi Üniversitesi	68	36,6
Necmettin Erbakan Üniversitesi	34	18,3
İnönü Üniversitesi	25	13,4
Marmara Üniversitesi	21	11,3
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	16	8,6
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	10	5,4
Dokuz Eylül Üniversitesi	5	2,7
Uludağ Üniversitesi	4	2,2
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	3	1,6
Toplam	186	100,0

Tablo 2’de görüldüğü gibi, araştırmada ele alınan doktora tezlerinin en çok Gazi Üniversitesi’nde (%36,6) ve en az Ondokuz Mayıs Üniversitesi’nde (%1,6) yapıldığı görülmektedir. Diğer yandan, Necmettin Erbakan Üniversitesi (%18,3) de yoğunluğun olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Tezlerin konularına göre dağılımı

Konular	f	%
Çalgı Eğitimi		
Keman Eğitimi	22	11,8
Piyano Eğitimi	20	10,8
Gitar Eğitimi	11	5,9
Bağlama Eğitimi	9	4,8
Viyolonsel Eğitimi	6	3,2
Flüt Eğitimi	5	2,7
Viyola Eğitimi	4	2,2
Klarnet Eğitimi	2	1,1
Ud Eğitimi	2	1,1
Klasik Kemençe Eğitimi	1	,5
Kabak Kemane Eğitimi	1	,5
Ney Eğitimi	1	,5
Müzik Teknolojisi/Bilgisayar Destekli Eğitim	11	5,9
Ses Eğitimi	11	5,9
Müziksel İşitme Yazma Okuma	8	4,3
Müzik Öğretim Yöntemleri	7	3,8
Türk Müziği	7	3,8
Özel Eğitim	5	2,7
Koro/Koro Yönetimi	4	2,2
Müzikal Yetenek	4	2,2
Oda Müziği	3	1,6

Konular	f	%
Performans Kaygısı	3	1,6
Okul Şarkıları Öğretimi	3	1,6
Öğrenme Stratejileri /Stilleri	2	1,1
Öğretim Programları	2	1,1
Yaratıcılık	2	1,1
Okulöncesi Müzik Eğitimi	2	1,1
Müzik Terapi	2	1,1
Okul Çalgıları	2	1,1
Analitik Müzik Dinleme	1	,5
Müzik Felsefesi	1	,5
Eser İnceleme/Analiz	1	,5
Zihin Alışkanlıkları	1	,5
Eşlik	1	,5
Duygudurum	1	,5
Müzik Tercihi	1	,5
Armoni	1	,5
Üstün Zekalı ve Yetenekliler	1	,5
Başarı	1	,5
Opera	1	,5
Program Geliştirme	1	,5
Müzik Eğitimi Kurumları	1	,5
Benlik	1	,5
Öğretmen ve Müzisyen Kimliği	1	,5
Öğrenme Çıktıları	1	,5
Vurmalı Çalgılar	1	,5
İnsani Gelişme Endeksi	1	,5
Askeri Bando Şefliği	1	,5
Entonasyon	1	,5
Sinir Dili Programlama (NLP)	1	,5
Pozitif Psikoloji	1	,5
Güncel Popüler Müzik	1	,5
Çokkültürlülük	1	,5
Toplam	186	100,0

Tablo 3’te görüldüğü gibi, çalışmada ele alınan doktora tezlerinin konulara göre dağılımında çoğunluğun çalgı eğitimi (n = 84) temasında yer alan keman eğitimi (%11,8) ve piyano eğitimi (%10,8) alanında yapıldığı görülmektedir. Bunun anlamı, müzik eğitimi alanındaki doktora mezunlarının çoğunluğunun branşının keman ve piyano olduğudur. Diğer yandan, söz konusu tezlerdeki çoğunluğu oluşturan diğer bir konu alanı ise müzik teknolojisi- bilgisayar destekli eğitimi (%5,9) ve ses eğitimi (%5,9)’dir. Dolayısıyla, müzik eğitimi araştırmalarında çalgı eğitiminden sonra müzik teknolojileri ve ses eğitiminin alana önemli bir rolü olduğu söylenebilir. Son olarak doktora tezlerinde çalışılan birçok konu alanı olmasına rağmen, tercih edilme durumları diğer alanlara göre görece az sayıda olan alanların (Müzik felsefesi, çokkültürlülük gibi) olması müzik eğitimi araştırmalarındaki konu çeşitliliğinin olduğunu göstermiştir.

Tablo 4: Tezlerin yöntem ve desenine göre dağılımı

Yöntem	f	%	Desen	f	%			
Nitil Yöntem	30	16.1	Durum Çalışması	11	5,9			
			Eylem Araştırması	6	3,2			
			Belirtilmemiş	6	3,2			
			Belgesel Tarama	3	1,6			
			Tarihi Araştırma	1	,5			
			Olgubilim Deseni	1	,5			
			Tasarım ve Geliştirme Araştırması	1	,5			
			Bloom’un Taksonomi Modeli	1	,5			
			Nicel Yöntem	94	50.6	Deneysel Desen	45	24,2
						Tarama Deseni	28	15,1
						Yarı Deneysel Desen	7	3,8
Tarama Deseni- Deneysel Desen	6	3,2						
Korelasyonel Araştırma	2	1,1						

Yöntem	f	%	Desen	f	%
			Faktöriyel Desen	2	1,1
			Tek Denekli Araştırma Deseni	2	1,1
			Ölçek Uyarlama	1	,5
			Davranışlar Arası Çoklu Yoklama Modeli	1	,5
Karma Yöntem	62	33,3	Betimsel Boyut- Deneysel Desen	23	12,4
			Açımlayıcı Sıralı Desen	17	9,1
			Durum Çalışması- Deneysel Desen	7	3,8
			Yarı Deneysel- Görüşme yöntemi	2	1,1
			Gömülü Desen- Deneysel Desen	2	1,1
			Belirtilmemiş	2	1,1
			Ardışık Sıralı Desen	1	,5
			İç İççe Karma Desen	1	,5
			Çok Amaçlı Desen	1	,5
			Olgubilim Deseni- Korelasyonel Araştırma	1	,5
			Tarama Deseni- Görüşme yöntemi	1	,5
			Delphi Tekniği- Deneysel desen	1	,5
			Keşfedici desen	1	,5
			Yakınsayan paralel desen	1	,5
			Sıralı-araştırıcı Desen	1	,5
Toplam	186	100,0	Toplam	186	100,0

Tablo 4'te görüldüğü gibi, araştırmada ele alınan doktora tezlerinde en çok tercih edilen yöntem, nicel yöntem (%50,6) ve desen ise deneysel (%24,2) ve tarama deseni (%15,1)'dir. Tercih edilen diğer bir yöntem ise karma yöntem (%33,3)'dir. Karma yöntemde birçok desen benimsenmiş ve çoğunluğu nitel ve nicel yöntemde yer alan desenler ile ifade edilmiştir (Betimsel boyut-deneysel desen, durum çalışması-deneysel desen gibi). En çok tercih edilen desen ise betimsel ve deneysel desen (%12,4)'dir. Son olarak doktora tezlerinde en az benimsenen yöntem ve desenin nitel yöntem (%30) ve durum çalışması (%5,9) olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Tezlerin örneklem grubuna göre dağılımı

Örneklem Grubu	f	%
Müzik Öğretmeni Adayları	60	32,3
Lisans Öğrencileri (Müzik Bölümü/Konservatuvar)	17	9,1
Güzel Sanatlar Lisesi Öğrencileri	15	8,1
Doküman (Eser, Program, Kayıt)	12	6,5
İlkokul Öğrencileri	7	3,8
Lisans Öğrencileri ve Öğretim Elemanları	6	3,2
Sanatçı- Müzisyen	6	3,2
Lisans Öğrencileri (Alan Dışı)	6	3,2
Öğretim Elemanları	8	4,3
İlköğretim Öğrencileri	4	2,2
Lisans ve Güzel Sanatlar Lisesi Öğrencileri	3	1,6
Engelli Bireyler	5	2,7
Güzel Sanatlar Lisesi Öğretmenleri ve Öğretim Elemanları	2	1,1
Müzik Öğretmenleri	2	1,1
Müzik Öğretmeni Adayları ve Konservatuvar Lisans Öğrencileri	2	1,1
Öğretim Elemanları ve Müzik Öğretmeni Adayları	2	1,1
5- 6 Yaş	2	1,1
Özel Yetenekli Çocuklar	2	1,1
Anaokulu, İlkokul ve Ortaokul Öğrencileri	2	1,1
Güzel Sanatlar Lisesi Öğrencileri ve Öğretmenleri	2	1,1
9- 10 Yaş	1	,5
9- 12 yaş	1	,5
13-15 Yaş	1	,5
18-33 Yaş	1	,5
Lise Öğrencileri	1	,5
Lise Mezunları	1	,5

Örneklem Grubu	f	%
Kursiyerler	1	,5
Konservatuvar Öğrencileri (Ortaokul ve Lise)	1	,5
Lisansüstü Öğrenciler	1	,5
Müzik Öğretmeni Adayları ve Güzel Sanatlar Lisesi Öğretmenleri	1	,5
Müzik Öğretmeni Adayları ve Lisans Mezunları	1	,5
Anadolu Lisesi Öğretmenleri	1	,5
Özel Eğitim Öğretmeni	1	,5
7. Sınıf Öğrencileri	1	,5
4. Sınıf Öğrencileri ve Sınıf Öğretmenleri	1	,5
Konservatuvar ve Güzel Sanatlar Lisesi Öğrencileri	1	,5
Öğretim Elemanları ve Yazarlar	1	,5
Bando Şefleri	1	,5
Yazılım ve Uzmanları	1	,5
Çocuk Korusu	1	,5
Müzik Öğretmeni ve Ortaokul Öğrencileri	1	,5
Toplam	186	100,0

Tablo 5’te görüldüğü gibi araştırmada ele alınan doktora tezlerinin örneklem grubunun çoğunluğunun müzik öğretmeni adayları (%32,3) olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra tercih edilen örneklem grupları sırasıyla, konservatuvarda ve müzik bölümlerinde öğrenim gören lisans öğrencileri (%9,1) ve Güzel Sanatlar Lisesi öğrencileri (%8,1)’dir. Son olarak, doktora tezlerinde en az tercih edilen örneklem grupları da mevcuttur (Lisansüstü öğrenciler, kursiyerler gibi).

Sonuç, tartışma ve öneriler

Araştırmada elde edilen bulgular, Türkiye’de Müzik Eğitimi Bilim Dallarında yazılan doktora tezlerinin çoğunluğunun 2019 yılında, Gazi Üniversitesi’nde, çalgı eğitimi (keman eğitimi) alanında, nicel yöntem ve deneysel desen benimsenerek ve müzik öğretmeni adayları ile yapıldığını göstermiştir. İlk olarak, doktora tezlerinin yıllara yönelik bulgusunda, doktora tezinin en çok 2019 (n = 37) ve 2021 (n = 32) yılında olduğu görülmüştür. Bu bulgu, viyola eğitimi (Özay, 2020), çalgı eğitimi (Güçlü vd., 2021) ve flüt eğitimi (Soycan, 2021) alanında yazılmış olan çalışmalardan elde edilen bulgularla tutarlıdır. Diğer yandan, doktora tezlerinin en az 2015 (n = 10) yılında olduğu görülmüştür. 2015 yılında sayımın düşük olmasının sebebi, doktora öğrencisinin programdan mezun olma süresi ve önceki yıllara bağlı olarak doktora programlarına kayıtların azlığı ya da çokluğu ile ilgili olabilir. Araştırmanın diğer bir bulgusu, doktora tezlerinin en çok Gazi Üniversitesi’nde (n = 68) yapıldığını göstermiştir. Bu bulgu, müzik eğitimi (Tapu, 2017; Aksaray, 2019; Gürler, 2021), çalgı eğitimi (Güçlü vd., 2021), keman eğitimi (Akın, 2016; Güner, 2019) ve flüt eğitimi (Yapalı, 2015; Soycan, 2021) alanlarında yazılmış olan çalışmalardan elde edilen bulgularla tutarlıdır. Dolayısıyla Gazi Üniversitesi’nde genelde müzik eğitimi özelde ise çalgı eğitimi alanında en çok lisansüstü tezinin yazıldığı görülmüştür.

Araştırmada konu alanlarına yönelik elde edilen bulgular, doktora tezlerinin en çok çalgı eğitimi (n = 84) alanında yapıldığı ve söz konusu alanda yer alan keman eğitimi (n = 22) ağırlıklı olmak üzere, sırasıyla piyano eğitimi (n = 20) ve gitar eğitiminde (n = 11) yapıldığını göstermiştir. Bu bulgu, çalgı eğitimi (Özer ve Demirbatır, 2021), keman eğitimi (Tebiş ve Okay, 2013; Güner, 2019), piyano eğitimi (Tapu, 2017) ve gitar eğitimi (Öztutgan, 2016) alanında yazılmış olan çalışmalardan elde edilen bulgularla tutarlıdır. Nitekim konu ile ilgili literatürde de yer alan çalışmaların çoğu keman eğitimi (Kurtaslan, 2018) ve piyano eğitimi (İnal ve Zahal, 2020; Babacan, 2021) gibi alanlarda olduğundan, genel olarak müzik eğitimi alanındaki yoğunluğun da çalgı alanında olması beklenen bir durumdur. Doktora tezlerinde tercih edilen diğer bir konu alanı ise, müzik teknolojisi/bilgisayar destekli eğitim (n = 11) ve ses eğitimi (n = 11) olmuştur. Bu bulgu, müzik teknolojisi ve ses eğitimi alanında yazılmış olan çalışmalardan elde edilen bulgularla tutarlıdır (Delikara, 2019; Köşreli, 2020). Özetle, 2014-2021 yılları arasında yapılmış olan doktora tezlerinin çalgı eğitiminin yanı sıra diğer alanlarda da yapıldığını göstermiştir.

Diğer bir başka bulgu, doktora tezlerinde en çok tercih edilen yöntem ve desenin, nicel yöntem ve deneysel desen olduğunu göstermiştir. Nitekim, genelde eğitim bilimlerinde istatistiksel verilere dayalı çalışmaların daha güvenilir olması düşüncesi, özelde ise müzik eğitiminde yapılan çalışmaların özellikle de çalgı eğitimi alanının içinde barındırdığı performans ve uygulamanın nicel yöntem ve deneysel desen

tercih edilerek kullanılması durumuna bağlı olabilir. Bu bulgu, müzik eğitimi alanında yazılmış olan çalışmalardan elde edilen bulgularla tutarlıdır (Tapu, 2017; Ataman, 2019). Ayrıca doktora tezlerinde en çok tercih edilen ikinci yöntem karma yöntem olmuştur. Karma yöntem araştırmalarındaki doktora tezlerinde tercih edilen desenlerin (Creswell ve Clark, 2011), karma yöntemin gerektirdiği teorik çerçeveye uymadığı ve rapor edilmediği söylenebilir (betimsel boyut-deneysel desen gibi). Son olarak, doktora tezlerinin örneklem grubuna yönelik bulgusu, yoğunluğun müzik öğretmeni adayları (n = 60) ile çalışıldığını göstermiştir. Bu bulgu, müzik eğitimi alanında yazılmış olan çalışmada elde edilen bulgu ile tutarlıdır (Gürler, 2021). Müzik eğitimi araştırmalarında genellikle çalışılan örneklem grubunun müzik öğretmeni yetiştiren Eğitim Fakültelerinin Müzik Eğitimi Anabilim Dallarındaki öğretmen adayları olması durumu, yapılan çalışmaların sonuç ve önerileri doğrultusunda hem söz konusu adayların gelişimine hem de eğitim programlarının geliştirilmesi bakımından önemlidir.

Araştırmanın sonuçlarından hareketle, 2014-2021 yılları arasında yazılmış olan doktora tezlerinde tercih edilen kategoriler nicelik bakımından çoğunluğu oluştursa da, nitelik bakımından çeşitli (Türk müziği, benlik, çokkültürlülük gibi) kategoriler de vardır. Örneğin, konu alanı temasında, müzik eğitime yönelik çalgı eğitimi alanında yoğun olarak çalışıldığı düşünülse de diğer alanlara yönelik de çalışıldığı ve buna göre müzik eğitiminin yenilikçi ve geliştirmeye açık bir araştırma alanı olduğu söylenebilir. Ayrıca araştırmada elde edilen bulgulardan hareketle, yöntem ve desen temasına yönelik olarak kuramsal ve teorik yapıya hâkim olan, konu hakkında araştıran, keşfeden ve bilgiyi doğru şekilde kullanabilen araştırmacılara ihtiyaç vardır. Müzik eğitimi alanında yazılmış lisansüstü tezler ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalar daha geniş yıl aralığı ve daha kapsamlı temalar ile yapılabilir. Araştırmada elde edilen veriler aracılığıyla gelecekte müzik eğitimi alanında yazılacak lisansüstü tezlerin, müzik eğitiminde az ya da hiç çalışılmamış konu, örneklem grubu, yöntem gibi temaların çalışılmasına dayanak oluşturacağı ve önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akın, N. (2016). *Türkiye’de keman eğitimi alanında yazılmış lisansüstü tezlerin konu ve türleri yönünden incelenmesi* (Tez No. 435234) [Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi.
- Aksaray, Ö. (2019). *Müzik alanında yazılan tezlerin bibliyometrik analizi* (Tez No. 601546) [Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi.
- Ataman, Ö. G. (2019). Müzik öğretmenliği bilim dallarında yapılan flüt ile ilgili lisansüstü tezlerde araştırma eğilimleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(41), 113-132. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.581255>
- Babacan, E. (2021). Türkiye’de piyano ile ilgili yapılan lisansüstü araştırmaların içerik analizi: (1995-2017). *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1159-1191. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.869110>
- Babaç, E. E., ve Köse, H. S. (2018). Türkiye’de 2011-2018 yılları arasında koro alanında yapılmış olan lisansüstü tezlerin bazı parametreler bakımından incelenmesi. *Çevrimiçi Müzik Bilimleri Dergisi*, 3(1), 32-55. <https://doi.org/10.31811/ojomus.430359>
- Barrett, J. R. (2014). Case study in music education. C. M. Conway (Ed.), *The Oxford handbook of qualitative research in American music education* (s. 113–132). Oxford University Press.
- Bilen, S. (2005). Lisansüstü müzik öğretmenliği programlarının karşılaştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, Özel Sayı 1, 257-263.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. (5. Bs.). Oxford University Press.
- Can, A. A., Can, Ü. K., ve Bağcı, H. (2009, 1-3 Mayıs). *Lisansüstü müzik eğitimi programlarıyla ve gerçekleştirilen araştırmalarla ilgili sorunlar ve çözüm önerileri* [Konferans sunumu]. I. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongresi, Çanakkale. <http://www.eab.org.tr/eab/2009/cd.php>
- Creswell, J. W., and Clark, V. L. P. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. (2. Bs.). Sage.
- Crowe, S., Cresswell, K., Robertson, A., Huby, G., Avery, A., and Sheikh, A. (2011). The case study approach. *BMC Medical Research Methodology*, 11, Article 100. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-11-100>

- Çeşit, C. (2015). Türkiye’de viyola üzerinde yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 38, 445-462. <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3035>
- Delikara, A. (2019). Türkiye’de müzik teknolojileri alanında yapılmış lisansüstü tezler. *Ekev Akademi Dergisi*, 23(79), 1-16.
- Draves, T. J., Cruse, C. S., Mills, M. M., and Sweet, B. M. (2008). Subjects in Music Education Research: 1991-2005. *Bulletin of the Council for Research in Music Education*, 176, 19-29. <https://www.jstor.org/stable/40319430>
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., and Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *SAGE Open*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2158244014522633>
- Flyvbjerg, B. (2011). Case study. N. K. Denzin, and Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (s. 301-316). Sage.
- Güçlü, O., Mustul, Ö., ve Kaleli, Y. S. (2021). Müzik eğitiminde bireysel çalgılara yönelik yapılmış olan lisansüstü çalışmaların karşılaştırmalı olarak incelenmesi: Bir içerik analizi çalışması. *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 12(45), 790-807. <http://dx.doi.org/10.35826/ijoes.2938>
- Güner, S. U. (2019). *Ülkemizde keman ve keman eğitimi alanlarında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi (1986-2018)* (Tez No. 560696) [Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi.
- Gürler, D. A. (2021). Müzik öğretmenliği alanında yapılan araştırmalar üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(80), 1858-1880. <https://doi.org/10.17755/esosder.870215>
- Hsieh, H. F., and Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- İnal, İ., ve Zahal, O. (2020). *Piyano alanında yayımlanan ulusal tez ve makaleler üzerine bir içerik analizi çalışması (1987-2020)* [Konferans sunumu]. VI. Uluslararası Müzik ve Dans Kongresi, Alanya.
- Jorgensen, E. R. (2008). Questions for music education research. *Music Education Research*, 10(3), 331-346. <https://doi.org/10.1080/14613800802280050>
- Kantorski, V. J., and Stegman, S. F. (2006). A content analysis of qualitative research dissertations in music education, 1998-2002. *Bulletin of the Council for Research in Music Education*, 168, 63-73. <https://www.jstor.org/stable/40319461>
- Kot, F. C., and Hendel, D. D. (2012). Emergence and growth of professional doctorates in the United States, United Kingdom, Canada and Australia: a comparative analysis. *Studies in Higher Education*, 37(3), 345-364. <https://doi.org/10.1080/03075079.2010.516356>
- Kösreli, S. (2020). Türkiye’de ses eğitimi alanında yazılmış lisansüstü tezlere yönelik bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(5), 3651-3668. <https://doi.org/10.15869/itobiad.708104>
- Kurtaslan, Z. (2018). Türkiye’de yaylı çalgılarda yay teknikleri üzerine yapılan lisansüstü tez çalışmalarının incelenmesi. *Fine Arts*, 23(4), 57-70.
- Madsen, C. K. (2003). Instruction and supervision of graduate students in music education. *Research Studies in Music Education*, 21(1), 72-79. <https://doi.org/10.1177/1321103X030210010601>
- Nichols, B. E. (2013). The first 20 years: A content analysis of the journal of music teacher education, 1991-2011. *Journal of Music Teacher Education*, 22(2), 73-84. <https://doi.org/10.1177/1057083712473117>
- Orhan, Ş. Y., ve Gökçe, A. (2018). Türkiye’de oda müziği alanında yapılmış lisansüstü tezler. Z. Karacagil, ve E. Anaz (Eds.), *Sosyal Bilimlerde Güncel Tartışmalar İnsan Çalışmaları I* (s. 96-104). Bilgin Kültür Sanat Yayınları.
- Özay, S. (2020). Türkiye’de viyola alanında yazılmış lisansüstü tezler. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16, Eğitim ve Toplum Özel Sayısı, 6344-6361. <https://doi.org/10.26466/opus.784467>
- Özer, Z., ve Demirbatır, R. E. (2021). Müzik eğitimi ile ilgili TR dizin veri tabanında yayımlanan araştırmaların eğilimlerinin belirlenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 282-304. <http://dx.doi.org/10.35826/ijoes.2938>
- Özevin, B., Canakay, E. U., ve Beylik, Ç. (2021). Müzik öğretmenliği ve lisansüstü eğitim: Dokuz Eylül Üniversitesi örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(3), 516-526.

- Öztutgan, Z. (2016). Türkiye’de gitar alanında yapılan lisansüstü tezlerin analizi ve değerlendirilmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 684-708.
- Phillips, K. H. (2008). Graduate music education. *Research & Issues in Music Education*, 6(1). Article 2. <https://commons.lib.jmu.edu/rime/vol6/iss1/2>
- Silvey, B. A., Sims, W. L., Pohlman, G., and Regier, B. J. (2019). A Content analysis of update: Applications of research in music education (1989–2017). *Update: Applications of Research in Music Education*, 38(1), 55-62. <https://doi.org/10.1177/8755123319829193>
- Soycan, M. (2021). Türkiye’de 2010-2020 yılları arasında yapılan flüt konulu lisansüstü tezlerin incelenmesi: İçerik analizi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41(3), 2153-2187.
- Tapu, I. K. (2017). Müzik öğretmenliği eğitimi sürecinin lisansüstü tezlerdeki görünümü. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 4(11), 504-513.
- Taylor, N., and Maxwell, T. W. (2004). Enhancing the relevance of a professional doctorate: The case of the doctor of education degree at the University of New England. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, 5(1), 60-69.
- Tebiş, C., ve Okay, H. H. (2013). Türkiye’de müzik sanatı ve eğitiminde keman ve viyola konulu lisansüstü tezlerin konu ve yöntem olarak incelenmesi. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*, 2(2).
- Yapalı, Y. (2015). *Ülkemizde flüt ve flüt eğitimi alanlarında yapılan lisansüstü tezlerinin incelenmesi* (Tez No. 407629) [Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods*. (4. Bs.). Sage.
- YÖK. (2018). *100/2000 YÖK doktora bursları. Gelecek 10 yıl için güçlü nesiller yetiştirme projesi*. Yükseköğretim Kurulu Yayını.
- YÖK. (2016, 20 Nisan). Lisansüstü eğitim ve öğretim yönetmeliği. *Resmi gazete*. 1 Ekim 2021 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=21510&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5> adresinden erişildi.

Etik kurul onayı

Bu çalışmada açık erişimi olan veriler kullanılması ve analiz edilmesi sebebi ile bu çalışma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Okul öncesi dönemde yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine okul öncesi öğretmenlerinin bakış açısı ve yaratıcılık terimi
Preschool teachers' perspectives on science activities that improve creativity in preschool period and creativity term

Gönderim Tarihi / Received: 15.02.2021

Zülfikar GÜVENİR**1

Kabul Tarihi / Accepted: 03.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.880823](https://doi.org/10.31795/baunsobed.880823)

ÖZ: Bu araştırma okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık ile ilgili görüşlerini ve planlarında okul öncesi dönemde yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer verme durumlarını ortaya çıkarma amacıyla yapılmıştır. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden örnek olay yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem grubunu Uşak İli Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmi anasınıfı ve anaokullarında görev yapan 15 okul öncesi öğretmeni oluşturmuştur. Araştırmada okul öncesi öğretmenlerine; "Yaratıcılık terimini nasıl tanımlarsınız?" ve "Günlük eğitim akışlarınızda çocukların yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yer verir misiniz? Niçin?" soruları sorulmuş, okul öncesi öğretmenlerinin verdikleri cevaplar yarı yapılandırılmış görüşme formu vasıtası ile elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formuyla elde edilen sonuçlar betimsel analiz tekniğiyle değerlendirilip, tematik analiz yoluyla verilerin analizleri yapılmıştır. Araştırmada, okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılığa ilişkin tanımlamalarında; orijinallik, yenilik, özgünlük, özgür bir ortamda farklı şey ya da ürünler üretme, sosyal kabul ve sosyal faydası olma kavramlarına yoğunlaştıkları görülmüştür. Okul öncesi öğretmenlerinin okul öncesi dönemde yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine günlük eğitim akışlarında yer verme durumlarına bakıldığında ise öğretmenlerin büyük çoğunluğunun çocukların yaratıcılığını geliştiren fen etkinliklerine günlük eğitim akışlarında yer verdikleri görülmüştür. Yaratıcılığı geliştirecek fen etkinlik ve uygulamalarına yönelik öneriler çalışmada sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık kavramı, Okul öncesi dönem, Okul öncesi yaratıcı fen etkinlikleri

ABSTRACT: This research was carried out to reveal the opinions of preschool teachers about creativity and the situation of including science activities that improve creativity in the preschool period in their plans. The case study method, one of the qualitative research designs, was used in the research. The sample group of the study consisted of 15 preschool teachers working in official kindergarten and kindergartens affiliated to the Ministry of National Education in Uşak. Preschool teachers in the research; "How would you define the term creativity?" and "Can you include science activities that will improve children's creativity in their daily education streams? Why?" questions were asked, and the answers given by preschool teachers were obtained through a semi-structured interview form. In this study in which the case study method was used, the results obtained with the semi-structured interview form were evaluated with the descriptive analysis technique, and the data were analysed by thematic analysis. In the findings of the research, it was seen that preschool teachers focused on the concepts of originality, innovation, genuineness, social acceptance and social utility, and producing different things or products in a free environment in their definitions of creativity. Considering the pre-school teachers' inclusion of science activities that improve creativity in their daily education streams, it was seen that most of the teachers included science activities that improve children's creativity in their plans. In the study, suggestions for science activities and practices that will improve creativity are presented.

Keywords: The Concept of creativity, Preschool period, Preschool creative science activities

¹ Öğretmen, Millî Eğitim Bakanlığı, zulfikarguvenir@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5506-5608>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Early childhood occupies an important place in human life, as it is the time period in which most of the mental and physical development takes place. Science education is of great importance in supporting the areas of physical, mental, motor, social and emotional development. It has been stated that children should be directed to science activities in pre-school age so that they can better understand science concepts in their later life (Babaroğlu ve Metwalley, 2018).

Children who interact with their environment will access answers about the events and concepts that they observe through preschool science activities. Preschool science education is an important field in terms of providing information about how the world surrounding the individual Works (Aslan, Şenel-Zor ve Tamkavas-Cicim, 2015). Preschool period is the period in which children begin to develop science concepts and scientific knowledge and skills necessary for life (Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006; Kara, 2007). For this reason, an educational program that is appropriate to the nature of preschool education and takes into account their learning and readiness levels and the concepts of science and nature education is important (Babaroğlu ve Metwalley, 2018). This program will attract the attention of children and will satisfy their feelings of curiosity.

The concept of creativity, which is defined in many different ways due to its complex structure (Beghetto, 2010), is included in the learning and innovation dimension of 21st century skills (Kylonen, 2012). Creativity is the essence of innovative thinking, which offers solutions and important products in the dimensions of innovation, economy, usefulness and success (DeHaan, 2011). There are also those who tend to equate creativity with originality and authenticity (Beghetto, 2010). Creativity is the ability to produce something original that has a certain value, namely meaning, related to finding connections among things that were not previously connected (Cachia et al., 2009). Teachers' use of creativity in science activities will provide effective results in terms of children's science learning and science future. Preschool teachers with a high level of creativity will be able to offer different experiences to their students, and these conditions will positively support the creativity of students in pre-school science education (Ölçer ve Özdemir, 2018).

Methodology

The case study method, one of the qualitative research designs, was used in the research. This research was carried out to reveal the opinions of preschool teachers about creativity and the situation of including science activities that improve creativity in the preschool period in their plans. The sample group of the study consisted of 15 preschool teachers working in official kindergarten and kindergartens affiliated to the Ministry of National Education in Uşak. In the study, convenience sampling method was used for sample selection. The data of the study were obtained by interview method from preschool teachers in the first semester of the 2019-2020 academic year. The data were evaluated using the descriptive analysis technique.

Findings and discussion

In the study, themes were created within the scope of the questions asked to the teachers. Teachers' views relate to these themes were presented. The questions and the themes created in this context are given below.

"Do you include science activities that will improve children's creativity in the daily education plan? Why?"

Preschool teachers' views on the theme of including creative science activities are as follows: giving a sense of self-confidence and expressing oneself comfortably, providing learning by having fun with creative science activities, active participation, providing learning by doing / experiencing / discovering, research / examination, trial / error, enabling children to think differently, to produce different and original ideas/products, providing inquiry-based learning under teacher guidance, increasing children's interest in science education and keeping their curiosity alive, creating science-related knowledge and

skills for them, providing children with the opportunity to make experiments and observations, enabling children to get to know themselves, living things and their environment, increasing intrinsic motivation, providing imagination and mental skill development, providing an environment of free thinking

Preschool teachers' views on the theme of not including creative science activities are as follows: limited time, students' low level of readiness, to require a certain preliminary preparation, lack of appropriate equipment and environment.

“How do you define the term creativity?”

Preschool teachers' views on the theme of definitions of creativity are as follows: creating authentic, original ideas or products with a social benefit and acceptance, the ability to express oneself freely, expressing the individual's differences, imagination and things in mind with music or shapes, things that occur spontaneously or in emergencies, producing new things in a free environment without stereotype, being able to do, live and present ordinary things in a different way, observing the world from a different perspective, acting out of the ordinary.

Results and recommendations

This study was carried out to determine whether preschool teachers include science activities that will improve creativity in their daily education plans and their views on creativity. In the study, themes were formed such as the reasons for including preschool teachers' creative science activities, the reasons for not including them, and the teachers' definitions of creativity.

It can be said that the teachers' views regarding the situation of including science activities that will improve creativity coincide with the teacher's views in the literature studies. The idea that science education and activities improve children's creativity is an indisputable fact (Eshach, 2006; Hadzigeorgiou vd., 2012; Daud vd., 2012). Supporting the teacher's views with literature can be interpreted as supporting and developing creativity due to the structure of science activities. Preschool science activities contribute to the development of children's creativity skills (Sağlam ve Aral, 2015). There are many discourses around creativity in the context of science education in the form of pedagogical slogans such as creative science, creative problem solving and creative inquiry (Hadzigeorgiou, 2016). The features of science activities such as coming from life and being a part of natural life attract children's interest and curiosity (Sağlam and Aral, 2015) and contribute to their creativity directly or indirectly.

Based on the study data, the following recommendations can be made for researchers:

Qualitative and quantitative research can be done relate to create an exemplary science activity plan that will improve creativity.

Science activities that develop creativity can be examined in terms of gender and parental occupation variables.

Studies can be conducted on how teachers apply science activities that develop creativity and which methods and techniques they use in the process of applying these activities.

Giriş

Bireylerin meraklı, her şeyi sorgulan, öğrenmeye hevesli aynı zamanda zihinsel ve fiziksel gelişiminin büyük kısmının gerçekleştiği zaman dilimi olması sebebiyle erken çocukluk dönemi insan yaşamında önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle, çocukların fiziksel, zihinsel, motor, sosyal ve duygusal gelişim alanlarının her birinin ayrı ayrı desteklenmesi (Çiçekler vd., 2020) hassas öneme sahip olan bu dönem sürecinde bireyin tüm gelişim alanlarının doyurulmasına yardımcı olunmalıdır. Fen eğitimi; fiziksel, zihinsel, motor, sosyal ve duygusal gelişim alanlarının desteklenmesinde büyük öneme sahiptir. Çocukların sonraki yaşamlarında fen kavramlarını daha iyi anlayabilmeleri için okul öncesi çağda fen etkinliklerine yönlendirilmeleri gerektiği ifade edilmiştir (Babaroğlu ve Metwalley, 2018). Okul öncesi çağ ve fen eğitiminin önemi dikkate alındığında bu dönemde fen eğitimine niçin odaklanılması gerektiği daha anlaşılır hale gelmektedir.

Fen bilimi, çocuğun çevresindeki çekici ve şaşırtıcı zenginliğin eğitimidir. Fen; çocuğun bedeninin, nefes alıp verdiği havanın, bakımını üstlendiği hayvanın, bindiği vasıtaların, günlük hayatta yenilip içilenlerin, çevredeki ışık ve elektriğin, gökyüzündeki ay ve güneşin kısacası yaşamın kendisinin eğitimidir. Fen eğitimi, insanların yaşadıkları çevreyi anlayıp yorumlamasını sağlayan, onların bu karmaşık çevrede bir düzenlilik arama düşüncesini tetikleyen bilgi ve becerilerin özünü oluşturan bir doğa bilimidir (Hançer, Şensoy ve Yıldırım, 2003).

İlk olarak okul deneyimlerini okul öncesi dönemde yaşayan çocuklar, öğretmenleri arkadaşları ve çevreleriyle etkileşim imkânı bulurlar. Çevresiyle etkileşime giren çocuklar, gözlemledikleri olay ve kavramlara ilişkin cevaplara okul öncesi fen etkinlikleriyle erişeceklerdir. Okul öncesi dönem fen eğitimi, bireyi çevreleyen dünyanın nasıl bir işleyişe sahip olduğuna ilişkin bilgi vermesi yönünden önemli bir alandır (Aslan, Şenel-Zor ve Tamkavas-Cicim, 2015). Okul öncesi dönem, çocukta fen kavramlarının oluşmaya, yaşam boyu gerekli olan bilimsel bilgi ve becerilerin gelişmeye başladığı dönemdir (Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006; Kara, 2007). Bu sebeple, okul öncesi eğitimin doğasına uygun, çocukların öğrenme ve hazırbulunuşluk düzeyleri ile fen doğa eğitiminin kavramlarını dikkate alan (Babaroğlu ve Metwalley, 2018), çocukların ilgisini çekerek merak duygularını gideren okul öncesi eğitim programları hazırlanıp çocuklara uygulanmalıdır.

Genelde soyut ve karmaşık olan fen kavramlarının, anlama ve kavrama yerine daha çok ezberlenerek öğrenildiği ve fen eğitime karşı çoğunlukla olumsuz tutum sergilenildiği olguları dikkate alındığında, yaşamın erken dönemlerinden itibaren çocukların fen eğitimine yönelik olumlu tutum geliştirmelerine imkân sağlanmalıdır (Ayvacı, Devocioğlu ve Yiğit, 2002). Böylece belirtilen olumsuz durumların önüne geçilebilecektir. Okul öncesi fen etkinlikleri, çocukların fene ve bilime yönelik tutumları üzerinde uzun süreli bir etkiye sahiptir (Spektor-Levy, Baruch ve Mevarech, 2013). Bilimsel düşünme ve ifade etme yeteneğiyle birlikte fen sevgisi çocuklara küçük yaşlardan itibaren verilme başladığında onların fen yöntem ve kavramlara ilişkin olumlu tutum kazanmaları sağlanacaktır (Ölçer ve Özdemir, 2018).

Okul öncesi öğretmenlerinin lisans eğitim süreçleri boyunca yüzeysel düzeyde fen eğitimi almaları, onların sınıflarında fen konularını çocuklara öğretirken çekingen davranmalarına (Havu-Nuutinen, Sporea ve Sporea, 2017) ve fen etkinliklerine günlük eğitim akışlarında diğer etkinliklere oranla daha az yer vermelerine neden olmaktadır (Ölçer ve Özdemir, 2018). Bu durumlar çocukların fen konularını istenilen düzeyde öğrenememelerine yol açmaktadır (Greenfield, Jirout, Dominguez, Greenberg, Maier ve Fuccillo, 2009). Okul öncesi öğretmenlerinin kendilerini daha güvende hissettikleri için biyoloji terimlerini içeren yaşam bilimleri konularına etkinliklerde daha çok yer verdikleri görülmüştür (Ölçer ve Özdemir, 2018). Okul öncesi öğretmenlerinin diğer fen disiplinlerindeki konu alan bilgileri arttırılarak kendilerine güven duymaları sağlanmalıdır. Bu şekilde, fen eğitiminin bir bütün olarak tüm yönleriyle çocuklara verilmesine katkı yapılacaktır. Okul öncesi çağ fen eğitim içeriği erken çocukluk dönemine has belirgin farklılıklar içermektedir (Kara, 2007; Babaroğlu ve Metwalley, 2018). Okul öncesi dönemdeki çocukların dikkat sürelerinin kısa olduğu göz önüne alınarak okul öncesi fen etkinlikleri eğlenceli hale getirilmeli ve çocukların fen etkinliklerine katılım ile katılım süreleri arttırılmalıdır.

Okul öncesi öğretmenlerin fen etkinlikleriyle ilgili yaşadıkları sorunlardan birisi de okul öncesi eğitim programında bulunan fen kavramlarının öğrencilerin seviyesine uygun olmadığını düşünmeleridir (Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006). Uygulanabilecek fen etkinlik örneklerinin 2013 yılında güncellenen okul öncesi eğitim programında yer alması, okul öncesi eğitiminde fen etkinliklerinin uygulanabilirliğinin açık bir göstergesidir. Ayrıca fen kavramlarının okul öncesi dönem çocuklarının seviyeleri için uygun olduğu ve bu dönem çocuklarına kazandırılmasının gerekli olduğu ifade edilebilir. Fen etkinlikleri yoluyla öğrencilerin; karşılaştırma ve sınıflama yapma, ayrıntılara dikkat etme, gözlem yapma, deneme yanılma, neden-sonuç ilişkisi ve hipotez kurma gibi bilimsel süreç becerileriyle ilgili kazanımları edinmeleri ve deneylere etkin olarak katılmaları sağlanmalıdır (Ayvacı vd., 2002; Ayvacı, 2010; Çınar, 2013). Fen etkinlikleri, “Çocukları dikkat etmeye, soru sormaya, merak etmeye, gözlemlemeye, araştırmaya, incelemeye ve keşfetmeye yönelen etkinlikler” şeklinde belirtilmiştir (MEB., 2013). Öğretmenler, çocukların problem çözme becerilerini geliştirecek, onlara çevrelerinde olan fen kavram ve olaylara yönelik öğrenme fırsatları sunacak, anlamlı öğrenme, eleştirel düşünme ve bilimsel düşünce biçimlerini kazandıracak (Karaer ve Kösterelioğlu, 2005) fırsatlar sağlamalıdır. Çocukların araştırma inceleme yapabilecekleri, sebep-sonuç ilişkileri kurabilecekleri, değişik görüşler öne sürerek tahminde bulunup çıkarım yapabilecekleri öğretim unsurları fen programı ile bütünleştirildiğinde okul öncesi fen eğitiminde öğrencilerin yaratıcılığı desteklenecektir (Çınar, 2013). Öğrenenin; özgür, bağımsız ve özerk olması (Gomes, 2005) bu duruma katkı yapacaktır. Altun Yalçın ve Yalçın (2018), yaptıkları uygulama sonunda çocukların STEM eğitimine yönelik metaforlarında yaratıcılığa vurgu yapan ifadelerin yer aldığını belirtmişleridir. Strong (2013); araştırmasında uyguladığı etkinliklerin çocukların bilimsel süreç becerileri ile birlikte yaratıcılıklarını da geliştirdiğini ifade etmiştir. Elkin, Sullivan ve Bers (2014), okul öncesi çağda Montessori sınıflarında uygulanan çalışmaların çocukların yeni fikirler üretebilme ve yaratıcılık becerilerini geliştireceğini ifade etmişlerdir. Cho ve Lee (2013), fen etkinliklerini içeren eğitim programının çocukların yaratıcılıklarını geliştirdiklerini belirtmiştir. Ayrıca Ölçer ve Özdemir (2018) okul öncesi çocukları ve öğretmenleriyle birlikte gerçekleştirdikleri çalışmalarında öğretmenin yaratıcılığının çocukların fen öğrenimini anlamlı derecede yordadığı sonucuna ulaşmışlardır. Tüm bu araştırmalar dikkate alındığında fen eğitiminin yaratıcılığa olumlu katkıları görülmektedir.

Karmaşık yapısı itibariyle çok sayıda ve farklı şekillerde tanımlanan (Beghetto, 2010), 21. yy becerilerinin öğrenme ve yenilik boyutu içerisinde yer alan yaratıcılık (Kylonen, 2012) kavramı; yenilik, ekonomiklik, kullanışlılık ve başarı boyutlarında çözüm ve önemli ürünler kazandıran yenilikçi düşüncenin özüdür (DeHaan, 2011). Yeniliğin yaratıcılığın önemli bir unsuru (Chang vd., 2018) olduğunu söyleyenler olduğu gibi, yaratıcılığı orijinallikle ve özgünlükle eşitleme eğiliminde olanlar da vardır (Beghetto, 2010). Yaratıcılığın yenilik ve kullanışlılık boyutu toplumdaki insanların ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Ayrıca yenilik ve kullanışlılığın ölçüsü kişiye özgü, öznel olgular olarak kaçınılmaz bir şekilde kültürel ve tarihsel dönemlere bağlıdır (Piffer, 2012). Bir araba ya da bulaşık makinesi ilk icat edildiği dönem itibariyle yaratıcı ürünler olarak algılanabilirken günümüzde sıradan birer günlük olaylar halini almışlardır. Bilim adamları, sanatçılar, müzisyenler, kısacası toplumun her kesiminden insanlar kendi ihtiyaçları ekseninde yeni ve kullanışlı olan her şeyi kendi dünya görüşlerine göre yaratıcılık şeklinde tanımlayabilmektedirler (Piffer, 2012).

Yaratıcılık, şaşırtıcı ama anlaşılır, aynı zamanda değeri olan ve bir anlam ifade eden yeni fikirler üretme yeteneği şeklinde ele alındığında yenilik ve kıymet, bilimsel yaratıcılığın iki koşulu veya özelliği olmalıdır (Hadzigeorgiou vd., 2012). Yaratıcılık, daha önce bağlantılı olmayan şeyler arasındaki bağlantıları bulmakla ilgili belirli bir değeri, kıymeti yani anlamı olan özgün bir şey üretme yeteneğidir (Cachia vd., 2009). Yenilik ve faydalılık birçok yaratıcılık tanımı için bir kilit taşı olarak görülmüştür (Leggett, 2017). Öyleyse yaratıcılığı; yeni, kullanışlı ve faydalı, bireyler için kıymetli, anlamlı ve değerli olan, kültürel ve tarihsel dönem açıdan sıradan olmayan, şeklinde tanımlamak mümkündür.

Yatıcılık ve boyutlarının yaratıcılık ölçütleri açısından olumlu ve olumsuz yönleri çeşitli yazarlarca tartışılmış, her araştırmacı kendi çalışma alanıyla ilgili farklı yaratıcılık tanım ve ölçütleri üretmiştir. Yaratıcılık çoğu başka alanlarda da olabileceği gibi iyi veya kötü yönde kullanılabilir. Yaratıcılığın tıpkı zekâ gibi dünyayı yıkma, kurtarma ya da bunları denemeyi içeren süreçlerde kullanılabilen bir yetenek olduğu ifade edilmiştir (Yahn ve Kaufmann, 2016). Araştırmacılar sürekli bir gelişim sağlama adına

yaratıcılıkla ilgili belli başlı alanlarda çalışmalarını sürdürmektedirler. Birçok araştırmacı, özel bir ilgi alanına odaklanmadıkça, yaratıcılığın özünü aramanın tam olarak zahmetli ve yorucu bir şey olduğu sonucuna varmıştır (Hargrove, 2013).

Sawyer (2006), yaratıcılığın ancak içinde gerçekleştiği sosyal ve kültürel bağlamda anlaşılabilirliğini savunarak sosyo-kültürel bir odağı ele almaktadır. Yaratıcı süreç kültürel çıktılarını filizlenmesine olanak verir (Gabora ve Smith, 2018). Yaratıcılık kültürünün gelişimini destekler. Yaratıcılığın ifade edildiği her kültür ve çevrede farklı şekillerde anlaşılması, onun üretildiği bağlamın anlaşılmasını gerektirir (Wechsler, 2006). İnsanların yaşadığı toplumun kültürel yapısı, kişisel ve dini inançları kısacası toplumun dinamikleri yaratıcılığı etkilemektedir.

Öğrencileri, öğretmenleri ve dolaylı olarak aileleri de kapsayan okul çevresinde yaratıcılığın gelişmesi ve okul kültürünün ayrılmaz bir unsuru olarak yer alması, öğrencilerde gerçek, hakiki, özgün ürün ve fikirlerin oluşmasına öncülük etmesi açısından oldukça önemlidir. Yaratıcılık eğitimi, öğrencilerin geleceğin kestirilemeyen taleplerinin karşılanmasında önemli rol oynamaktadır (Kind ve Kind, 2007). Öğrenciler, bugünün dünyasından daha karmaşık ve belirsizliklerin olacağı, önemli ve hızlı değişimlerin gerçekleşeceği, hakkında çok az şey bildiğimiz bir dünyada yaşamaya hazır olmalıdırlar (Hodson, 2003). Geleceğin mühendisi, doktoru, bilim insanı, tamircisi, teknisyeni, siyasetçisi vb. olacak toplumun içinde bulunan çocuklar iş ve görevlerinde yaratıcılıklarının kendilerine kazandırdıklarını kullanarak alışılmışın dışında, daha otantik, nitelikli ve kaliteli ürünler ortaya koyacaklardır. Bu durumda o toplum, uluslararası sahnede eğitim, ekonomi, teknoloji gibi alanlarda yeni ve yeniliklerin öncüsü olacaktır.

Yaratıcılık, Jordan ve Carlile (2013)'in ifadesiyle inkâr edilemez bir sosyal davranıştır. Okulun sosyal davranışların sergilendiği bir ortam olduğu düşünüldüğünde okulun önemli bir ögesi olan öğretmenlerin fen etkinliklerinde yaratıcılığı kullanmaları, çocukların fen öğrenimi ve bilim geleceği açısından etkili sonuçlara gebe olacaktır. Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık düzeyi çocukların fen öğrenimini anlamlı derecede etkileyecektir (Ölçer ve Özdemir, 2018). Öğretmenlerin yaratıcılığı; çeşitli yetenek ve özelliklere sahip olan çocukların, farklı düşüncelere açık ve hoşgörülü olmalarına, kendilerini ifade ediş biçimindeki farklılıkların saptanmasına, bağımsızlıklarının desteklenmesine ve dilediğince hareket edebilen bireyler olmalarına katkı sağlayacaktır (Meral ve Şahin, 2019). Yaratıcılık seviyesi açısından üst düzeyde olan okul öncesi öğretmenleri öğrencilerine daha farklı yaşantılar sunabilecek, bu koşullar okul öncesi fen eğitiminde öğrencilerin yaratıcılıklarını olumlu yönde destekleyecektir (Ölçer ve Özdemir, 2018).

Sınıflarında özel yaratıcı yöntem ve teknikleri uygulayan öğretmenler, çocukların yaratıcı yeteneklerini geliştirmede geleneksel öğretim yaklaşımlarını takip eden öğretmenlerden daha etkilidir (Esquivel, 1995). Fen içerik bilgisinin sağlam olarak anlaşılması da dahil olmak üzere, fen okuryazarlığının geliştirilmesi ve çocukların açık uçlu bilimsel sorgulamalarla eğlenceli şekilde yaratıcılığı deneyimlemelerinin önemli olduğu, yaşama ilgili ve uygulanabilir fen içeriğinin bilinmesi gerekliliği ancak fen sevgisini çocuklara işlemenin daha önemli olduğu belirtilmiştir (Taylor, Jones, Broadwell ve Oppewal, 2008). Eğitim kurumlarında öğretilen fen eğitimi etkinlikleri, öğrencilerin yaratıcı düşünme kalitesini artırmaya yardımcı olabilecek alanları içinde barındırır (Daud, Omar, Turiman ve Osman, 2012). Fen bilgisi eğitimi çocuklara yaratıcı düşünme becerisi kazandırmaktadır (Hançer vd., 2003). Ayrıca yaratıcılık odaklı fen eğitimi etkinlikleri çocukların yaratıcılıklarını geliştirmede önemli rol oynamaktadır (Gomes, 2005). Çocukların eğitim ihtiyaçlarını en iyi bilen ve onlara ilk fen deneyimlerini kazandıracak kişi olan okul öncesi öğretmeni, fen eğitiminde yaratıcılığı geliştirici etkinliklerin planlanıp derslerde uygulanmasından sorumludur. Öğrencilerin olası bilimsel fikirleri ve yaratıcı hayal güçlerini ortaya çıkarmak ve dikkatlerini çekecek sorular geliştirmek için öğretmenlerin, iyi düzeyde fen konu bilgisi, yaratıcı zihin ve eğilime sahip olmaları gerekmektedir (Girod, Rau ve Schepige, 2003).

Alan yazında, okul öncesi dönem çocukların yaratıcılık düzeylerini etkileyen unsurlar (Kara, 2007), erken çocukluk eğitiminde yaratıcılığın konum ve önemi (Güvenir ve İnel Ekici, 2019), mezun durumunda olan anasınıfı öğretmen adaylarına göre uygulama okullarındaki etkinliklerin yaratıcılık bağlamında değerlendirilmesi (Sönmez Ektem, 2017), erken çocukluk öğretmenlerinin yaratıcılığa yönelik inançları ve bu inançların gözlemler yoluyla etkinlik uygulamalarıyla uyuşup uyuşmadığının

(Cheung, 2012) saptanması gibi okul öncesi dönem yaratıcılık kavramıyla ilgili çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıca, küçük çocuklarda yaratıcılığı teşvik etmek için yaratıcılık odaklı fen etkinlikleri kullanma (Gomes, 2005), fen etkinliklerinin okul öncesi çağ çocuklarında yaratıcılığı teşvik etmeye etkisi (Mirzaie, Hamidi ve Anaraki, 2009), erken yıllarda fen eğitiminde sorgulamaya dayalı ve yaratıcı yaklaşımlar arasındaki eğitimsel birliktelik ve uyum (Cremin, Glauert, Craft, Compton ve Styliandou, 2015), bilim insanlarının ve fen öğretmenlerinin okul öncesi fen eğitimi ve fen öğretmeni hazırlığı hakkındaki algı, farklılık ve benzerliklerini tespit etme (Taylor vd.,2008), öğretmenler tarafından belirlenen beceri ve kazanımları içeren, işbirlikçi, bağımsız ve eleştirel düşünmeyle problem çözme kapsayan sorgulayıcı yaklaşımla biyoloji derslerinde öğrencilerin bireysel veya grup olarak yaratıcılığını destekleme (Haigh, 2003), okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık düzeyleri ve okul öncesi dönem çocukların fen öğrenimi (Ölçer ve Özdemir, 2018) gibi fen ile yaratıcılığı birlikte ele alan çalışmalara da rastlanılmaktadır. Okul öncesi dönem fen eğitimine ilişkin, hangi tür fen öğretim yeterliklerinin verimli olabileceği ve öğretmenlerin çocukları fen eğitimi açısında güçlendirmek için ne tür pekiştirmeler yapması gerektiği (Andersson ve Gullberg, 2014), okul öncesi öğretmenlerinin fen eğitimine ilişkin görüşleri ve hizmet içi eğitim ihtiyaçları (Erden ve Sönmez, 2011; Aslan, vd., 2015), okul öncesi öğretmenlerin fen eğitimine ilişkin tutumları (Babaroğlu ve Metwalley, 2018), okul öncesi öğretmenlerin fen etkinlikleri hakkındaki görüşleri (Sağlam ve Aral, 2015) gibi çalışmalar alan yazında mevcuttur.

Öğretmenlerin, okul öncesi çağda yaratıcılığı destekleyen fen etkinliklerine günlük eğitim akışlarında yer verme durumlarını inceleyen herhangi bir çalışmaya alan yazında rastlanılmamıştır. Havu-Nuutinen ve arkadaşları (2017), doğaları gereği oldukça meraklı olan küçük çocukların sürekli fikirlerini test etmekle meşgul olduklarını ve insanlarda keşfedilmeyi bekleyen bir potansiyelin var olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca bu potansiyelin, bireylerin yaratıcılığını harekete geçirdiğini, gelişen ve geliştirilebilen bir süreç olan yaratıcılığın bireylerde keşfedilerek desteklenmesi gerektiğini de belirtmişlerdir. Çocukların yaratıcılıklarının geliştirilmesinde okul ortamında sunulan yaşantılar büyük önem taşımaktadır (Özer ve Polat Yıldırım, 2019). Yetişkinler genellikle çocukların hayal güçlerini benzersiz şekilde ifade etme biçimlerine hayran olurlar, ancak çocukların fikirlerini ortaya çıkaracak araçları sunma ve kendilerine güven duymalarını sağlayacak bir ortam oluşturmak için genellikle öğretmen desteğine ihtiyaç vardır (Cheung, 2010). Çocuğun nitelikli bir öğrenme süreci yaşamasını sağlayan, yeniliğin, özgünlüğün ve farklılığın yansımaları olan yaratıcılığın, bilimsel beceri ve fen kavramlarının oluşmaya başladığı okul öncesi dönemde (Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006) fen etkinlikleriyle geliştirilmesi ve fen kavramlarını çocuklara kazandırmanın önemli olması gibi sebeplerle bu çalışmada; çocuklara yönlendirici destek sağlayan okul öncesi öğretmenlerinin günlük eğitim akışlarında yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerine yer verme durumları ve yaratıcılıkla ilgili görüşlerini ortaya çıkarma amaçlanmıştır. Bu kapsamda aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

- Yaratıcılık teriminin tanımı nasıldır?
- Okul öncesi öğretmenlerinin günlük eğitim akışlarında çocukların yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yer verme / verememe durumları nasıldır?

Yöntem

Bu çalışmada, ilgili verilerin katılımcılardan elde edildiği (Creswell, 2002) nitel araştırma yaklaşımlarından özel durum çalışması ya da diğer bir adıyla örnek olay yöntemi kullanılmıştır. Örnek olay çalışması, bir durumun kapsamlı olarak anlaşılması ve hakkında bilgi elde edilebilmesi için bütün olarak ele alındığı (Özmen ve Karamustafaoğlu, 2019), eğitim alanında farklı konuları anlamada ne, niçin ve nasıl sorularının kullanıldığı bir yöntemdir (Çepni, 2012). Bu çalışmada okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılıkla ilgili görüşleri ve okul öncesi dönemde yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer verme durumlarının incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın verileri, 2019-2020 eğitim öğretim döneminin birinci yarısında okul öncesi öğretmenlerinden görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Çalışma verileri 2020 yılı öncesinde elde edildiği için etik kurul raporu bulunmamaktadır. Öğretmenler çalışmada gönüllü olarak yer almışlardır. Okul öncesi öğretmenlerinin günlük eğitim akışlarında yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerine yer verme durumları ve yaratıcılıkla ilgili görüşlerini ortaya çıkarma amacıyla araştırmacı tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda önceden

hazırlanan planlanmış sorular yer aldığı için bu yöntemle elde edilen bilgiler karşılaştırılabilir ve sistemli bilgilerdir (Türnüklü, 2000). Yarı yapılandırılmış görüşme formu iki kısımdan oluşmaktadır. Formun birinci kısmında çalışmaya katılan öğretmenlerin yaş, mesleki tecrübe, eğitim durumu ve cinsiyetlerine ilişkin bilgilerin yer aldığı sorular bulunmaktadır. Formunun ikinci kısmında ise öğretmenlerin günlük eğitim akışlarında yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerine yer verme durumları ve yaratıcılıkla ilgili görüşlerinin belirlenmesine yönelik açık uçlu sorular bulunmaktadır. Alan yazın incelemesiyle elde edilen açık uçlu soruların geçerlilik ve güvenilirlik çalışması için uzman görüşlerine başvurulmuştur. Görüşme formundaki sorular uzman görüşlerine göre düzenlenmiş ve forma son şekli verilmiştir. Görüşmeler, öğretmenlerden randevu alınarak, uygun oldukları zamanlarda okulun boş bir odasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, katılımcıların kendilerini rahat ve güvende hissedebilmeleri, onlardan daha samimi ve içten cevaplar elde edebilme amacıyla herhangi ses ve video kaydı yapılmamış, önceden hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmanın ne ile ilgili olduğu ne için kullanılacağı ve amacını açıkça belirten yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulamaları 8- 15 dakika sürmüştür. Ayrıca katılımcılara araştırmayla ilgili sormak istediklerini çekinmeden sorabilecekleri ifade edilmiştir. Katılımcılar araştırmada gönüllü olarak yer almışlardır.

Araştırmada, çalışma evreninden örneklem seçimi için uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcılarını Uşak il merkezinde Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmi okullarda görev yapan 15 okul öncesi öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan okul öncesi öğretmenlerinin sınıfları orta seviyede ekonomik gelir düzeyine sahip ailelerin çocuklarından oluşmaktadır. Çalışmaya katılan okul öncesi öğretmenlerine ait demografik özellikler Tablo 1'de verilmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin hepsinin lisans düzeyinde eğitim aldığı, 36-40 yaş aralığında altı öğretmen, 31-35 yaş aralığında altı öğretmen, 26-30 yaş aralığında iki öğretmen, 25 yaş ve altında ise bir öğretmenin bulunduğu, üç öğretmenin erkek, 12 öğretmenin ise kadın olduğu, mesleki tecrübe yönünden ise 16-20 yıl arası iki öğretmen, 11-15 yıl arası dokuz öğretmen, 6-10 yıl arası üç öğretmenin olduğu görülmektedir. Katılımcıların gizliliğine önem verilmiş ve 1.katılımcı (K1), 2. katılımcı (K2) şeklinde belirtilmiştir.

Tablo 1: Çalışmaya katılan okul öncesi öğretmenlerinin demografik özellikleri

	Eğitim Durumu	Yaş	Cinsiyet	Mesleki Tecrübe
K1	Lisans	38	Kadın	14
K2	Lisans	37	Kadın	12
K3	Lisans	40	Erkek	17
K4	Lisans	39	Kadın	17
K5	Lisans	25	Kadın	4
K6	Lisans	35	Kadın	12
K7	Lisans	34	Kadın	11
K8	Lisans	32	Kadın	9
K9	Lisans	37	Kadın	14
K10	Lisans	37	Erkek	14
K11	Lisans	30	Kadın	9
K12	Lisans	33	Kadın	11
K13	Lisans	28	Kadın	6
K14	Lisans	32	Kadın	12
K15	Lisans	35	Erkek	13

Yarı yapılandırılmış görüşme formundan edinilen veriler, betimsel analiz tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir. Betimsel analiz tekniğinde, görüşme metinlerinden doğrudan alıntılarla problemle ilgili veri üst tema, kategori veya alt tema şeklinde verilir. Tematik analizde esas olarak üst temayla ilgili alt temaların neler olduğu ve bu alt temalarda katılımcıların görüşlerinin nasıl olduğu meydana çıkarılır. Katılımcıların görüşlerinin temalarla ilişkilendirilmesi araştırmanın iç geçerliliğini artırmaktadır. Gözlem, görüşme veya doküman yöntemiyle toplanan veriler, doğrudan alıntılarla betimsel bir üslupta sunulur. Betimsel analizde önemli olan husus oluşturulan bir temayla ilgili katılımcıların söylediklerine herhangi yorum yapmadan olduğu gibi sunmaktır (Günbay, 2019). Elde edilen verilerin analizinde öncelikle bütün veriler okunmuş, bu verilere göre her bir soru üst tema olarak belirlenmiş, daha sonra bu üst temalara ilişkin alt temalar belirlenerek öğretmenlerin görüşleri benzer alt temalar altında toplanmış ve betimsel analiz yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formundan edinilen doküman metinlerinin analizi iki araştırmacı tarafından yapılmıştır. Farklı zaman ve mekanlarda gerçekleştirilen iki çözümleme arasındaki tutarlılık bir uyuşum yüzdesi sağlar. Uyuşum yüzdesi için $p = \frac{Na \times 100}{Na + Nd}$ formülü kullanılmıştır (Bakeman ve Gottman, 1997). Burada P: Uyuşum yüzdesini, Na: Uyuşum miktarını ve Nd: Uyuşmazlık miktarını ifade etmektedir. Şencan (2005), %70 ve üzerindeki uyuşum yüzdesinin güvenilir olarak kabul edilebileceğini belirtmiştir. Çalışmada, araştırmacılar arasındaki uyuşum yüzdesi %78 olarak hesaplanmıştır. Buna göre araştırmacılar arasındaki uyum oranının kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir. Analizdeki farklı kısımlar ile ilgili araştırmacılar ortak karar almış ve analize son hali verilmiştir.

Bulgular ve tartışma

Araştırmanın bu kısmında, okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık kavramı ve eğitim planlarında yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerine yer verme durumlarına yönelik açık uçlu sorulara verilen cevapların analizleri yer almaktadır. Okul öncesi öğretmenlerinin görüşme formundaki sorulara verdikleri cevapların tema analizi yapılmış ve bazı öğretmen görüşlerine yer verilmiştir. Öğretmenlere sorulan “Günlük eğitim akışlarınızda çocukların yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yer verir misiniz? Niçin?” sorusuyla öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yönelik bakış açılarının nasıl olduğu, bu etkinlikler hakkında neler düşündükleri ve yaratıcı fen etkinliklerine yer verme nedenleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yaratıcılığı geliştirecek fen etkinlikleri ifadesi kimi zaman yaratıcı fen etkinlikleri şeklinde ifade edilmiştir. Yaratıcı fen etkinliklerine yer verme nedenleriyle ilgili tema analizi Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Okulöncesi öğretmenlerinin yaratıcı fen etkinliklerine yer verme nedenlerine ilişkin tema analizi

Yaratıcı Fen Etkinliklerine Yer Verme Nedenleri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Özgüven/ kendine güven duygusu vermesi ve kendini rahat ifade etme	X	X			X										
Yaratıcı fen etkinlikleriyle eğlenerek öğrenmeyi sağlama					X		X		X						
Aktif katılım, yaparak/yaşayarak, araştırma/inceleme, deneme/yanılma ve keşfederek öğrenmeyi sağlama							X	X					X		
Çocuklara farklı düşünce, özgün fikir ve ürünlerin üretimini sağlama					X				X	X					
Öğretmen rehberliğinde sorgulamaya dayalı öğrenme sağlama			X										X		
Çocukların fen eğitimine olan ilgisini arttırma ve meraklarını canlı tutma, onlara fen eğitimiyle ilgili bilgi ve beceri oluşturma						X	X	X							X
Çocuklara deney ve gözlem yapma imkânı sağlama				X			X								
Çocukların kendilerini, canlıları ve çevrelerini tanımalarına imkân sağlama				X		X									
İçsel motivasyonu arttırma, hayal gücü ve zihinsel beceri gelişimi sağlama		X							X				X		
Özgür düşünme ortamı sunma									X						

Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcı fen etkinliklerine yer verme nedenleri üst temasına ilişkin çetele tablosu verilerine bakıldığında, bu üst temayla ilgili bazı öğretmenlerin birden fazla alt temayı kapsayacak şekilde görüş bildirdikleri görülmüştür. Bu yüzden alt temayı oluşturan görüş sayısı, toplam öğretmen sayısında fazla çıkmaktadır. Yine çetele tablosu verilerine bakıldığında, kendine güven duygusu vermesi ve kendini rahat ifade etme alt temasında üç öğretmen, yaratıcı fen etkinlikleriyle eğlenerek öğrenmeyi sağlama alt temasında üç öğretmen, aktif katılım, yaparak/ yaşayarak, araştırma/ inceleme, deneme/ yanılma ve keşfederek öğrenmeyi sağlama alt temasında üç öğretmen, çocuklara farklı düşünme, farklı ve özgün fikir/ ürünlerin üretimini sağlama alt temasında üç öğretmen, öğretmen rehberliğinde sorgulamaya dayalı öğrenme sağlama alt temasında iki öğretmen, çocukların fen eğitimine olan ilgisini artırma ve meraklarını canlı tutma, onlara fenle ilgili bilgi ve beceri oluşturma alt temasında dört öğretmen, çocuklara deney ve gözlem yapma imkanı sağlama alt temasında iki öğretmen, çocukların kendilerini, canlıları ve çevrelerini tanımalarına imkan sağlama alt temasında bir öğretmen, içsel motivasyonu arttırma, hayal kurma ve zihinsel beceri gelişimi sağlama alt temasında dört öğretmen ve özgür düşünme ortamı sunma alt temasında da bir öğretmenin görüş bildirdiği görülmektedir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan “Günlük eğitim akışlarınızda çocukların yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yer verir misiniz? Niçin?” sorusunun yaratıcı fen etkinliklerine yer verme nedenleri üst temasına dayanarak okul öncesi öğretmenlerinin cevaplarıyla ilgili oluşturulan alt temalara ilişkin betimsel analizler aşağıda verilmiştir.

Özgüven/ kendine güven duygusu vermesi ve kendini rahat ifade etme alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Çocukların bireysel olarak kendilerinin yaptığı yaratıcı fen etkinliklerinin çocukların kendine güven duygularının gelişimine faydalı olduğunu düşünüyorum.” (K1)

“Yaratıcı fen etkinliklerinde çocuk deneme yanılma yolu ile keşfederse kendine olan güveni daha çok artar ve kendini daha rahat ifade eder.” (K2)

“Yaratıcı fen etkinlikleriyle çocuklar kendi fikirlerini ürettikleri için özgüvenleri gelişiyor.” (K5)

Yaratıcı fen etkinlikleriyle eğlenerek öğrenmeyi sağlama alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temayla ilgili öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Yaratıcı fen etkinlikleriyle çocuklar farklı fikirler ürettikleri için daha mutlu olup eğleniyorlar.” (K5)

“Çocuklar doğada bulunan malzemelerle çalışmayı seviyorlar, yaratıcı fen etkinlikleriyle eğlenerek öğreniyorlar.” (K7)

“Ayrıca çocuklar bu etkinlikler ile öğrenme imkânı bulmaktan keyif alıyorlar.” (K9)

Aktif katılım, yaparak/yaşayarak, araştırma/inceleme, deneme/yanılma ve keşfederek öğrenmeyi sağlama alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Bu etkinlikler ayrıca keşfederek öğrenmeye ortam hazırlıyor.” (K7)

“Bu etkinlikler ile çocuklar yaparak yaşayarak öğrenme şansı yakalıyorlar. Bu da kalıcı öğrenmeyi kolaylaştırıyor.” (K8)

“Bu yaratıcı fen etkinlikleriyle öğretmen rehberliğinde çocukları araştırma ve keşfetmeye yönlendirmek de yaratıcılıklarını olumlu etkileyecektir.” (K13)

Çocuklara farklı düşünme, farklı ve özgün fikir/ürünlerin üretimini sağlama alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temayla ilgili öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Yaratıcı fen etkinlikleriyle çocuklar farklı fikirler ürettikleri için daha mutlu olup eğleniyorlar.” (K5)

“Çocuklar bu etkinlikler ile bizim rehberliğimizde özgün bir yol tercih ediyorlar ve ortaya daha farklı sonuçlar çıkabiliyor.” (K9)

“Bu fen etkinlikleri çocukların yaratıcılıklarını ortaya koyabileceği alanların başında gelmektedir. Çocukların yeni, farklı ürün ve fikir üretebileceği şeyler için çocuklara zemin hazırlamaktadır.” (K11)

Öğretmen rehberliğinde sorgulamaya dayalı öğrenme sağlama alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Öğretmen rehberliğinde sorgulamaya dayalı yaratıcı fen etkinlikleriyle çocukların his ve görüşlerini sunabileceği şeylere zemin hazırladığı için yer veriyorum.” (K3)

“Okul öncesinde çocuklar çok soru sorarlar onlara hazır cevap verme yerine sorgulayarak yaratıcı fen etkinlikleriyle öğrenmelerine imkân verilir.” (K13)

Çocukların fen eğitimine olan ilgisini arttırma ve meraklarını canlı tutma, onlara fenle ilgili bilgi ve beceri oluşturma alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temayla ilgili öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Okul öncesi öğrencilerinin her alanda yetişmesi gerektiğine inanıyorum ne kadar farklı etkinlik görürlerse yaratıcılıkları da o oranda gelişir diye düşünüyorum fen alanına ilgi duyan çocuklar için bir şey oluşturmuş oluyoruz ve meraklarını canlandırıyoruz üzerine her yıl yeni şeyleri ekleme daha da kolay hale geliyor.” (K6)

“... ayrıca bu etkinlikler çocukların ilgi ve meraklarını çekiyor, çocuklar için aktif katılım sağlıyor.” (K8)

“Fen alanlarında ilgili olan öğrencilere bilgi ve beceri sağlamak için yaratıcı fen etkinliklerine yer veriyorum.” (K14)

Çocuklara deney ve gözlem yapma imkânı sağlama alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Çocukların en çok gözlem yapabildikleri, farklı deneyimleri edindikleri deney etkinliklerin ve doğal yaşam etkinliklerinin yer aldığı ve doğa olaylarının gözlemlendiği fen etkinliklerinde, yaratıcılığa yer veriyorum.” (K4)

“Yaratıcı fen etkinliklerinde deneyler daha ilgi çekici oluyor.” (K7)

Çocukların kendilerini, canlıları ve çevrelerini tanımalarına imkân sağlama alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temayla ilgili öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Çocukların yaratıcılıklarını geliştirmek için fen etkinliklerinde yaratıcılığa yer veriyorum. Fen etkinlikleri ile çocukların doğadaki canlı-cansız varlıklara bakış açılarını öğrenmek için fen etkinliklerinde yaratıcılığa yer veriyorum.” (K4)

“Fen ve doğa etkinlikleriyle çocuklar kendisini ve çevresini tanımayı, kendisinden başka canlıları sevmeyi ve korumayı, vücudundaki organların işlevlerinden sağlığını nasıl koruması gerektiğine kadar her şeyi öğreniyorlar. Bu yüzden yaratıcı fen etkinliklerine en az diğer etkinlikler kadar büyük önem veriyorum.” (K6)

İçsel motivasyonu arttırma, hayal gücü ve zihinsel beceri gelişimi sağlama alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Yaratıcı fen etkinliklerinde çocuk bir şeyler yapabildiğini hissettiğinde ve öğretmen tarafından pekiştirildiği müddetçe içsel motivasyonu da artmış olur.” (K2)

“... bundan başka yaratıcı fen etkinlikleri çocukların zihinsel becerilerine de olumlu yönde katkı yapıyor.” (K9)

“Yaratıcı fen etkinlikleri yoluyla çocuk özgün ürünler ortaya çıkarır. Bir problem karşısında nasıl çözüm üreteceğini düşünerek risk almayı öğrenir. Hayal gücü desteklenir.” (K13)

Özgür düşünme ortamı sunma alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmenin görüş bildirdiği bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşü aşağıdaki gibidir;

“Bu etkinlikler ile çocuklara özgür düşünme ortamı sunuluyor. Onları sınırlamadan sonucu önceden belli olmayan ders aktiviteleri gerçekleştirilmiş oluyor.” (K9)

Öğretmenlere sorulan “Günlük eğitim akışlarınızda çocukların yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yer verir misiniz? Niçin?” sorusuyla onların öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yönelik bakış açılarının nasıl olduğu, bu etkinlikler hakkında neler düşündükleri ve yaratıcı fen etkinliklerine yer verememe ya da az yer verme nedenleri meydana çıkarılmaya çalışılmıştır. Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcı fen etkinliklerine yer verememe /az yer verme nedenlerine ilişkin üst ve alt temaların yer aldığı tema analiz verileri Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3: Öğretmenlerinin yaratıcı fen etkinliklerine yer verememe nedenlerine ilişkin tema analizi

Yaratıcı Fen Etkinliklerine Yer Verememe / Az Yer Verme Nedenleri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Sürenin kısıtlı olması												x			
Öğrencilerin hazırbulunuşluk düzeyleri düşük olması															x
Fen konu alan bilgisi eksikliği										x					
Yaratıcı fen etkinliklerinin belirli bir ön hazırlık gerektirmesi															x
Uygulama için uygun araç/ gereç ve elverişli ortamın olmaması												x			

Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcı fen etkinliklerine yer verememe/ az yer verme nedenleri üst temasına ilişkin çetele tablosu verilerine bakıldığında bazı öğretmenlerin yaratıcı fen etkinliklerine yer verememe/ az yer verme nedenlerinin birden çok alt temayı kapsadığı görülmektedir. Bunun için alt temada görüş bildiren öğretmen sayısı toplam öğretmen sayısında fazla çıkmaktadır. Yine çetele tablosu verilerine bakıldığında, sürenin kısıtlı olması alt temasında bir öğretmen, öğrencilerin hazırbulunuşluk düzeyleri düşük olması alt temasında bir öğretmen, yaratıcı fen etkinliklerinin belirli bir ön hazırlık gerektirmesi alt temasında bir öğretmen ve uygulama için uygun araç/ gereç ve elverişli ortamın olmaması alt temasında da bir öğretmen görüş bildirmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan “Günlük eğitim akışlarınızda çocukların yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinliklerine yer verir misiniz? Niçin?” sorusunun yaratıcı fen etkinliklerine yer verememe/ az yer verme nedenleri üst temasına dayanarak okul öncesi öğretmenlerinin cevaplarıyla ilgili oluşturulan alt temalara ilişkin betimsel analizler aşağıda verilmiştir.

Sürenin kısıtlı olması alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmenin görüş bildirdiği bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşü aşağıdaki gibidir; “Türkçe-dil, sanat etkinliği, okuma yazmaya hazırlık etkinlikleri vb. etkinliklerden dolayı yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerinin uygulanması için yeterince zaman ayıramıyorum.” (K12)

Öğrencilerin hazırbulunuşluk düzeyleri düşük olması alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmenin görüş bildirdiği bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşü aşağıdaki gibidir; “Çocukların büyük çoğunluğu ekonomik seviyesi düşük olan aile çevrelerinden geldiğinden hazırbulunuşluk düzeyleri fen etkinlikleri için yeterli değil, bundan dolayı boyama, çizgi çalışmaları, hikâye vb. etkinliklere yer vererek onların hazırbulunuşluklarını belli düzeye çıkarmak istiyorum. Bunun için fen etkinliklerinden daha çok bu etkinliklere yer veriyorum.” (K15)

Fen konu alan bilgisi eksikliği alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmenin görüş bildirdiği bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşü aşağıdaki gibidir;

“Lisans eğitiminde fen ile alakalı aldığım eğitim çok yüzeyseldi. Gerek fen konuları gerekse deneyleri yapma noktasında az bilgim olduğundan bunlara çok az yer veriyorum” (K10)

Yaratıcı fen etkinliklerinin belirli bir ön hazırlık gerektirmesi alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmenin görüş bildirdiği bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşü aşağıdaki gibidir; “Yaracı fen etkinliklerinde deneylerin uygulanması için malzemelerin önceden hazır olması gerekiyor. Ayrıca deneyler öncesinde birtakım hazırlıkların yapılması gerektiği ve bu etkinlikler için herhangi bir ön hazırlık yapmaya fırsat bulamamamdan dolayı yaratıcı fen etkinliklerine yeteri kadar yer veremiyorum” (K15)

Uygulama için uygun araç/gereç ve elverişli ortamın olmaması alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmenin görüş bildirdiği bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşü aşağıdaki gibidir; “Ayrıca yaratıcılığı geliştiren fen etkinlikleri için uygun bir sınıf ya da laboratuvar olmaması, deneyler için yeterli malzemelerin olmaması gibi sebepler planda fen etkinlik ve deneylerine az yer vermeme neden oluyor.” (K12)

Öğretmenlere sorulan “Yaratıcılık terimini nasıl tanımlarsınız?” sorusuyla onların yaratıcılık kavramına hangi anlamlar yükledikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık terimini tanımlamasına ilişkin üst ve alt temaların yer aldığı tema analiz verileri Tablo 4’de görülmektedir.

Tablo 4: Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık tanımlarına ilişkin tema analizi

Okul Öncesi Öğretmenlerinin Yaratıcılık Tanımları	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Özgün, orijinal, sosyal fayda ve kabulü olan fikir ya da ürünler oluşturma	x					x	x		x	x	x		x		
Kendini özgür ifade etme yeteneği		x													
Bireyin farklılıklarını, hayal dünyasını ve aklındaki yeni durumu müzik ya da şekillerle ifade etme			x		x										
Kendiliğinden acil durumlarda oluşan şeyler						x									
Özgür olarak herhangi bir kalıba sokulmadan yeni şeyler üretme								x				x			
Sıradan şeyleri farklı tarzda yapabilme, yaşayabilme, sunabilme				x										x	
Farklı bakış açısıyla dünyayı gözlemleyebilme				x											
Sıra dışı hareket etme															x

Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık tanımları üst temasına ilişkin çetele tablosu verilerine bakıldığında bazı yaratıcılık tanımlarının birden fazla alt temayı içerdiği görülmektedir. Bundan dolayı alt temada görüş bildiren öğretmen sayısı toplam öğretmen sayısında fazla çıkmaktadır. Yine çetele tablosu verilerine bakıldığında, özgün, orijinal, sosyal fayda ve kabulü olan fikir ya da ürünler oluşturma alt temasında yedi öğretmen, kendini özgür ifade etme yeteneği alt temasında bir öğretmen, bireyin farklılıklarını, hayal dünyasını ve aklındaki yeni durumu müzik ya da şekillerle ifade etme alt temasında iki öğretmen, kendiliğinden acil durumlarda oluşan şeyler alt temasında bir öğretmen, özgür ortamda herhangi bir kalıba sokulmadan yeni şeyler üretme alt temasında iki öğretmen, sıradan şeyleri farklı tarzda yapabilme, yaşayabilme, sunabilme alt temasında da iki öğretmen, farklı bakış açısıyla dünyayı

gözlemleyebilme alt temasında bir öğretmen ve sıra dışı hareket etme alt temasında da bir öğretmenin görüş bildirdiği görülmektedir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan “Yaratıcılık terimini nasıl tanımlarsınız?” sorusu için okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık tanımları üst temasına dayanarak oluşturulan alt temalara ilişkin betimsel analizler aşağıda verilmiştir.

Özgün, orijinal, sosyal fayda ve kabulü olan fikir ya da ürünler oluşturma alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Yedi katılımcı öğretmen ile en çok görüş bildirilen bu alt temaya ilişkin ifadeler aşağıdaki gibidir;

“Elindeki imkanları kullanarak kısa sürede orijinal ürünler oluşturmak” (K1)

“Bence yaratıcılık acil ihtiyaç anında veya bir anda kendiliğinden oluşan kişiye özgü orijinal fikir veya durumlardır” (K6)

“Elde olan malzemelerle özgün farklı ürünler oluşturmak” (K7)

“Kendini özgün bir şekilde ortaya koyma” (K9)

“Özgün, farklı ürünler, ya da düşünceler oluşturabilme yeteneğidir.” (K10)

“Yeni fikirler yeni düşünceler yeni ürünler ortaya çıkarabilme becerisidir” (K11)

“Kişinin kendisine ait fikirlerden yola çıkarak ortaya özgün fikirler çıkarmasıdır” (K13)

Kendini özgür ifade etme yeteneği alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenin görüşü

Bir katılımcı öğretmen tarafından görüş bildirilen bu alt temaya ilişkin görüş aşağıdaki gibidir;

“Yaratıcılık çocuğun mümkün olduğu kadar özgür olarak kendini ifade yeteneğidir. Çocuğa ne kadar sınırsız bir alan sunarsak yaratıcılığı o kadar artar ve kendini daha iyi ifade eder” (K2)

Bireyin farklılıklarını, hayal dünyasını ve aklındaki yeni durumu müzik ya da şekillerle ifade etme alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Çocuklar için farklı olanı şekillerle ve öğrencilerin aktif katılımlarıyla örneklendirmelerine imkân vermek. Hayal dünyasının enstrümantal müzik ile genişlemesi, etkinliklerde söz alması, soru sorması, liderlik yapması ve grup çalışmalarında başkanlık vb. görevlerle kendini takdim ederek aklındaki yeni durumları paylaşması” (K3)

“Çocuğu hayal ettirerek farklı fikirler ve farklı düşünceler üretmesini sağlamak” (K5)

Kendiliğinden acil durumlarda oluşan şeyler alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmen tarafından görüş bildirilen bu alt temaya ilişkin görüş aşağıdaki gibidir;

“Bence yaratıcılık acil ihtiyaç anında veya bir anda kendiliğinden oluşan kişiye özgü orijinal fikir veya durumlardır” (K6)

Özgür olarak herhangi bir kalıba sokulmadan yeni şeyler üretme alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temayla ilgili öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Bireyin özgür ortamda herhangi bir kalıba bağlı kalmaksızın yeni şeyler üretmesidir” (K8)

“Yaratıcılık, özgürce kişinin yeni farklı düşünceler ile yeni şeyler meydana getirmesidir” (K12)

Sıradan şeyleri farklı tarzda yapabilme, yaşayabilme, sunabilme alt temasına ilişkin katılımcı öğretmenlerin görüşleri

Bu alt temaya ilişkin öğretmen görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Bence yaratıcılık hayatımızdaki günlük şeyleri farklı yollarla yapabilme, anlatabilme ve yaşayabilme becerisidir. Ayrıca farklı bir bakışla da dünyayı gözlemleyebilmektir” (K4)

“Yaratıcılık herkesin gördüğü herkesin kullandığı en basit sıradan şeyden bile herkesin aklına gelmeyen farklı bir kullanım, farklı bir tarz ortaya çıkarma becerisidir” (K14)

Farklı bakış açısıyla dünyayı gözlemleyebilme alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmen tarafından görüş bildirilen bu alt temaya ilişkin görüş aşağıdaki gibidir;

“Bence yaratıcılık hayatımızdaki günlük şeyleri farklı yollarla yapabilme, anlatabilme ve yaşayabilme becerisidir Ayrıca farklı bir bakışla da dünyayı gözlemleyebilmektir” (K4)

Sıra dışı hareket etme alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşü

Bir katılımcı öğretmen tarafından görüş bildirilen bu alt temaya ilişkin görüş aşağıdaki gibidir; “Sıra dışı kişisel istek doğrultusunda hareket etme” (K15)

Sonuç ve öneriler

Okul öncesi öğretmenlerinin planlarındaki günlük eğitim akışlarında yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerine yer verme durumları ve yaratıcılıkla ilgili görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcı fen etkinliklerine yer verme nedenleri, yaratıcı fen etkinliklerine yer verememe/ az yer verme nedenleri ve öğretmenlerin yaratıcılık tanımları olacak şekilde üst temalar ve bu üst temalara verilen cevaplardan çıkarılan alt temalar şeklinde incelenmiştir.

Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcı fen etkinliklerine yer verme nedenleri: Araştırmaya katılan öğretmenlerin günlük eğitim akışlarında ya da planlarında yaratıcılığı destekleyen fen etkinliklerine yer verme nedenlerine ilişkin sonuçlara bakıldığında öğretmenler; çocuğun kendine güven duyması ve kendini rahat ifade etmesini sağlama, yaratıcı fen etkinlikleriyle eğlenerek öğrenmeyi sağlama, aktif katılım, yaparak/ yaşayarak, araştırma/ inceleme, deneme / yanılma ve keşfederek öğrenmeyi sağlama, çocuklara farklı düşünme, farklı ve özgün fikir / ürünlerin üretimini sağlama, öğretmen rehberliğinde sorgulamaya dayalı öğrenmeyi sağlama, çocukların fen eğitimine olan ilgisini artırma ve meraklarını canlı tutma, onlara fenle ilgili bilgi ve beceri oluşturma, çocuklara deney ve gözlem yapma imkanı sağlama, çocukların kendilerini, canlıları ve çevrelerini tanımalarına imkan sağlama, içsel motivasyonu artırma, özgür düşünme ortamı sunma, hayal kurma ve zihinsel beceri gelişimi sağlama şeklinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre bu üst temada öğretmenlerin nicelik açıdan dengeli sayıda görüş bildirdikleri söylenebilir.

Yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer verme nedenlerinden biri olan çocuğun kendine güven duyması ve kendini rahat ifade etme alt teması; yaratıcı fen etkinliği sürecinde çocuklar öğretmenleri ve arkadaşlarıyla sürekli bir iletişim ve etkileşim halindedirler. Yirmi birinci yüzyıl becerilerinin önemli bileşeni olan yaratıcılığa dayalı yetenekler, diğer yirmi birinci yüzyıl becerilerini destekleyerek onlara itici güç olur (Havu-Nuutinen vd., 2017). Sosyal ortamda bireylerle kurulan iletişim ve karşılaşılan bir problemi çözme konusunda çocukların yaratıcılıklarının etkileri görülebilmektedir (Çiçekler vd., 2020). Çocukların, bireysel ya da grup olarak fen ve deney etkinliklerine katılım için fırsatlar sağlanması, fen eğitimi için öğrencilerin yaratıcılığını geliştirmede bir ön koşuldur (Cremin vd., 2015). Araştırmacılar, diyalog ve iletişim becerilerine dikkat çekmişlerdir. Öğrencilerin öğretmenleriyle birbirleriyle ve çevreleriyle iletişim ve etkileşimde bulunmaları onların kendilerine güven duyma ve kendilerini rahatça ifade etme yeteneklerini desteklemektedir. Havu-Nuutinen ve arkadaşları (2017)’nin kullandığı “yaratıcılığa dayalı yetenekler” ifadesi içinde iletişim becerilerini barındırmaktadır. Alan yazında, fen etkinliklerinin çocukların kendilerine olan güveni arttırdığı sonucuna ulaşılan çalışmalar bulunmaktadır (Sağlam ve Aral, 2015; Güryay, 2019). Kıldan ve Pektaş (2009) araştırmalarında, öğrencilerin fen ile ilgili konularda değişik fikirler üretebildikleri ve öğrendiklerinin daha kalıcı olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Dolayısıyla fen konuları ile ilgili fikir üretme sürecinde öğrencilerin kendilerini rahat ifade ettiği çıkarımı yapılabilir.

Yaratıcı fen etkinlikleriyle eğlenerek öğrenmeyi sağlama alt teması; özgün yollarla sunulan yaratıcı fen etkinlikleri vasıtasıyla çocuklar kendilerine ait farklı düşünce ve ürünler ortaya koyduklarından etkinliklerin uygulama sürecinde çocukların keyif aldıkları söylenebilir. Okul öncesi eğitim ortamlarında sunulan yaratıcılığı geliştirici fen etkinliklerinin çocuklara farklılık sunacağı ve onların dikkatini çekeceği açıktır. Bu farklılık çocukların yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerinden keyif alması, eğlenmesi ve mutlu olmasına katkı yapacaktır. Alan yazına bakıldığında, Kıldan ve Pektaş (2009) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin fen etkinliklerini severek ve eğlenerek yaptıkları, fen etkinliklerine aktif katılım sağlayan çocukların mutlu oldukları, bu çocukların fen ile ilgili konularda değişik fikirler, şeyler ya da ürünler üretebildikleri, özellikle de deneme yanılma yoluyla öğrendiklerinin daha kalıcı olduğu belirtilmiştir. Fenden zevk alan fen okuryazarı bireyler yetiştirme ortak hedefiyle

birlikte fen eğitiminin eğlenceli bir şekilde ve yaşamla ilgili uygulanabilir fen içeriğine önem verilerek öğretilmesi gerektiği fakat fen sevgisini çocuklara işlemenin çok daha önemli olduğu belirtilmiştir (Taylor vd., 2008). Severek, eğlenerek ve zevk alarak yapılan şeylerin kolay kolay unutulmadığı ve insanların eğlenceli anları hatırladıklarında yüzlerinde tebessüm olduğu göz önüne alındığında yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine severek ve eğlenerek katılan öğrencilerin bu etkinlikler vasıtasıyla öğrendiklerini uzun süre unutmayacağı ve kalıcı öğrenmenin sağlanacağı ifade edilebilir.

Aktif katılım, yaparak/ yaşayarak öğrenme, araştırma/ inceleme ve deneme / yanılma yolu ile keşfederek öğrenmenin sağlanması alt teması; içinde buldukları dönem itibariyle öğrenmeye meraklı olan çocuklar meraklarını gidermek için çok sayıda soru sormaktadırlar. Çocukların öğrenme çaba ve ihtiyaçları öğretmenlerin öncülüğünde çocukların yaratıcılıklarını geliştirecek fen etkinlikleriyle desteklenmelidir. Öğretmenler, çocukların aktif katılımı yaparak ve yaşayarak öğrenmelerine katkıda bulunup, onların araştırma, inceleme, keşif ve denemeler yaparak öğrenmelerine imkân sağlamaktadırlar. İlgili alan yazında fen etkinlikleri için yaparak ve yaşayarak öğrenmenin çocukların problem çözme ve iletişim becerilerine olumlu katkı yaptığı belirtilmiştir (Sağlam ve Aral, 2015; Güryay, 2019). Ayrıca çocukları, yaratıcılığı geliştirecek etkinliklere aktif olarak katma çabasına alan yazında rastlanılmaktadır (Taylor vd., 2008; Kıldan ve Pektaş, 2009). Okul öncesi öğretmenleri, çocukların konulara odaklanmalarını sağlamada, problem durumu hazırlayıp problemin çözülmesine rehberlik etmede, çocukların kendi sorularını sormaları için ortam hazırlamada, onların merak duyguları ve sorgulama becerilerini (Taylor vd., 2008) yaratıcı sorularla süreçte aktif olmalarını (Kıldan ve Pektaş, 2009) şekilde geliştirmelerine imkân sağlamada, yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerini tasarlayıp uygulamada aktif rol oynamaktadırlar. Yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerinin bu şekilde uygulanmasının, çocukların süreçte etkin rol oynamalarına ve yaşamdan kesitler sunarak amaçlanan hedeflere ulaşmaya katkı yapacağı söylenebilir.

Çocuklara farklı düşünce, özgün fikir ve ürünlerin üretimini sağlama alt teması; bu alt temada görüş bildiren öğretmenlerin, alan yazındaki yaratıcılık tanımlarında bulunan farklılık olgusuna vurgu yaptıkları ifade edilebilir. Yaratıcılık seviyeleri üst düzey olan öğretmenler öğrencilere farklı yaşantılar sunacak, böylece fen etkinlikleri sürecinde çocukların yaratıcılıklarının desteklenmesine katkı yapılacaktır (Ölçer ve Özdemir, 2018). Öğretmenler, çocukların bakış açılarındaki farklılıkları ortaya çıkararak, farklı düşünce ve özgün ürünlerin oluşmasına zemin hazırlamada etkilidirler. Yaratıcılığı geliştirici fen etkinlikleri ile çocukların farklı düşünerek, orijinal, özgün, kendine has fikir ve ürünler oluşturulmasına zemin hazırlanabilecektir.

Öğretmen rehberliğinde sorgulamaya dayalı öğrenmenin sağlanması alt teması; sorgulamaya dayalı yaratıcı fen etkinlikleri sayesinde çocuklar sorumluluk üstlenerek kendi his ve görüşlerini rahatça ifade edebilecek, bir sorunla karşılaştıklarında uygun çözüm yollarını keşfedebileceklerdir. Sorgulamaya imkân veren yaratıcılığı geliştirici fen etkinlikleriyle çocukların, araştırma, düşünme ve keşfetme yollarıyla öğrenmeleri sağlanabilir. Sorgulamaya dayalı öğretim, öğretmenin yaratıcılığını geleneksel öğretim stillerinden ayırarak geliştirir (Eshach, 2006). Haigh (2003) biyoloji dersi öğretmeni ve öğrencileriyle yürüttüğü, fen eğitimi yoluyla yaratıcılığı teşvik etme isimli çalışmada; sorgulamaya dayalı öğretim boyunca öğrencilerin kişisel sorumluluk almaktan mutlu oldukları ve herhangi bir başarısızlık durumunda daha esnek- kararlı davrandıkları ve sorgulayıcı yaklaşımın öğrencilere esnek düşünme sağladığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Eğitim yoluyla öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirme, çocukların esnek davranmalarına ve iş hayatlarındaki değişikliklerle baş edebilme yeteneklerine önemli katkılar sunabilir (Kind ve Kind, 2007). Cremin vd., (2015) ve Havu-Nuutinen vd., (2017) tarafından yapılan araştırmalarda öğretmen rehberliğinde sorgulayıcı yaklaşım benimsenerek yapılan sınıf tartışmaları ve iş birliğine dayalı çalışmalarla çocukların yaratıcılıklarının desteklenebileceği ifade edilmiştir. Dolayısıyla öğretmen rehberliğinde sorgulamaya dayalı öğrenme yaklaşımının uygulanarak öğrencilerin fen etkinlikleriyle yaratıcılıkları geliştirilebilir.

Çocukların fen eğitimine olan ilgisini artırma ve meraklarını canlı tutma, onlara fenle ilgili bilgi ve beceri oluşturma alt teması; yaratıcılığı geliştirici fen etkinliklerinin öğrencilerin ilgisini çekeceği, onların meraklarını artırma ve etkinliklere odaklanma açısından olumlu katkı yapacağı ifade edilebilir. Gomes, (2005), yaratıcılığı geliştirmeye odaklı fen programı ve etkinliklerinin; fen eğitim sürecine, bu

süreç sonucunda oluşturulan ürünlere ve yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yönelik ilgi oluşturduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Alan yazındaki diğer araştırmalarda, fen etkinliklerinin çocukların dikkatlerini, ilgilerini ve algılarını arttırdığı, günlük yaşamla ilişkilendirilen fen etkinliklerinin günlük hayatta karşılaşılan sorunları çözmeye imkanı sunduğu (Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006; Hadzigeorgiou vd., 2012; Sağlam ve Aral, 2015; Hadzigeorgiou, 2016; Akcanca vd., 2017; Babaroğlu ve Metwalley, 2018), çocuklara fen eğitimiyle ilgili bir temel oluşturduğu ve kalıcı öğrenmeyi sağladığı belirtilmiştir (Sivan vd., 2000; Birenbaum, 2002; Demir, 2013).

Çocuklara deney ve gözlem yapma imkânı sağlama alt teması; fen etkinliklerinde, gezi inceleme, gözlem yapma, kavram haritası kullanma, drama, deney, anlatım, soru cevap tekniği, düz anlatım, beyin fırtınası, video izleme ve analogi (Haigh, 2003; Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006; Kıldan ve Pektaş, 2009; Özbek, 2009; DeHaan, 2011; Sağlam ve Aral, 2015; Akcanca vd., 2017) öğretim yöntem ve tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Mirzaie vd., (2009) yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerinde beyin fırtınası yöntemini kullanmanın, akıcılık, esneklik, özgünlük ve detaylandırma gibi yaratıcılık boyutlarını destekleyebileceğini belirtmişlerdir. Farklı yöntemler kullanma öğretmelerin, çocukların dikkatini çekmek için fen etkinliklerini cazip hale getirebilme çabasıyla açıklanabilir. Çocukların deney ve gözlem yapabilmeleri, doğa olaylarını gözlemleyebilmeleri, doğada yer alan canlı ve cansız varlıklara bakış açılarını öğrenebilmeleri yaratıcılığı geliştiren fen etkinlikleriyle mümkün olabilecektir. Bu etkinliklerle çocuklar, eğlenerek, keşfederek, çeşitli yöntem ve teknikleri kullanarak fen kavramlarını öğrenebilirler.

Çocukların kendilerini, canlıları ve çevrelerini tanımalarına imkân sağlama alt teması; yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerinin öğrencilerin kendilerini ve çevresini tanımasına, vücudundaki organların işlevlerini ve sağlığını nasıl koruyacağını öğrenmesine imkân sağladığı söylenebilir. Ayrıca çocuklar kendisinden başka canlıları sevmeyi ve onlara zarar vermemeyi de öğreneceklerdir. Bu etkinliklerin çocuklara gerçek yaşam deneyimleri sunup kendileri hakkında daha çok bilgiye sahip olma ve kendilerine güvenlerini artırma (Kıldan ve Pektaş, 2009; Sağlam ve Aral, 2015; Güray, 2019) açılarından pozitif katkı yaptığını belirten alan yazın çalışmalarına rastlanılmaktadır.

İçsel motivasyonu artırma, hayal gücü, zihinsel beceri gelişimi sağlama ve özgür düşünme ortamı sunulması alt temaları; yaratıcılığı geliştiren fen etkinlikleriyle çocuğun kendisini daha rahat ifade edebileceği ve fen kavramlarını daha kolay anlayabileceği söylenebilir. İşte bu noktada öğretmen devreye girip gerekli pekiştirmeleri yaparak çocuğun içsel motivasyonunu arttırabilecektir. Bu etkinlikler aracılığıyla bireylere sunulan özgür ortamlarda çocuklar özgün ürünler ortaya çıkarabilecektir. Bir sorun karşısında nasıl bir çözüm yolu izleyeceğini düşünen birey hayal gücünü de kullanmış olur. Öğrencilerin meraklarını çekecek sorularla desteklenen yaratıcılığı geliştirici fen etkinliklerinin onların hayal güçlerini geliştirdiği belirtilmiştir (Girod vd., 2003). Ayrıca öğretmen liderliğinde özgür düşünme ortamlarında sunulan bu etkinliklerle çocukların içsel motivasyonu arttırılarak onların akıl yürütme, karşılaştırma yapma, problem çözmeye, eleştirel düşünme ve yaratıcı düşünme gibi zihinsel beceri gelişimlerine katkı sağlanabilir.

Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer vermeme / az yer verme nedenleri: Araştırmaya katılan öğretmenlerin günlük eğitim akışlarında ya da planlarında yaratıcılığı destekleyen fen etkinliklerine yer vermeme / az yer verme nedenlerine ilişkin sonuçlara bakıldığında, öğretmenler sürenin kısıtlı olması, öğrencilerin hazırbulunuşluk düzeylerinin düşük olması, fen konu alan bilgisi eksikliği, yararı fen etkinliklerinin belirli bir ön hazırlık gerektirmesi, uygulama için uygun araç/ gereç ve elverişli ortamın olmaması şeklinde görüş bildirmişlerdir. Elde edilen bu sonuçlar, yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer verme üst temasıyla karşılaştırıldığında öğretmenlerin yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer vermeme / az yer verme üst temasında nicelik olarak daha az sayıda görüş bildirdikleri söylenebilir.

Yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer vermeme / az yer verme nedenlerinden biri olan sürenin kısıtlı olması alt teması; planda bulunan diğer etkinliklerden dolayı yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine yer verememe, öğretmenlerin zaman yönetimi konusunda sorun yaşadığı şeklinde yorumlanabilir. Haftada iki ya da üç fen etkinliğine yer veren öğretmenler olduğu gibi (Özbek, 2009) bu etkinliklere haftalık bazda hiç yer vermeyen / ya da az yer veren öğretmenler de bulunmaktadır.

Öğretmenlerin, rutin günlük plan çerçevesinde çocuklara fen öğrenme deneyimi sağlama konusunda yeterli zaman bulamadıkları sonucuna ulaşmışlardır (Greenfield, Jirout, Dominguez, Greenberg, Maier ve Fuccillo, 2009; Cachia ve Ferrari, 2010). Bu sonuç, çalışmada ulaşılan sonuçla benzerlik göstermektedir.

Çocukların hazırbulunuşluk düzeyleri düşük olması alt temasına ilişkin öğretmen görüşü ele alındığında; sınıftaki çocukların çoğunun ekonomik gelir seviye yönünden vasat düzeyde olan ailelerden oluşması öğretmeni, yaratıcı fen etkinliklerinden daha çok boyama yapma, çizgi çalışmaları, hikâye okuma gibi etkinliklere yönlendirmiş ve bu etkinlikler ile çocukların hazırbulunuşluk düzeyleri belli bir seviyeye çıkarılmaya çalışılmış şeklinde ifade edilebilir. Fen eğitiminin okul öncesi dönem çocuklarına yönelik olmadığı (Babaroğlu ve Metwalley, 2018) ve bu etkinlikler için çocukların hazırbulunuşluk düzeylerinin yeterli seviyede olmadığı düşünülmesi (Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006; Saçkes, 2014; Aslan vd., 2015) gibi sebepler nedeniyle günlük eğitim akışlarında fen etkinliklerine yeterince yer veril(e)meme sonuçlarının ulaşıldığı çalışmalar alan yazında yer almaktadır.

Fen konu alan bilgisi eksikliği alt temasına ilişkin öğretmen görüşü ele alındığında; lisans eğitimi sırasında yeterli düzeyde fen eğitimi al(a)mama sonucuna alan yazında, Aslan vd., (2015) ve Olgan, (2015)' nin araştırmalarında rastlanılmaktadır. Aslan vd., (2015) araştırmalarında, okul öncesi öğretmenlerinin çoğunluğunun üniversite eğitimleri sırasında fen eğitime yönelik dersler aldıklarını ama alınan derslerin okul öncesi fen eğitimi için yeterli olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Olgan, (2015) ise çalışmasında erken çocukluk öğretmenlerinin fen öğretimi konusunda kendilerine güvenmedikleri ve yeterli öğretmen eğitimi aldıklarına inanmadıkları sonuçlarına ulaşmıştır. Öğretmenlerin fen eğitiminde yeterli konu alanı bilgisine sahip olmadıkları bu yüzden de günlük eğitim akışlarında fen ve deney etkinliklerine çok az yer verdikleri ifade edilebilir. Nitekim okul öncesi öğretmenleri fen ile ilgili kendilerine güvendikleri ve kendilerini yetkin gördükleri konulara yer vermekte, yeterli bilgi düzeyine sahip olmadıkları konulara ise kayıtsız kalmakta ve bu konulara değinmemektedirler (Kallery ve Psillos, 2001; Kallery, 2004, Karaer ve Kösterilioğlu, 2005; Çamlıbel Çakmak, 2012; Çınar, 2013; Sağlam ve Aral, 2015). Kıldan ve Pektaş (2009), öğretmenlerin, fen konu içerik bilgisi eksikliklerinin hizmet içi eğitim seminerleriyle giderilmesi ile ilgili isteklerinin olduğunu belirtmişlerdir.

Yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerinin belirli bir ön hazırlık gerektirmesi alt temasına ilişkin katılımcı öğretmen görüşüne bakıldığında; fen etkinlik ve deney uygulamalarının önceden hazırlık gerektirmesi ve deneyin güvenlik önlemleri alınarak ön deneme şeklinde öğretmen tarafından yapılma ihtiyacı gibi gereklilikler bulunmaktadır. Öğretmenin, herhangi bir nedenden dolayı fen etkinlik ve deneyleri için bir ön hazırlık yapma imkânı bulamaması, yaratıcı fen etkinliklerine yeteri kadar yer verememe sebepleri arasında gösterilebilir. Programda yer alan diğer etkinlikleri yetiştirme çabası da zamana bağlı bir durum olduğu için öğretmenlerin fen etkinliklerinde ön hazırlık yapmalarına engel olan durumlar arasında sayılabilir. Programın aşırı yoğun olması zamana karşı bir yarışa neden olduğundan öğretmenler, öğrenciler henüz derin anlayış ve beceri geliştiremeden, konuları ele almak için acele ederler (Cachia ve Ferrari, 2010). Acele yapılan etkinlikler öğretmenin içeriği tam olarak yansıtamamasına, çocukların ilgili konuyu tam ve etraflıca kavrayamamasına neden olacaktır. Cachia ve Ferrari (2010), öğretmenlerin, kapsamlı bir yaratıcılık görüşüne sahip olduklarını hemen hemen tüm öğretmenlerin, yaratıcılığın bilginin her alanına ve her okul konusuna uygulanabileceğine inandıklarını ifade etmişlerdir. Fakat okuma yazmaya hazırlık, Türkçe-dil etkinliği gibi diğer etkinliklere öncelik verme, coğrafi şartlar ve materyal eksiliği yaşanması gibi çeşitli sebepler etkinlik planlama noktasında öğretmenlere sıkıntılar verebilmektedir (Akcanca vd., 2017). Bu sebepler öğretmenlerin planlarında yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerine yeterince yer verememe nedenleri arasında sayılabilir. Teknolojinin gelişimi, iletişim araçları ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte çeşitli sosyal medya platformları, web siteleri, blog gibi ortamlarda eğitimle alakalı ders etkinlik, materyal ve planlarının yer alması öğretmenlere büyük kolaylık sağlamakta (Cachia ve Ferrari, 2010) fakat öğretmenlerin etkinlik planlarını hazır bir şekilde internet ortamından temin etmenlerine de sebep olabilmektedir. Bu durumun etkinlik planı hazırlama yönünden öğretmenleri olumsuz etkilediği söylenebilir. Nitekim alan yazında, okul öncesi fen etkinlikleri için hazır planların kullandığı araştırmalara rastlamak mümkündür (Özbek, 2009; Sağlam ve Aral, 2015).

Uygulama için uygun araç/ gereç ve elverişli ortamın olmaması alt temasına ilişkin öğretmen görüşü ele alındığında; fen etkinliklerinin uygulanması için uygun ortam, fiziksel alan eksikliği ve materyal temininde yaşanan sıkıntılardan söz edilebilir. Babaroğlu ve Metwalley, (2018) yaptıkları çalışmada, öğretmenlerin fen etkinlikleri için sınıflarında yeterli alan ve gerekli materyale sahip olmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Fen etkinliklerinin uygulanması için materyal eksikliğinin yaşandığı başka çalışmalara alan yazında rastlamak mümkündür (Karamustafaoğlu ve Kandaz, 2006; Aslan vd., 2015). Ayrıca laboratuvar eksikliğinin yaşandığına dair çalışmalarda alan yazında bulunmaktadır (Çınar, 2013; Aslan vd., 2015).

Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık tanımları: Katılımcı öğretmenlerin yaratıcılık tanımlamalarına bakıldığında öğretmenlerinin büyük kısmının yaratıcılığı; özgün, orijinal, sosyal fayda ve kabulü olan fikir ya da ürünler oluşturma şeklinde tanımladıkları görülmüştür. Ayrıca okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılığı, kendini özgür ifade etme yeteneği, bireyin farklılıklarını, hayal dünyasını ve aklındaki yeni durumu müzik ya da şekillerle ifade etme, kendiliğinden acil durumlarda oluşan şeyler, özgür ortamda herhangi bir kalıba sokulmadan yeni şeyler üretme, sıradan şeyleri farklı tarzda yapabilme, yaşayabilme, sunabilme, farklı bakış açıları dünyayı gözlemleyebilme ve sıra dışı hareket etme şeklinde de ifade ettikleri görülmektedir.

Yaratıcılık, daha önce bağlantı kurulmayan şeyler arasındaki bağlantıları bulmakla ilgili belirli bir değeri yani kıymeti olan orijinal bir şey üretme yeteneğidir (Cachia vd., 2009). Avrupa Eğitim Komisyonu'nun bazı raporlarında yaratıcılık, okul ortamında sunulan eğitim ve öğretim faaliyetlerinde odaklanılacak temel unsurlardan biri olarak göstermektedir (Cachia vd., 2009; Heilmann ve Korte, 2010; Havu-Nuutinen vd., 2017). 1739 Sayılı Millî Eğitim Temel Kanun'unda bireylerin, topluma karşı sorumluluk duyan, yapıcı, yaratıcı ve verimli kişiler olarak yetiştirilmesi ifade edilmiştir (Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], 1973). Burada yaratıcılığa vurgu yapıldığı görülmektedir. Geleceğin yaratıcı bireylerinin yetişmesine bugünden katkı yapmaya başlayacak olan okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık terimiyle ilgili görüşleri büyük önem taşımaktadır. Araştırmada, öğretmenlerin yaratıcılık ile ilgili çok çeşitli tanımlamalar yaptıkları görülmektedir. Farklı şekillerde incelenen yaratıcılığın ortak, kesin ve net bir tanımından söz edebilmek zordur. Alan yazındaki yaratıcılık tanımlamalarında; orijinallik, yenilik, özgünlük, sosyal kabul ve sosyal faydası olma, özgür bir ortamda farklı şey, fikir ya da ürünler üretme ve oluşturma noktalarına vurgu yapıldığı görülmektedir (Sawyer 2006; Kara, 2007; Beghetto, 2010; Cachia ve Ferrari, 2010; DeHaan, 2011; Piffer, 2012; İnel-Ekici, 2014; Ayden ve İşgüzar, 2016; Leggett, 2017; Chang vd., 2018; Gabora ve Smith, 2018; Karlıdağ, 2018). Çalışmaya katılan okul öncesi öğretmenlerinin de yaratıcılık tanımlarında bu kavramlara yoğunlaştıkları söylenebilir. Yaratıcılığın bu kadar çok sayıda farklı tanımının olması onun her an değişebilen, dinamik bir yapıda olması ile ifade edilebilir. Tanımlanması güç (Yavuzer, 1989), çok yönlü bir terim olan yaratıcılık (Miner, 2017), karmaşık yapısı (Beghetto, 2010) itibarıyla çok farklı şekillerde tanımlanmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yaratıcılığı geliştirecek fen etkinliklerine yer verme durumları konusundaki görüşleri ile alan yazında yer alan benzer nitelikteki çalışmalara katılan öğretmenlerin görüş ve bakış açılarının örtüştüğü söylenebilir. Fen eğitimi ve etkinlikleriyle çocukların yaratıcılıklarının geliştirildiği fikri tartışılmaz bir gerçektir (Eshach, 2006; Hadzigeorgiou vd., 2012; Daud vd., 2012). Alan yazın araştırmalarındaki öğretmen görüşlerinin örtüşmesi fen etkinliklerinin zaten yapısı gereği yaratıcılığı destekleyip geliştirdiği şeklinde yorumlanabilir. Okul öncesi fen etkinlikleri, çocukların yaratıcılık becerilerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Sağlam ve Aral, 2015). Yaratıcı bilim, yaratıcı fen, yaratıcı problem çözme ve yaratıcı sorgulama gibi pedagojik sloganlar şeklinde fen eğitimi bağlamında yaratıcılık etrafında oldukça fazla söylemler bulunmaktadır (Hadzigeorgiou, 2016). Fen etkinliklerinin yaşamın içinden gelmesi ve doğal yaşamın bir parçası olması gibi özellikleri, çocukların ilgi ve meraklarını çekmekte (Sağlam ve Aral, 2015), onların doğrudan ya da dolaylı olarak yaratıcılıklarına katkı sağlamaktadır.

Araştırma sonuçları, Uşak ilinde görev yapan 15 okul öncesi öğretmeninden elde edilen veriler ile sınırlıdır. Çalışmadan elde edilen verilere dayanarak araştırmacılar için ileriye yönelik aşağıdaki öneriler sunulabilir:

Öğretmenlerin yaratıcılığı geliştirecek örnek fen etkinlik planı oluşturmasına yönelik nitel ve nicel araştırmalar yapılabilir.

Yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerinin, cinsiyet ve ebeveyn meslek durumu değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediği incelenebilir.

Yapılan bu araştırma, öğretmenlerin yaratıcılık tanımları ve yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerine günlük eğitim akışlarında yer verme durumlarıyla ilgilidir. Dolayısıyla okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılığı geliştiren fen etkinliklerini nasıl uyguladıkları ve bu etkinlikleri uygulama sürecinde hangi yöntem- teknikleri kullandıklarına yönelik bilimsel çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

- Akcanca, N., Gürler, S. A., & Alkan, H. (2017). Okul öncesi öğretmenlerinin fen eğitimi uygulamalarına yönelik görüşlerinin belirlenmesi. *Caucasian Journal of Science*, 4(1), 1-19.
- Altun Yalçın, S. ve Yalçın, P. (2018). Fen bilgisi öğretmen adaylarının STEM eğitimi konusundaki metaforik algılarının incelenmesi. *International Journal of Social Science*, 70, 39-59
- Andersson, K., & Gullberg, A. (2014). What is science in preschool and what do teachers have to know to empower children? *Cultural studies of science education*, 9(2), 275-296
<https://doi.org/10.1007/s11422-012-9439-6>
- Aslan, O., Şenel-Zor, T., & Tamkavas-Cicim, E. (2015). Okul öncesi öğretmenlerinin fen eğitimine yönelik görüşlerinin ve hizmetiçi eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), 519-530.
- Ayvacı, H. Ş., Devocioğlu, Y., & Yiğit, N. (2002, 16-18 Eylül). *Okul öncesi öğretmenlerinin fen ve doğa etkinliklerindeki yeterliliklerinin belirlenmesi [Bildiri sunumu]*. V. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi, Ankara
- Ayvacı, H. Ş. (2010). Okul öncesi dönem çocuklarının bilimsel süreç becerilerini kullanma yeterliliklerini geliştirmeye yönelik pilot bir çalışma. *Necatibey Faculty of Education Electronic Journal of Science & Mathematics Education*, 4(2).
- Ayden, C., & İşgüzar, S. (2016). Üniversite öğrencilerinin yaratıcılık düzeyleri ve motivasyonları arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik araştırma. *Fırat University Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(2). <https://doi.org/10.18069/firatsbed.346924>
- Babaroğlu, A., & Metwalley, E. O. (2018). Okul öncesi öğretmenlerin fen eğitimine ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çorum ili örneği). *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33), 1-15. <https://doi.org/10.30794/pausbed.425633>
- Beghetto, R. A. (2010). Creativity in the classroom. James C. Kaufman, Robert J. Sternberg (Ed.), *The Cambridge handbook of creativity* içinde (ss. 447-463). Cambridge, Cambridge University Press
- Bakeman, R., & Gottman, J. M. (1997). *Observing interaction: An introduction to sequential analysis*. Cambridge university press.
- Birenbaum, M. (2002). Assessing Self-directed Active Learning in Primary Schools. *Assessment in Education*, Vol. 9, No. 1.
- Cachia, R., Ferrari, A., Kearney, C., Punie, Y., Van den Berghe, W., & Wastiau, P. (2009). Creativity in schools in Europe: A survey of teachers. *European Commission-Joint Research Center-Institute for Prospective Technological Studies, Seville*.
- Cachia, R., & Ferrari, A. (2010). *Creativity in schools: A survey of teachers in Europe* (No. JRC59232). Joint Research Centre (Seville site).
- Chang, Y. S., Lin, H. C., Chien, Y. H., & Yen, W. H. (2018). Effects of creative components and creative behavior on design creativity. *Thinking Skills and Creativity*, 29, 23-31. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.05.007>
- Cheung, R. H. P. (2010). Designing movement activities to develop children's creativity in early childhood education. *Early Child Development and Care*, 180(3), 377-385. <https://doi.org/10.1080/03004430801931196>
- Cheung, R. H. P. (2012). Teaching for creativity: Examining the beliefs of early childhood teachers and their influence on teaching practices. *Australasian Journal of Early Childhood*, 37(3), 43-52. <https://doi.org/10.1177/183693911203700307>
- Cho, B. and Lee, J. (2013). The effects of creativity and flow on learning through the STEAM education on elementary school contexts. *Paper presented at the International Conference of Educational Technology*, Sejong University, Sout Korea.

- Cremin, T., Glauert, E., Craft, A., Compton, A., & Stylianidou, F. (2018). Creative little scientists: Exploring pedagogical synergies between inquiry-based and creative approaches in early years science. In *Creativity and Creative Pedagogies in the Early and Primary Years* (ss. 45-60). Routledge.
- Creswell, J. W. (2002). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative (ss. 146-166). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Çamlıbel Çakmak, Ö. (2012). Okul öncesi öğretmen adaylarının fen öğretime yönelik tutumları ile bazı fen kavramlarını anlama düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Turkish Science Education*, 9(3), 40-51.
- Çepni, S. (2012). *Araştırma ve proje çalışmalarına giriş* (Geliştirilmiş 6. Bs.). Celepler Matbaacılık.
- Çınar, S. (2013). Okul öncesi öğretmenlerin fen ve doğa konularının öğretiminde kullandıkları etkinliklerin belirlenmesi, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 364-371.
- Çiçekler, C. Y., Pirpir, D. A., & Aral, N. (2020). Turkish standardization of early childhood creativity scale. *Elementary Education Online*, 19(2), 817-830. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2020.695260>
- Daud, A. M., Omar, J., Turiman, P., & Osman, K. (2012). Creativity in science education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 59, 467-474.
- DeHaan, R. L. (2011). Teaching creative science thinking. *Science*, 334(6062), 1499-1500.
- Demir, T. (2013). Türkçe öğretimi dersinde proje tabanlı öğrenme yaklaşımı. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 1(1), 53-76.
- Elkin, M., Sullivan, A. & Bers, M. U. (2014). Implementing a robotics curriculum in an early childhood Montessori Classroom. *Journal of Information Technology Education, Innovations in Practice*, 13, 153-169.
- Erden, F. T., & Sönmez, S. (2011). Study of Turkish preschool teachers' attitudes toward science teaching. *International Journal of Science Education*, 33(8), 1149-1168.
- Eshach, H. (2006). *Science literacy in primary schools and pre-schools* (Vol. 1). Springer Science & Business Media.
- Esquivel, G. B. (1995). Teacher behaviors that foster creativity. *Educational psychology review*, 7(2), 185-202.
- Gabora, L., & Smith, C. M. (2018). Two cognitive transitions underlying the capacity for cultural evolution. *arXiv preprint arXiv:1811.10431*.
- Girod, M., Rau, C., & Schepige, A. (2003). Appreciating the beauty of science ideas: Teaching for aesthetic understanding. *Science education*, 87(4), 574-587.
- Gomes, J. J. M. (2005). Using a creativity-focused science program to foster general creativity in young children: A teacher action research study (Doctoral dissertation, Fielding Graduate University).
- Greenfield, D. B., Jirout, J., Dominguez, X., Greenberg, A., Maier, M., & Fuccillo, J. (2009). Science in the preschool classroom: A programmatic research agenda to improve science readiness. *Early Education and Development*, 20(2), 238-264.
- Günbay, İ. (2019). Nitel araştırmada veri analizi: tema analizi, betimsel analiz, içerik analizi ve analitik genelleme. 6 Ekim 2020 tarihinde <http://www.nirvanasosyal.com/h-392-nitel-arastirmada-veri-analizi-tema-analizi-betimsel-analiz-icerik-analizi-veanalitik-genelleme.html> adresinden erişildi.
- Güray, B. (2019). A Study on prospective english teachers' self-perception of using creative drama in english language teaching. Chiou, V., Holz, O., Ertürk, N. O., & Shelton, F. (Ed.), *International Insights: Equality in Education* içinde (ss.127-135). Münster, Waxmann Verlag.
- Güvenir, Z., İnel-Ekici, D. (2019, 21-24 Mart). *Okul öncesi öğretmenlerine göre okul öncesi eğitimde yaratıcılığın yeri ve önemi. [Bildiri sunumu]*. 3.Uluslararası Bilim ve Eğitim Kongresi, Afyon.
- Hadzigeorgiou, Y., Fokialis, P., & Kabouropoulou, M. (2012). Thinking about creativity in science education. *Creative Education*, 3(05), 603. <http://dx.doi.org/10.4236/ce.2012.350>
- Hadzigeorgiou, Y. (2016). Imaginative thinking in science and science education. In *Imaginative Science Education* (ss. 1-31). Springer, Cham.
- Haigh, M. (2003). Fostering creativity through science education: A case for investigative practical work.

- Hançer, A. H., Şensoy, Ö., & Yıldırım, H. İ. (2003). İlköğretimde çağdaş fen bilgisi öğretiminin önemi ve nasıl olması gerektiği üzerine bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(13), 80-88.
- Hargrove, R. A. (2013). Assessing the long-term impact of a metacognitive approach to creative skill development. *International Journal of Technology and Design Education*, 23(3), 489-517. <https://doi.org/10.1007/s10798-011-9200-6>
- Havu-Nuutinen, S., Sporea, D., & Sporea, A. (2017). Inquiry and creativity approaches in early-years science education. E. Kimonen, R. Nevalainen (Eds.), *reforming teaching and teacher education* İçinde (ss. 89-116). Brill Sense.
- Heilmann, G., & Korte, W. B. (2010). The role of creativity and innovation in school curricula in the EU27. *A content analysis of curricula documents*.
- Hodson, D. (2003). Time for action: Science education for an alternative future. *International journal of science education*, 25(6), 645-670.
- İnel-Ekici, D. (2014). Fen öğretmeni adaylarının yaratıcılık kavramına ve yaratıcı düşünmeye ilişkin görüşlerinin farklı değişkenlere göre incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 385-397.
- Jordan, A., & Carlile, O. (2013). *Approaches to creativity: A guide for teachers*. McGraw-Hill Education (UK).
- Kallery, M. ve Psillos, D. (2001). Pre-school Teachers Content Knowledge in Science: Their understanding of elementary science concepts and of issues raised by children's questions, *International Journal of Early Years Education*, 9(3), 165-179.
- Kallery, M. (2004). Early years teachers' late concerns and perceived needs in science: An exploratory study. *European Journal of Teacher Education*, 27(2), 147-165.
- Kara, A. (2007). Okul öncesi dönemde 5-6 yaş grubu çocukların yaratıcılık düzeylerini etkileyen faktörlere ilişkin öğretmen görüşleri. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Karaer, H., & Kösterelioğlu, M. (2005). Amasya ve Sinop illerinde çalışan okulöncesi öğretmenlerin fen kavramlarının öğretilmesinde kullandıkları yöntemlerin belirlenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 13(2), 447-454.
- Karamustafaoğlu, S., & Kandaz, U. (2006). Okul öncesi eğitimde fen etkinliklerinde kullanılan öğretim yöntemleri ve karşılaşılan güçlükler. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(1), 65-81.
- Karlıdağ, İ. (2018). Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık kavramına ilişkin görüşler. *Journal of International Social Research*, 11(56).
- Kıldan, O., & Pektaş, M. (2009). Erken çocukluk döneminde fen ve doğa ile ilgili konuların öğretilmesinde okulöncesi öğretmenlerinin görüşlerinin belirlenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1).
- Kind, P. M., & Kind, V. (2007). Creativity in science education: Perspectives and challenges for developing school science.
- Kyllonen, P. C. (2012, May). Measurement of 21st century skills within the common core state standards. In *Invitational Research Symposium on Technology Enhanced Assessments* (ss. 7-8).
- Leggett, N. (2017). Early childhood creativity: challenging educators in their role to intentionally develop creative thinking in children. *Early Childhood Education Journal*, 45(6), 845-853. <https://doi.org/10.1007/s10643-016-0836-4>
- Meral, S. E., & Şahin, F. T. (2019). Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcı düşünme eğilimleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 313-331. <https://doi.org/10.26466/opus.580091>
- Millî Eğitim Bakanlığı (MEB). (2013). Okul Öncesi Eğitimi Programı. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Millî Eğitim Bakanlığı (1973). Milli Eğitim Temel Kanunu. Ankara.
- Miner, M. H. (2017). Creativity and spirituality: Psychological perspectives. In M. Miner & M. Dowson (Eds.), *Creativity And Spirituality: A Multidisciplinary Perspective* (ss. 3-22)
- Mirzaie, R. A., Hamidi, F., & Anaraki, A. (2009). A study on the effect of science activities on fostering creativity in preschool children. *Journal of Turkish science education*, 6(3), 81-90.

- Olğan, R. (2015). Influences on Turkish early childhood teachers' science teaching practices and the science content covered in the early years. *Early Child Development and Care*, 185(6), 926-942. <https://doi.org/10.1080/03004430.2014.967689>
- Ölçer, S., & Özdemir, D. A. (2018). Okul öncesi öğretmenlerinin yaratıcılık düzeyleri ile 60-72 aylık çocukların fen öğreniminin karşılaştırılması. *Journal of Awareness*, 3(5), 837-856. <https://doi.org/10.26809/joa.2018548696>
- Özbek, S. (2009). Okul öncesi öğretmenlerinin fen etkinliklerine ilişkin görüşleri ve uygulamalarının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi. Adana.
- Özer, M. ve Polat Yıldırım, A. (2019). Okul öncesi dönemde yaratıcılığı geliştirmeye yönelik ebeveyn deneyimlerinin incelenmesi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi-Journal of Qualitative Research in Education*, 7(3), 1309-1327. <https://doi.org/10.14689/issn.2148-624.17c.3s.17m>
- Özmen, H. ve Karamustafaoğlu, O. (2019). *Eğitimde araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Piffer, D. (2012). Can creativity be measured? An attempt to clarify the notion of creativity and general directions for future research. *Thinking Skills and Creativity*, 7(3), 258-264. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2012.04.009>
- Saçkes, M. (2014). How often do early childhood teachers teach science concepts? Determinants of the frequency of science teaching in kindergarten. *European early childhood education research journal*, 22(2), 169-184. <https://doi.org/10.1080/1350293X.2012.704305>
- Sağlam, M., & Neriman, A. R. A. L. (2015). Okul öncesi öğretmenlerin fen etkinlikleri hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(3). <https://doi.org/10.17679/iuefd.16308213>
- Sawyer, R. K. (2006). Educating for innovation. *Thinking skills and creativity*, 1(1), 41-48.
- Sivan, A., Leung, R.W., Woon, C. ve Kember, D. (2000). An Implementation of active learning and its effect on the quality of student learning, *Innovations in Education and Training International*, 37, 4 381-389.
- Sönmez Ektem, I. (2017). Okul öncesi öğretmen adaylarının görüşlerine göre uygulama okullarındaki etkinliklerin yaratıcılık bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi*, (26). <https://doi.org/10.14520/adyusbd.336491>
- Spektor-Levy, O., Baruch, Y. K., & Mevarech, Z. (2013). Science and scientific curiosity in pre-school the teacher's point of view. *International Journal of Science Education*, 35(13), 2226-2253. <https://doi.org/10.1080/09500693.2011.631608>
- Strong, M. G. (2013). *Developing elementary math and science process skills through engineering design instruction*. Hofstra University.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde geçerlilik ve güvenilirlik*. Seçkin Matbaası.
- Taylor, A. R., Jones, M. G., Broadwell, B., & Oppewal, T. (2008). Creativity, inquiry, or accountability? Scientists' and teachers' perceptions of science education. *Science Education*, 92(6), 1058-1075.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6(4), 543-559.
- Wechsler, S. (2006). Validity of the torrance tests of creative thinking to the Brazilian culture. *Creativity research journal*, 18(1), 15-25.
- Yahn, L., & Kaufman, J. C. (2016). Asking the wrong question: why shouldn't people dislike. Ambrose, D., & Sternberg, R. J. (Eds.). (2016). *Creative intelligence in the 21st century: Grappling with enormous problems and huge opportunities* içinde (ss. 75-87). NY: Springer.
- Yavuzer, H. (1989). *Yaratıcılık*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınları

Etik kurul onayı

Çalışmanın verileri 2020 yılı öncesinde toplandığı için çalışmada Etik kurul raporu bulunmamaktadır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmalarının bibliyometrik haritası* Bibliometric map of digital storytelling studies conducted for education

Gönderim Tarihi / Received: 06.02.2022

Fatih PALA¹

Kabul Tarihi / Accepted: 03.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1068988](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1068988)

ÖZ: Araştırmanın amacı, Web of Science veri tabanında eğitimde dijital öyküleme kullanımına ilişkin yayınlanmış çalışmaların bibliyometrik analizini yapmaktır. Araştırma betimsel tarama modelinde bağlamında gerçekleştirilmiştir. Web of Science veri tabanında txt dosyası oluşturulmuştur. İstatistik programı olan R - Studio içerisindeki bibliyometrix paketi kullanılarak analizler yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, konuya ilişkin ilk yayının 2005 yılında yapıldığı, en fazla atıfta alan yazar Robin, B., ve en fazla yayın yapan yazar ise 7 çalışma ile Gachago D. olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konu ile ilişkin olarak makalelerin yayımlandığı ilk 3 dergi ise "Dijital Education Review", "Educational Media International" ve "Art and Humanities in Higher Education" olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konuya ilişkin güncel kelimeler; bilgi, çok modluluk, araç, öğretmenler, okuryazarlık, İngilizce, öğrenme-motivasyon, eğitim, öğrenciler, teknoloji, çoklu okuryazarlık, proje, okul, deneyimler, etki, beceriler ve çocuklar odağında gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır. Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda en çok kullanılan kelime "teknoloji" dir. Daha sonra eğitim ve öğrenci, okul, İngilizce, öğretmen, dil, sınıf gibi kelimelerin çalışmalarda kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma her yönüyle benzer çalışma yapmayı planlayan araştırmacılar için rehber olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital öyküleme, Bibliyometrik harita, R-Studio

ABSTRACT: The aim of the research is to make a bibliometric analysis of published studies on the use of digital storytelling in education in the Web of Science database. The research was carried out in the context of the descriptive survey model. A txt file was created in the Web of Science database. Analyzes were made using the bibliometric package in R - Studio, which is a statistics program. As a result of the analysis, it was concluded that the first publication on the subject was made in 2005, the author with the most references was Robin, B., and the author with the highest number of publications was Gachago D. with 7 studies. It was concluded that the first 3 journals in which articles were published on the subject were "Digital Education Review", "Educational Media International" and "Art and Humanities in Higher Education". Current words on the subject; It was concluded that knowledge, multimodality, tool, teachers, literacy, English, learning-motivation, education, students, technology, multi-literacy, project, school, experiences, impact, skills and children. The most used word in studies on the subject is "technology". Then, it was concluded that words such as education and student, school, English, teacher, language, class were used in the studies. It is thought that the research will be a guide for researchers who plan to conduct similar studies in all aspects.

Keywords: Digital storytelling, Bibliometric map, R-Studio

¹ Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, e-r-z-u-r-u-m-25@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1828-0461>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

The developments in information technologies in recent years have also shown themselves in education. The use of this development in information technologies in education was very costly in the first place. However, with the technological tools that have become widespread in today's technology, information technologies are used in classrooms at low cost (Martin, Heller & Mahmoud, 1992; Christensen & Knezek, 2001). With the rapid spread of the Internet in the world, online applications have started to be used in classrooms. One of these applications is digital storytelling. Digital storytelling does not limit the teaching of the subject only to textbooks and teachers, but also allows you to effectively and actively process lessons in classrooms (Hughes, 2005; Robin, 2008). Digital Storytelling is an application created by converting digital multimedia tools and software into a video using a combination of digital storytelling is used in many fields today, ranging from education to tutoring. Digital stories appeared in America in the 1990s and then began to be used in different parts of the world (Paull, 2002; Burgess, 2006; Lambert 2006). With digital stories, teachers and students in classrooms process lessons by making them more fun, removing lesson processing from the teacher-centered lecture model and adopting a structure that centers the student. Considering this aspect, digital stories are important activities to be applied in the classroom for teachers and students (Lambert, 2013; Ohler, 2013). Digital stories used as educational tools are used in schools in countries around the world with the spread of multimedia and web 2 technologies. Digital stories and studies of students' learning, human rights, global perspective, critical thinking, and allows for development in areas such as social skills (Hull & Katz, 2006; Robin, 2008; Blind & Agelidou, 2010).

Looking at the literature on digital storytelling, it can be seen that studies have been conducted in areas such as language teaching special education teacher candidates reading skills academic achievement from preschool to higher education. Recently, it has been observed that studies have been carried out in many areas related to digital storytelling applications in education. It is important from this point of view to conduct a bibliometric analysis of academic studies conducted on the application of digital storytelling in education around the world. Because it provides the opportunity to see the big picture of the study conducted in bibliometric research (Karaca and Akbaba, 2021). In this context, our research makes it important to see the big picture of the research conducted on digital storytelling applications in education. In the research, it is aimed to conduct a bibliometric analysis of studies related to digital storytelling applications used in education in terms of seeing the big picture.

Methodology

The research was designed in the descriptive screening model. A screening study is a model that aims to depict a past and current situation as it relates to it. The persons and objects included in the research are considered in the conditions in which they were found (Karasar, 2016). In the research, the key concept of "digital storytelling in education" was scanned and the bibliometric characteristics of the journals publishing educational studies were determined. Bibliometric research allows to guide the policies of scientific publications by conducting an internal evaluation of the journal. Bibliometric analyses are an important way for journals to see the big picture in terms of subject areas, concepts, citations, data volume and limitations of disciplines (Huang et al., 2006; Aria & Cuccurullo, 2017).

Findings and discussion

It is seen that the studies in the database that we have reached regarding the digital storytelling studies conducted for education started to be published in 2005, and the most studies related to the subject were conducted between 2019 and 2021 with 111 articles. After 2011, it is seen that the studies related to the subject have increased. The studies published after 2011 constitute 93.9% of the total studies.

By scanning the key concept of "digital storytelling in education", it was determined that the studies were published in 164 different journals. The first three journals in which digital storytelling studies aimed at education have been published the most are "Digital Education Review", "Educational Media International" and "Art and Humanities in Higher Education".

A total of 254 authors have worked on digital storytelling for education. The most studied author is Gachago D. With 7 works, the runner-up is Liu C with 5 runs.C and Robin B.R. and in third place is Condy J. With 4 runs. it is seen that.

When digital storytelling studies for education are examined as a country, author and subject area, it is seen that there are at most 5 authors in Italy. Authors in Italy focus on the field of digital storytelling as a subject. In second place are South Africa and Australia with 4 authors. The authors in these countries focused on topics such as digital storytelling, collaborative learning, educational technologies, multimedia, preschool education and higher education as a subject area. In third place comes Spain with 3 authors. Authors in Spain as a subject area; it is focused on digital storytelling, primary education and preschool education. On the other hand, 1 author from Turkey has worked on educational technologies with a focus on the subject area.

Results and recommendations

The materials to be used in the research constitute the studies in the field of education related to the key concept of “digital storytelling in education” published in different educational journals between 2005 and 2021 in the WoS database. While the data were scanned, studies such as book chapters and papers were not included in the scan. The studies were conducted with the article only. In the research, a survey was conducted with the key concept of “digital storytelling in education” and a total of 591 studies related to the subject area were reached. Then, depending on the limitations of the study, a time december limitation was made and a total of 386 articles were reached. The results of the distribution of studies on the topic by year, the most published journals, the number of citations of authors, the h indexes of authors, the work of authors in cooperation with their countries and other countries, current words, the word cloud and the country author and subject area map were obtained.

Giriş

Son yıllardaki bilişim teknolojilerindeki gelişmeler kendini eğitimde de göstermiştir. Bilişim teknolojilerindeki bu gelişimin eğitimde kullanılması ilk etapta çok maliyetliydi. Fakat günümüz teknolojisinde yaygınlaşan teknolojik aletlerle bilişim teknolojileri düşük maliyette sınıflarda kullanılmaktadır (Christensen ve Knezek, 2001; Martin, Heller ve Mahmoud, 1992). İnternetin dünyada hızlı bir şekilde yayılması ile birlikte çevrimiçi uygulamalar sınıflarda kullanılmaya başlanmıştır. Bu uygulamalardan birisi de dijital öykülemelerdir. Dijital öykülemeler, konunun öğretilmesini sadece ders kitapları ve öğretmenler ile sınırlı tutmayıp etkili ve aktif bir şekilde sınıflarda ders işlenmesine olanak sağlar (Hughes, 2005; Robin, 2008). Dijital Öyküleme, dijital multimedya araçları ve yazılımların bir arada kullanılarak video haline getirilmesi ile oluşturulan uygulamalardır. Dijital öykülemeler günümüzde eğitimden tutunda birçok alanda kullanılmaktadır. Dijital öyküler 1990'larda Amerika'da ortaya çıkmış ve daha sonra dünyanın farklı yerlerinde kullanılmaya başlanmıştır (Burgess, 2006; Lambert 2006; Paull, 2002). Dijital öyküler ile sınıflarda öğretmen ve öğrenciler dersleri daha eğlenceli bir hale getirerek işlemekte öğretmen merkezli ders anlatım modelinden ders işlenişini çıkararak öğrenciyi merkeze alan bir yapıya bürünmektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde dijital öyküler öğretmen ve öğrenciler için sınıfta uygulanacak önemli etkinliklerdir (Lambert, 2013; Ohler, 2013). Eğitim aracı olarak kullanılan dijital öyküler; multimedya ve web 2 teknolojilerinin yaygınlaşması ile dünyada ülkelerinde okullarda kullanılmaktadır. Yapılan çalışmalar dijital öykülerin öğrencilerin öğrenme, insan hakları, küresel bakış açısı, eleştirel düşünme ve sosyal beceri gibi alanlarda gelişmesine olanak sağlamaktadır (Hull ve Katz, 2006; Kordaki ve Agelidou, 2010; Robin, 2008).

Dijital öyküleme 21 yüzyıl becerileri öğretiminde önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu uygulama ile öğrenciler derse daha kolay motive olabilmekte ve dersi daha çekici hale getirebilmektedir. Ayrıca öğrencileri işbirlikçi öğrenmeye teşvik ederek sorumluluk duygusunun geliştirmesine olanak sağlamaktadır (Pitler, 2006; Robin, 2015). Öğretmenler öğretilmesi gereken konuyu doğrudan kitaptan öğretmek yerine dijital öyküleme etkinliklerini kullanarak dersini işleyebilir. Dijital öykülerle öğrenciler söylemek istediği bir durumu arkadaşlarına ve öğretmenlerine kolay bir şekilde ifade edebilir (Burmark, 2004; Doğan, 2007). Paylaşmak istediği bir duygu ve düşünceyi oluşturmuş olduğu dijital öykülerle öğretmen ve sınıf arkadaşlarına paylaşabilmektedir. Hatta dijital öyküler öğrencinin yaşamış olduğu trajik olayı bile açığa çıkarmada önemli bir etkiye sahiptir (Campbell, 2012; Robin, 2006).

Literatür Taraması

Dijital öyküleme ile ilgili alanyazına baktığımızda, okul öncesinden yükseköğretime kadar dil öğretimi, özel eğitim, öğretmen adayları, okuma becerileri ve akademik başarı gibi alanlarda çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Banaszewski (2002) yaptığı bir çalışmada sosyal bilgiler dersi öğretiminde dijital öykülerin öğrencileri derse karşı motive ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Figg, Ward ve Lanier-Guillory (2006) ve Sadik (2008) yaptıkları çalışmada aynı sonuca ulaşılmıştır. Xu, Park ve Beak (2011) yapılan çalışmada dijital öykülerin eleştirel düşünme becerilerinde etkisinden bahsedilmiştir. Yang ve Wu (2012) yaptıkları başka bir çalışmada dijital öyküleme çalışmalarının öğrencilerin akademik başarılarında önemli bir katkı sağladığı görülmektedir. Preradovic, Lesin ve Boras (2016) yaptıkları çalışmada, dijital öykülerin öğrencileri matematik konularının öğretiminde daha da motive ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Aitkuzhinova-Arslan, Gün ve Üstünel (2016) yaptıkları bir çalışmada okul öncesi eğitimde dijital öykülerin öğrencilerin öğrenmeye karşı olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Shelton, Archambault ve Hale (2017) öğretmen adayları üzerine yaptıkları bir çalışmada dijital öykülerin eğitimde önemli bir yere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Liu, Huang ve Xu (2018) yaptıkları çalışmada ise, dijital öykülerin İngilizce dersinde kullanımının öğrencilerin başarısında ve motivasyonunda önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan çalışmalara bakıldığında eğitimde dijital öyküleme uygulamaları ile ilgili birçok alanda çalışma yapıldığı görülmektedir. Dünyada eğitimde dijital öyküleme uygulamaları ile ilgili yapılan akademik çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması bu açıdan önemlidir. Çünkü bibliyometrik araştırmalar yapılan çalışmanın büyük resmini görme olanağı sağlamaktadır (Karaca ve Akbaba, 2021). Bu bağlamda araştırmamız eğitimde dijital öyküleme uygulamaları ile ilgili yapılan araştırmaların büyük resmini görme açısından önemli kılmaktadır. Araştırmada, büyük resmi görme açısından eğitimde

kullanılan dijital öyküleme uygulamaları ile ilgili çalışmaların bibliyometrik analizini yapmak amaçlanmıştır.

Yöntem

Araştırmanın modeli

Araştırma betimsel tarama modelinde tasarlanmıştır. Tarama çalışması, geçmiş ve halihazırda bir duruma ilişkin olduğu haliyle tasvirlemeyi amaçlayan modeldir. Araştırmaya dahil olan kişiler ve nesnelere bulunmuş olduğu şartlarda ele alınır (Karasar, 2016).

Araştırma, “digital storytelling in education” anahtar kavramı taratılarak eğitim çalışmalarını yayınlayan dergilerin bibliyometrik açıdan özellikleri belirlenmiştir. Bibliyometrik araştırmalar, derginin iç değerlendirmesi yapılarak bilimsel yayın politikalarına rehberlik etmeye olanak tanır. Bibliyometrik analizler dergilerin konu alanlarını, kavramları, atıfları, veri hacmi ve disiplinlerin sınırlılığı bağlamında büyük resmi görme açısından önemli bir yoldur (Aria ve Cuccurullo, 2017; Huang vd., 2006). Araştırma, kişiler üzerinde anket yapma veya deneysel çalışma olarak değil; hali hazırda veri üzerinden yürütüldüğü için araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

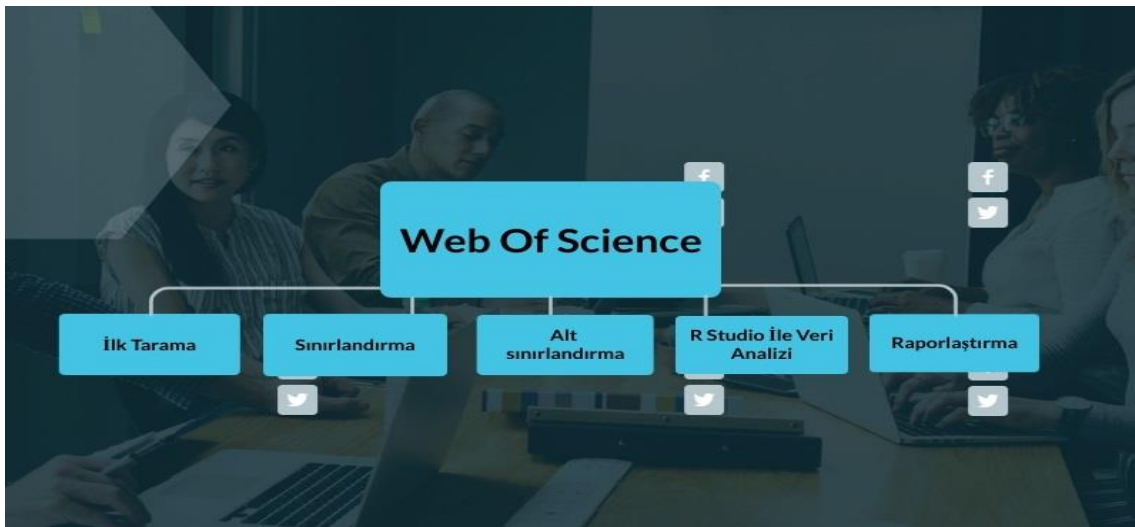
Araştırmanın çalışma materyali

Araştırmada kullanılacak materyaller WoS veri tabanında 2005-2021 yılları arasında farklı eğitim dergilerinde yayınlanan “digital storytelling in education” anahtar kavramıyla ilişkili eğitim alanındaki çalışmalar oluşturmaktadır. Veriler taranırken kitap bölümü, bildiri gibi çalışmalar taramaya dahil edilmemiştir. Çalışmalar sadece makale ile yürütülmüştür. Araştırmada “digital storytelling in education” anahtar kavramı ile tarama yapılmış ve konu alanına ilişkin toplam 591 çalışmaya ulaşılmıştır. Daha sonra araştırmanın sınırlılığına bağlı olarak toplamda 386 makaleye ulaşılmıştır. Nihai olarak 386 tane dergi makalesi araştırmanın materyali oluşturmaktadır.

Veri toplama süreci ve verilerin analizi

Veri tabanından taranan araştırmaların bulguları için R – Studio programı kullanılmıştır. R-Studio paket programı bibliyometrik araştırmaları için kullanışlı bir programdır (Aria ve Cuccurullo, 2017). Web Of Science veri tabanından “digital storytelling in education” anahtar kavramı taranmıştır. Veri tabanındaki ilk taramada 2005-2021 yılına alları arası konu alanına ilişkin toplam 591 makale bulunmuştur. Daha sonra yapılan alt taramada 386 makalaya ulaşılmıştır. Araştırmanın verileri plain text dosyasına aktarılmıştır. Daha önce kurulan R- Studio programından bibliyometrix paket indirilerek analiz sayfası açılmıştır. Oluşturulan “plain text” dosya, programın yönlendirmesi ile biblioshiny’in data kısmına yüklenerek analizler yapılmıştır. Araştırmaya ilişkin çalışma diyagramı şekilde 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Çalışma diyagramı



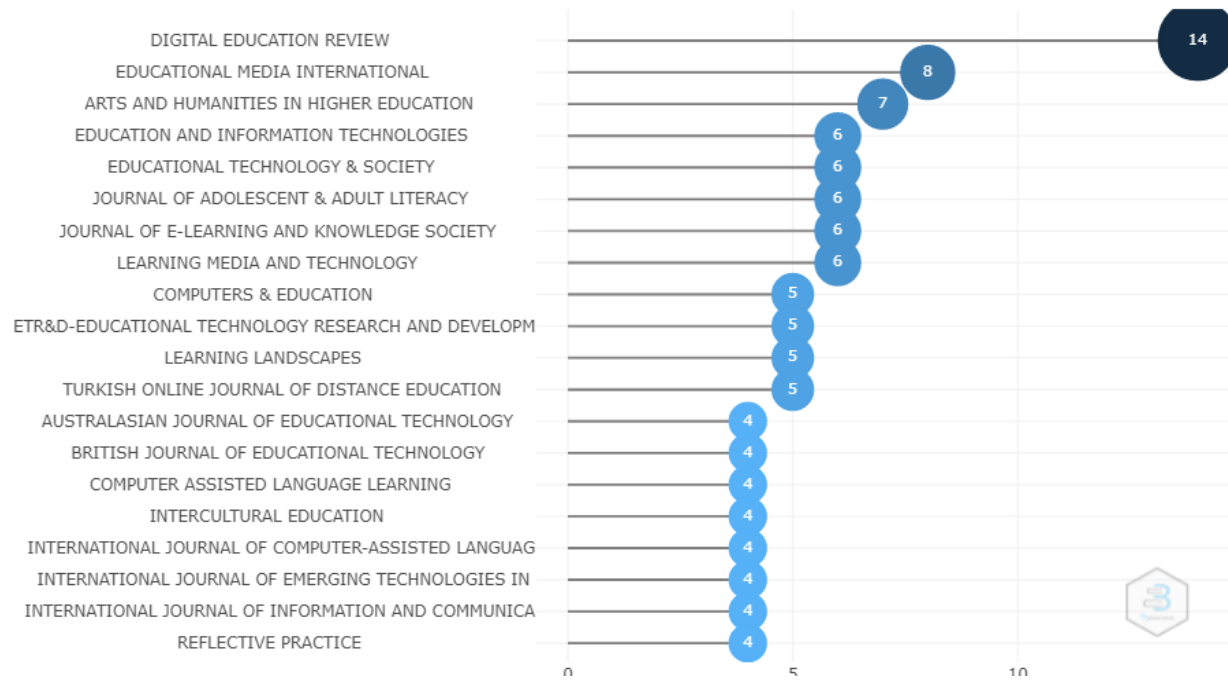
Bulgular

Tablo 1: Konuya ilişkin yapılan çalışmaların yıllara göre dağılımı

Yıl	Makale Sayısı	Yüzde
2005-2006	2	0.6
2007-2008	11	3.37
2009-2010	7	2.14
2011-2012	35	10.7
2013-2014	41	12.5
2015-2016	55	16.9
2017-2018	65	19.9
2019-2021	111	33.9

Tablo 1'e baktığımızda, eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmalarına ilişkin ulaştığımız veri tabanında yer alan çalışmaların 2005 yılında yayınlanmaya başladığı, konu ile ilgili olarak en fazla çalışmanın ise 111 makale ile 2019-2021 yılları arasında yapıldığı görülmektedir. 2011 yılından sonra konu ile ilgili çalışmaların arttığı görülmektedir. 2011 yılından itibaren yürütülen çalışmalar toplam çalışmaların %93.9'unu meydana getirmektedir.

Şekil 2: Konuya ilişkin yayın yapan dergiler



“Digital storytelling in education” anahtar kavramı taratılıp bulunan çalışmaların 164 değişik dergide yayımlandığı tespit edilmiştir. Eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmalarının en fazla yayımlandığı ilk üç dergi olarak, “Dijital Education Review”, “Educational Media International” ve “Art and Humanities in Higher Education” olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Konuya ilişkin en fazla yayın yapan araştırmacılar

Yazar	Makale Sayısı	Yazar	Makale Sayısı
Gachago D.	7	Dello Iacono U.	3
Liu C.C	5	Fiorentino G.	3
Robin B.R.	5	Lummis G.W.	3
Condy J.	4	Macleroy V.	3
Ivala E.	4	Mangione G.R	3
Perez M.	4	Martinez L.V.	3
Pierri A.	4	Mckinnon D.H.	3
Capuano N.	3	Morris J.E.	3
Chigona A.	3	Rodriguez-Illera J.L.	3
Chubko N.	3	Rose C.b	3

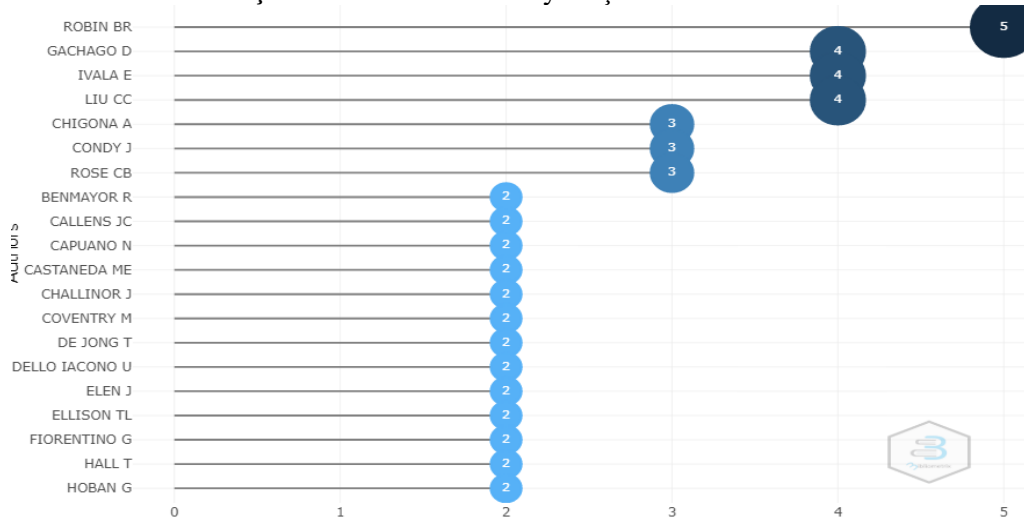
Eğitime yönelik dijital öyküleme ile ilgili toplamda 254 yazar çalışma yapmıştır. Tablo 2 incelendiğinde, en fazla çalışma yapan yazarın 7 çalışma ile Gachago D., ikinci sırada ise 5 çalışma ile Liu C.C ve Robin B.R. ve üçüncü sırada ise 4 çalışma ile Condy J. olduğu görülmektedir. Araştırmacıların ilki Güney Afrika Cape Peninsula Teknoloji Üniversitesi, ikinciler ise Tayvan National Central Üniversitesi ve ABD’de Houston Üniversitesi üçüncüsü ise Güney Afrika Cape Peninsula Teknoloji Üniversitesi’nde görev yapmaktadır.

Tablo 3: Konuya ilişkin yazarların atıf sayıları

Yazar	Atıf Sayısı	Yazar	Atıf Sayısı
Robin B.	353	Xu Y.	67
Sadık A.	253	Falloon G.	59
Yang Y.	196	Hoban G.	56
Huh G.	187	Kim S.	48
Hafner C.	128	Kearney M.	45
Hung C.	107	Castaneda M.	42
Benmayor R.	103	Lowenthal P.	41
Ohler J.	83	Niemi H.	40
Phan T.	75	Sarica H.	40
Jernigan V.	70	Starcic A.	39

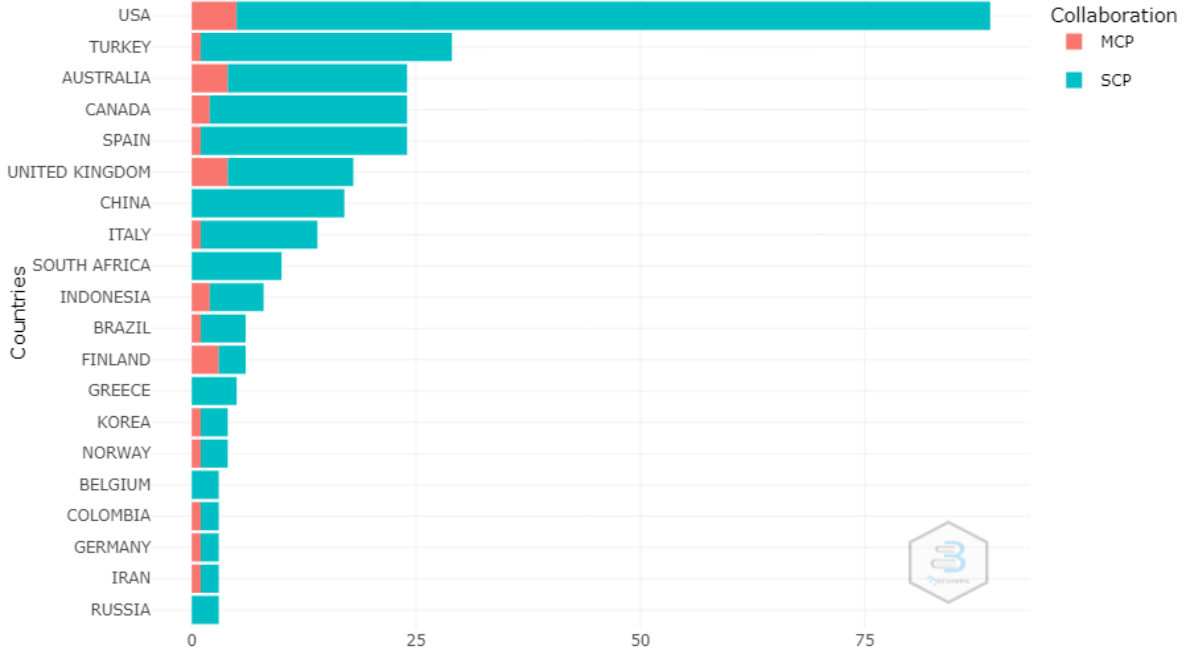
Tablo 3’de WoS veri tabanından alınan eğitime yönelik dijital öyküleme çalışması ile en fazla atıf alan 20 yazara yer verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde, en fazla atıf alan yazar 353 atıf ile Robin B., ikinci olarak 253 atıf ile Sadık A. ve üçüncü ise 196 atıf ile Yang Y. olduğu görülmektedir.

Şekil 3: Yazarların konuya ilişkin h indeksleri



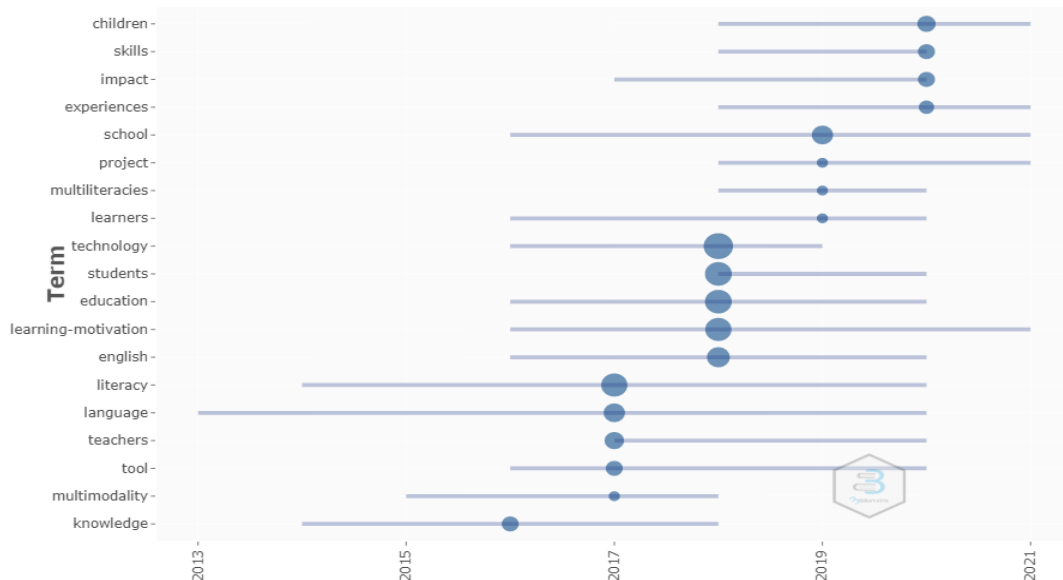
Şekil 2’de eğitimde dijital öyküleme kullanımına ilişkin yayınlanan çalışmaların h- indeksleri bakımından ilk 20 sıradaki araştırmacıları göstermektedir. Tabloda Eğitimde dijital öyküleme kullanımına yönelik çalışma yapan araştırmacılar içinde bu alanda en yüksek h- indeksli 20 araştırmacıdan en yüksek h – indeksi olan Robin B.R.’dir. İkinci olarak Gachago D, ve üçüncü ise Ivala E. gelmektedir.

Şekil 4: Yazarların ülkeleri ve diğer ülkelerle birlikte yaptığı çalışmalar



WoS veri tabanında eğitimde dijital öykü kullanımı üzerine yapılan 387 çalışmanın 328’inin tek yazarlı olarak yürütüldüğü tespit edilmiştir. Bu bağlamda araştırmacıların çok yazarlı çalışmaya oranla tek yazarlı çalışmaları tercih ettikleri ifade edilebilir. Şekil 3’teki SCP (Single Country Publications) olarak ifade edilen kısım aynı ülkelerde bulunan yazarların yapmış oldukları yayın adeti, MCP (Multiple Country Publications) olarak ifade edilen kısım ise farklı ülkelerdeki yazarların ortak bir şekilde yaptıkları çalışmaların adetini göstermektedir.

Şekil 5: Konuya ilişkin güncel kelimeler



Şekil 6’da eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmaları ülke, yazar ve konu alanı olarak incelendiğinde en fazla 5 yazarla İtalya olduğu görülmektedir. İtalya’daki yazarlar konu olarak; dijital öyküleme alanına odaklandığı görülmektedir. İkinci sırada ise 4 yazarla Güney Afrika ve Avustralya gelmektedir. Bu ülkelerdeki yazarlar konu alanı olarak; dijital öyküleme, işbirlikçi öğrenme, eğitim teknolojileri, multimedya, okul öncesi eğitim ve yükseköğretim gibi konulara odaklanmıştır. Üçüncü olarak ise 3 yazar ile İspanya gelmektedir. İspanya’daki yazarlar konu alanı olarak; dijital öyküleme, ilköğretim ve okul öncesi eğitim konularına odaklanmıştır. Türkiye’den ise 1 yazar eğitim teknolojileri konu alanı odaklı olarak çalışmıştır.

Tartışma, sonuç ve öneriler

Araştırmada kullanılacak materyaller WoS veri tabanında 2005-2021 yılları arasında farklı eğitim dergilerinde yayınlanan “digital storytelling in education” anahtar kavramıyla ilişkili eğitim alanındaki çalışmalar oluşturmaktadır. Veriler taranırken kitap bölümü, bildiri gibi çalışmalar taramaya dahil edilmemiştir. Çalışmalar sadece makale ile yürütülmüştür. Araştırmada “digital storytelling in education” anahtar kavramı ile tarama yapılmış ve konu alanına ilişkin toplam 591 çalışmaya ulaşılmıştır. Daha sonra araştırmanın sınırlılığına bağlı olarak zaman aralığı sınırlaması yapılmış toplamda 386 makaleye ulaşılmıştır. Konu ile ilgili yapılan çalışmaların yıllara göre dağılımı, daha fazla yayın yapan dergiler, yazarların atıf sayıları, araştırmacıların h indeksleri, araştırmacıların ülkeleri ve diğer ülkeler ile işbirliğinde yaptığı çalışmalar, güncel kelimeler, kelime bulutu ve ülke yazar ve konu alanı haritası sonuçlarına ulaşılmıştır.

Eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmalarına ilişkin taranan veri tabanında yer alan çalışmaların 2005 yılında yayınlanmaya başladığı, konu ile ilgi olarak en fazla çalışmanın ise 111 makale ile 2019-2021 yılları arasında yapıldığı görülmektedir. 2011 yılından sonra konu ile ilgili çalışmaların arttığı görülmektedir. 2011 yılından itibaren yayınlanan çalışmalar toplam çalışmaların % 93.9’unu meydana getirmektedir. Bu sonuç, eğitimde dijital öyküleme konularına ilginin arttığı ve bu ilginin araştırmalara yansıtıldığını göstermektedir.

“Digital storytelling in education” anahtar kavramı taratılarak bulunan çalışmaların 164 değişik dergide yayımlandığı tespit edilmiştir. Eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmalarının en fazla yayımlandığı ilk üç dergi olarak, “Dijital Education Review”, “Educational Media International” ve “Art and Humanities in Higher Education” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Eğitime yönelik dijital öyküleme ile ilgili toplamda 254 yazar çalışma yapmıştır. En fazla çalışma yapan yazarın 7 çalışma ile Gachago D. (Gachago, 2015; Gachago ve Stewart, 2020; Gachago vd., 2014a; Gachago vd., 2014b; Gachago vd., 2017), ikinci sırada ise 5 çalışma ile Liu C.C ve Robin B.R. (Liu vd., 2014; Liu vd., 2018; Liu vd., 2019; Robin, 2006; Robin, 2008; Robin, 2016; Robin ve McNeil, 2012;) ve üçüncü sırada ise 4 çalışma ile Condy J. (Condy vd. 2012; Condy vd. 2015; Condy vd. 2019) olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

WoS veri tabanından alınan verilere göre, eğitime yönelik dijital öyküleme çalışması ile en fazla atıf alan yazar 353 atıf ile Robin B., ikinci olarak 253 atıf ile Sadık A. ve üçüncü ise 196 atıf ile Yang Y. olduğu sonucuna ulaşılmıştır. WoS veri tabanından alınan verilere göre, eğitimde dijital öyküleme kullanımına yönelik çalışma yapan yazarlar içinde bu alanda en fazla h – indeksi olan Robin B.R.’dir. İkinci olarak Gachago D. ve üçüncü ise Ivala E. Olduğu sonucuna ulaşılmıştır. WoS veri tabanında eğitimde dijital öykü kullanımı üzerine yapılan 387 çalışmanın 328’inin sadece bir araştırmacı tarafından yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda araştırmacıların çok yazarlı çalışmaya oranla tek yazarlı çalışmalarını tercih ettikleri ifade edilebilir.

WoS veri tabanında, eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme ilişkin çalışmalarda son yıllarda ortaya çıkan konular incelendiğinde 2016 yılında bilgi; 2017 yılında çok modluluk, araç, öğretmenler, okuryazarlık; 2018 yılında İngilizce, öğrenme-motivasyon, eğitim, öğrenciler, teknoloji; 2019 yılında öğrenenler, çoklu okuryazarlık, proje, okul; 2020 yılında ise deneyimler, etki, beceriler ve çocuklar odağında gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır. Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda en çok kullanılan kelime “teknoloji” dir. Daha sonra eğitim ve öğrenci, okul, İngilizce, öğretmen, dil, sınıf gibi kelimelerin

çalışmalarda kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, eğitime yönelik dijital öykü çalışmalarını eğitim, teknoloji ve öğrenci odağında gerçekleştirdiği şekilde yorumlanabilir.

Eğitime yönelik yapılan dijital öyküleme çalışmaları ülke, yazar ve konu alanı olarak en fazla 5 yazarla İtalya (Capuano, N., Dello, I., U., Fiorentino, G., Mangione, G., Pierri, A.) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İtalya'daki yazarlar konu olarak; dijital öyküleme alanına odaklandığı görülmektedir. İkinci sırada ise 4 yazarla Güney Afrika ve Avustralya (Chigona, A., Chubko, N., Condy, J., Gachago, D., Ivala, E, Mckinnon, D., Morris, J., Lummis, G.) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu ülkelerdeki yazarlar konu alanı olarak; dijital öyküleme, işbirlikçi öğrenme, eğitim teknolojileri, multimedya, okul öncesi eğitim ve yükseköğretim gibi konulara odaklanmıştır. Üçüncü olarak ise 3 yazar ile İspanya (Martinez, I., Perez, M., Rodriguez, I.) sonucuna ulaşılmıştır. İspanya'daki yazarlar konu alanı olarak; dijital öyküleme, ilköğretim ve okul öncesi eğitim konularına odaklanmıştır. Türkiye'den ise 1 yazar (Yüksel-Arslan, P.) eğitim teknolojileri konu alanı odaklı olarak çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçları ışığında şu önerilere yer verilebilir:

1. Eğitimde dijital öyküleme ile ilgili çalışma yapmayı planlayan bir araştırmacı için uluslar arası dergilerin değerlendirilmesi bakımında yol gösterici olabilir.
2. Bu araştırmadaki dökümanları araştırmacılar yaptıkları çalışmada kullanarak yeni araştırmalar tasarlayabilir.
3. Bu araştırmada kullanılan analiz programı R-Studio ile farklı veri tabanlarından (Scopus) başka bibliyometrik analiz çalışmaları yapılabilir.
4. Dijital öyküleme ile ilgili araştırma yapmayı planlayan araştırmacılar yurt dışında bu konu ile ilgili araştırma yapan kişilerle işbirliğine gidebilir.

Kaynakça

- Aitkuzhinova-Arslan, A., Gün, S., ve Üstünel, E. (2016). Teaching vocabulary to Turkish young learners in semantically related and semantically unrelated sets by using digital storytelling. *Dil ve Dilbilimi Çalışmaları Dergisi*, 12(1), 42-54.
- Aria, M., ve Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Banaszewski, M. T. (2002). Digital storytelling finds its place in the classroom. *Multimedia schools*, 9(1), 32-35.
- Burgess, J. (2006). Hearing ordinary voices: Cultural studies, vernacular creativity and digital storytelling. *Continuum*, 20(2), 201-214.
- Burmark, L. (2004). Visual Presentations That Prompt, Flash & Transform Here are some great ways to have more visually interesting class sessions. *Media and methods*, 40, 4-5.
- Doğan, B. (2007). *Implementation of digital storytelling in the classroom by teachers trained in a digital storytelling workshop*. (Doktora Tezi). University of Houston.
- Campbell, T. A. (2012). Digital storytelling in an elementary classroom: Going beyond entertainment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 69, 385-393.
- Christensen, R., ve Knezek, G. (2001). Instruments for assessing the impact of technology in education. *Computers in the Schools*, 18(2-3), 5-25.
- Condy, J., Chigona, A., Gachago, D., Ivala, E., ve Chigona, A. (2012). Pre-Service Students' Perceptions and Experiences of Digital Storytelling in Diverse Classrooms. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 11(3), 278-285.
- Figg, C., Ward, R., ve Lanier-Guillory, D. (2006). Using social studies content themes and digital storytelling to make video come alive. In C. Crawford et al. (Ed.), *Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference*. (679-684). Chesapeake.

- Gachago, D., Condy, J., Ivala, E., ve Chigona, A. (2014a). 'All stories bring hope because stories bring awareness': students' perceptions of digital storytelling for social justice education. *South African Journal of Education*, 34(4).
- Gachago, D., Ivala, E., Barnes, V., Gill, P., Felix-Minnaar, J., Morkel, J., ve Vajat, N. (2014b). Towards the development of digital storytelling practices for use in resource-poor environments, across disciplines and with students from diverse backgrounds: Part 2: Heltasa 2012 Special Section. *South African Journal of Higher Education*, 28(3), 961-982.
- Gachago, D. (2015). *Sentimentality and digital storytelling: Towards a post-conflict pedagogy in pre-service teacher education in South Africa*. (Doktora Tezi). University of the Western Cape, South Africa.
- Gachago, D., ve Sykes, P. (2017). Navigating ethical boundaries when adopting digital storytelling in higher education. In *Digital storytelling in higher education*. 91-106.
- Gachago, D., ve Stewart, K. (2020). Response-able digital storytelling to reimagine higher education classroom practices. In *Posthuman and Political Care Ethics for Reconfiguring Higher Education Pedagogies*, 123-136.
- Huang, Y. L., Ho, Y. S., ve Chuang, K. Y. (2006). Bibliometric analysis of nursing research in Taiwan 1991-2004. *Journal of Nursing Research*, 14(1), 75-81. <https://doi.org/10.1097/01.JNR.0000387564.57188.b4>
- Hughes, J. E. (2005). The role of teacher knowledge and learning experiences in forming technologyintegrated pedagogy. *Journal of Technology and Teacher Education*, 13, 277-302.
- Hull, G. A., ve Katz, M. L. (2006). Crafting an agentive self: Case studies of digital storytelling. *Research in the Teaching of English*, 43-81.
- Karaca, A., ve Akbaba, B. (2021). Vatandaşlık eğitimine yönelik bibliyometrik araştırma: 1980-2020 yılları arasında yapılan çalışmaların analizi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(3), 788-804.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi "Kavramlar ilkeler ve yöntemler"*. (27. baskı). Nobel.
- Kordaki, M., ve Agelidou, E. (2010). A learning design-based environment for online, collaborative digital storytelling: An example for environmental education. *International Journal of Learning*, 17(5), 95-106.
- Lambert, J. (2006). *Digital storytelling: capturing lives, creating community*. (2nd ed.). Berkeley, CA: Digital Diner Press.
- Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. Routledge.
- Liu, C. C., Wu, L. Y., Chen, Z. M., Tsai, C. C., ve Lin, H. M. (2014). The effect of story grammars on creative self-efficacy and digital storytelling. *Journal of Computer Assisted Learning*, 30(5), 450-464.
- Liu, M. C., Huang, Y. M., ve Xu, Y. H. (2018). Effects of individual versus group work on learner autonomy and emotion in digital storytelling. *Educational technology research and development*, 66(4), 1009-1028.
- Liu, C. C., Yang, C. Y., ve Chao, P. Y. (2019). A longitudinal analysis of student participation in a digital collaborative storytelling activity. *Educational Technology Research and Development*, 67(4), 907-929.
- Martin, C. D., Heller, R. S., ve Mahmoud, E. (1992). *American and Soviet children's attitudes toward computers*. *Journal of Educational Computing Research*, 8(2), 155-185.
- Ohler, J. B. (2013). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity*. Corwin Press.

- Paull, C. (2002). *Self-perceptions and social connections: Empowerment through digital storytelling in adult education*. (Doktora Tezi). University of California.
- Phillips, H. N., Condy, J., ve Tiba, C. (2019). Digital Storytelling: Student Vulnerability during the Process and Its Impact on Teaching and Learning One Year Later. *International Association for Development of the Information Society*.
- Pitler, H. J. (2006). Viewing technology through three lenses. *Principal-Arlington*, 85(5), 38-44.
- Preradovic, N. M., Lesin, G., ve Boras, D. (2016). Introduction of Digital Storytelling in Preschool Education: A Case Study from Croatia. *Digital Education Review*, 30, 94-105.
- Robin, B. (2006, March). The educational uses of digital storytelling. *In Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, (709-716). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).
- Robin, B. (2008). Digital storytelling: A powerful technology tool for the 21st century classroom. The College of Education and Human Ecology, *The Ohio State University*, 47(3), 220-228. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/00405840802153916>
- Robin, B. R., ve McNeil, S. G. (2012). What educators should know about teaching digital storytelling. *Digital Education Review*, 22, 37-51.
- Robin, B. R. (2015). The effective uses of digital storytelling as a teaching and learning tool. *Handbook of research on teaching literacy through the communicative and visual arts*, 2, 429-440.
- Robin, B. R. (2016). The power of digital storytelling to support teaching and learning. *Digital Education Review*, 30, 17-29.
- Sadik, A. (2008). Digital storytelling: a meaningful technology-integrated approach forengaged student learning. *Educational technology research and development*, 56(4), 487-506.
- Shelton, C. C., Archambault, L. M., ve Hale, A. E. (2017). Bringing digital storytelling to the elementary classroom: Video production for preservice teachers. *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, 33(2), 58-68. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/21532974.2016.1276871>
- Tiba, C., Condy, J., Chigona, A., ve Tunjera, N. (2015). Digital storytelling as a tool for teaching: Perceptions of pre-service teachers, *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*, 11(1), 82-97.
- Yang, Y. T. C., ve Wu, W. C. I. (2012). Digital storytelling for enhancing student academic achievement, critical thinking, and learning motivation: A year-long experimental study. *Computers & education*, 59(2), 339-352.
- Yüksel-Arslan, P., Yıldırım, S., ve Robin, B. R. (2016). A phenomenological study: Teachers' experiences of using digital storytelling in early childhood education. *Educational Studies*, 42(5), 427-445.
- Xu, Y., Park, H., ve Baek, Y. (2011). A new approach toward digital storytelling: An activity focused on writing selfefficacy in a virtual learning environment. *Educational Technology & Society*, 14(4), 181-191.

Etik kurul onayı

Araştırma, kişiler üzerinde anket yapma veya deneysel çalışma olarak değil; hali hazırdaki veriler üzerinden yürütüldüğü için araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar çatışması beyanı

Araştırmada herhangi bir çıkar çatışması söz konusu değildir.

Dijitalleşme ve ekonomik büyüme: AB ülkelerinden yeni kanıtlar Digitalization and economic growth: New evidence from EU countries

Gönderim Tarihi / Received: 14.01.2023

Kabul Tarihi / Accepted: 28.04.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1234251](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1234251)

Hikmet AKYOL^{1**}

Tuba AKAR²

Gökhan AKAR³

ÖZ: Günümüz dünyası bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte dijital dönüşüm yaşamaktadır. Sosyal ve ekonomik alanda etkili olan dijitalleşme ülkelerin ekonomik büyüme ve rekabet gücü açısından daha önemli hale gelmiştir. Bu çalışmanın amacı 27 AB ülkesinde 2000-2020 dönemi için dijitalleşmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini panel veri analizi yöntemini kullanarak incelemektir. Araştırmada değişkenler arasındaki ekonometrik ilişki, Driscoll-Kraay (1998) standart hatalar tahmincisi kullanılarak tahmin edilmiştir. Çalışmada bağımsız değişken olarak dijitalleşme göstergelerini temsilen bilgi ve iletişim teknolojisi ürünleri ihracatı, internet kullanan birey sayısı ve cep telefonu abone sayısı kullanılmıştır. Bağımlı değişken olan ekonomik büyümeyi temsilen kişi başına düşen reel GSYH alınmıştır. Araştırmanın bulgularına göre dijitalleşme göstergelerinin ekonomik büyüme üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Çalışmanın bulguları dijitalleşmenin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkide bulunacağını savunan teorik ve ampirik literatürü desteklemektedir. Dijitalleşmeye ve Bilgi ve İletişim teknolojileri altyapısına yapılacak yatırımların önemli kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Bilgi ve iletişim teknolojileri, Ekonomik büyüme

ABSTRACT: Today's world is on the verge of a digital transformation with the developments in information and communication technologies. The digitalization process experienced affects societies both economically and socially. Recently, digitalization has become more important in terms of economic growth and competitiveness of countries. The aim of this study is to examine the effect of digitalization on economic growth for the period 2000-2020 in 27 EU countries by using panel data analysis method. In the study, the econometric relationship between the variables was estimated using the Driscoll-Kraay (1998) standard errors estimator. In the study, exports of information and communication technology products, the number of individuals using the internet and the number of mobile phone subscribers were used as the independent variables representing the digitalization indicators. Real GDP per capita is taken to represent economic growth, which is the dependent variable. According to the findings of the research, it has been determined that digitalization indicators have a significant and positive effect on economic growth. The findings of the study support the theoretical and empirical literature that argues that digitalization will have a positive effect on economic growth. It is thought that investments to be made in digitalization and ICT infrastructure will provide significant gains.

Keywords: Digitalization, Information and communication technologies, Economic growth

^{1**} Sorumlu Yazar / Corresponding Author

Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi Şiran Mustafa Beyaz MYO/Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, hikmetakyol76@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9119-7416>

² Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü, akartubaa@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1354-5678>

³ Doç. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü, gakar@kmu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8401-4052>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

In this period, when social development and globalization processes for new technologies push the economy to change, digitalization has taken on a more central role. With introducing new technologies, including various forms of automation, robotization, artificial intelligence, and big data, this interest has grown. The process of digitalization of the economy has made significant progress in recent decades. This process began in the late 1950s with the start of modern digital computing, and continued with the introduction of various information and communication technologies (ICT). The digital revolution, often referred to as the Third Industrial Revolution, is considered having had an enough impact on society and the economy to be compared to the first two industrial revolutions (Heimerl ve Raza, 2018). The dynamic development of information and communication technologies has led to changes in almost all areas of social and economic life. The resulting digitalization process is becoming the driving force not only of progress but also of modernization (Brodny and Tutak, 2022). The Digital Revolution, perceived as the transition from mechanical technology to digital technology, offers many technological opportunities that affect world economies. There are thoughts that the changes caused by digitalization can be disruptive and bring new developments with it (Heimerl ve Raza, 2018). Today's world is in the stage of a new industrial revolution triggered by digitalization with the development of information and communication technologies after the third industrial revolution. This stage changes the production value chains and reveals a period in which the sector is getting smarter with various developments such as the internet of things and artificial intelligence. Automation and optimization of processes can lead to increasing productivity and profitability by reducing costs, speeding up production and sorting errors. Thus, companies that can benefit from the potential of digitalization, where big data and analytics are the driving force, can get ahead of their competitors with revenue growth. The result of this new technology in terms of industrial production systems is the transition of classical hierarchical automation systems to a self-organizing cyber-physical production phase that offers elastic mass specific production and elasticity in the amount of construction (Parida et al., 2019; Rojko, 2017). The study's objective is to empirically investigate how digitization affects economic growth across the EU-27 countries. The second aim of the study is to contribute to the development of the literature by revealing recent evidence in the method's context applied, the variable used and the EU countries. The first and second parts of the study comprised the theoretical framework and literature review parts. In the third part, the data set and the methods used in the study are explained. In the last part of the study, the analysis findings and the result are included.

Methodology

The effect of digitalization on economic growth in the 27 member states of the European Union (EU) between 2000 and 2020 was investigated in this study. In the research, exports of information and communication technology (ICT) products (% of total goods exports), the number of individuals using the Internet (% of the population) and number of mobile phone subscribers were used to represent digitalization indicators. Real GDP per capita (US Dollar) was taken to represent economic growth, which is the dependent variable. In the estimated models, labor force participation rate (% of the total population aged 15-64 years), trade liberalization (the ratio of total exports and imports of goods and services to GDP), capital accumulation (the ratio of gross fixed capital ratio to GDP) and public expenditures (the ratio of public final consumption expenditures to GDP) were used as control variables. In the study, panel data analysis was used to estimate the econometric relationship between the variables.

Findings and discussion

When the estimator results were examined, it was shown that BIT exports, which represent digitalization and are shown with ICTEXP, INT_POP and LNMCS, BIT exports shown by internet usage and mobile line usage and control variables, and capital accumulation, labor force and commercial openness variables shown by OPENESS with INVEST_GDP, L and OPENESS have a positive effect on economic growth. Increased digitalization has encouraged economic development. In contrast, the impact of the GROV variable, which represents public expenditure, on economic growth is a negative and significant. WALD(F) test statistics, which represent the significance of the model were significant.

In addition, R^2 statistics were found to explain 79% of the variation in the dependent variable of the independent variables.

Results and recommendations

In this study, the sample group comprising EU-27 countries was analysed for the period 2000-2020 and how digitalization affects economic growth was investigated. To represent the digitalization indicator, the export of ICT products, the number of individuals using the internet and the number of mobile phone subscribers were used. The relationship between the variables in the study was estimated using the Standard Errors estimator proposed by Driscoll and Kraay (1998). Also, the variance increase factor (VIF) test and correlation matrix were run to determine whether there were any issues with a multiple correlation between the variables. The test results showed that there were no multiple correlation problems in the predicted model. Panel unit root test results revealed that all series were stable at the level. The DK-FE methodology, a robust estimation technique, was used to estimate the regression relationship between the variables. The findings indicate ICT exports, which represent digitalization, internet usage, and mobile line usage, and capital accumulation, labour force, and trade openness indicators, which represent control variables, have a positive effect on economic growth. Increased digitalization has spurred economic growth in research countries. It was seen that the public expenditure variable had a negative effect on economic growth.

Giriş

Son yıllarda ekonominin dijitalleşmesi hakkında yapılan tartışmalar hem akademik hem de politik ve gündelik yaşamda tekrar ilgi görmeye başlamıştır. Bu ilgi, farklı otomasyon türleri, robotlaşma, yapay zekâ ve büyük veri gibi yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla artmıştır. Ekonominin dijitalleşme süreci aslında yeni bir olgu değildir. 1950'li yılların sonunda modern dijital hesaplamaların ortaya çıkmasıyla başlayıp farklı Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (BİT) oluşmasıyla devam etmiştir. Dijital devrim genellikle Üçüncü Sanayi Devrimi olarak algılanmakta, ekonomi ve toplum üzerinde kendinden önceki iki sanayi devrimi kadar derin bir etkiye sahip olduğuna inanılmaktadır (Heimerl ve Raza, 2018). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin son yıllarda bildirilen dinamik gelişimi, sosyal ve ekonomik hayatın hemen her alanında önemli değişikliklere neden olmuştur. Bu gelişmenin sonucunda ortaya çıkan dijitalleşme süreci artık hem ilerlemenin hem de modernleşmenin belirleyicisi haline gelmiştir (Brodny ve Tutak, 2022). Dijital Devrim, mekanik teknolojiye dijital teknolojiye geçiş olarak algılanmakta ve bir dizi yeni teknolojik olasılık sunmaktadır ve bunlar dünya çapında ekonomilerin tamamını derinden etkilemektedir. Bu sonuçlar neticesinde dijitalleşmenin getirdiği değişikliklerin yıkıcı bir doğaya sahip olabileceği gibi tamamen yeni gelişimler getireceği görüşleri mevcuttur (Heimerl ve Raza, 2018).

Günümüz dünyası ise üçüncü sanayi devriminden sonra üretim değer zincirlerinde iş yapma şeklini radikal bir biçimde değiştiren dijitalleşmenin ve BİT'in gelişmesiyle tetiklenen dördüncü sanayi devriminin içindedir. Endüstri 4.0 olarak da isimlendirilen bu dönemin temel özelliği İnternet ve Nesnelerin İnterneti (IoT)'nin mevcudiyeti ve kullanımı, şirketlerde teknik süreçlerin ve iş süreçlerinin entegrasyonu, gerçek dünyanın dijital haritalanması ve sanallaştırılması, akıllı endüstriyel üretim araçları ve ürünler içeren fabrikalardır. Endüstri 4.0'ın getirmiş olduğu ve yapay zekaya bağlı çeşitli değişimlerle birlikte endüstrinin giderek "akıllı" hale geldiği yeni bir çağa tanık olunmaktadır. Süreçlerin otomasyonu ve optimizasyonu, maliyetleri düşürerek, üretimi hızlandırarak ve hataları önemli ölçüde azaltarak üretkenliği ve karlılığı olumlu şekilde artırabilir. Bu sayede büyük veri ve analitiğin yönlendirdiği dijitalleşme potansiyelinden yararlanabilen şirketler gelir artışı ve işletme verimliliğinde yaşanan artışla beraber rakiplerini geride bırakabilirler. Böylece endüstriyel üretim sistemleri kendi kendini organize eden siber fiziksel üretim sistemine dönüşebilmektedir (Parida vd., 2019; Rojko, 2017).

Dijital dönüşümün etkisinin farklı olmasının temel nedeni ise ülkelerin ekonomik yapılarında yatmaktadır. Gelişmiş ekonomiler ağırlıklı olarak iç tüketime dayalıdır ve bu durum dış ticarete konu olmayan sektörleri önemli kılmaktadır. Buna karşılık, gelişmiş ekonomilerde dijitalleşmenin üretkenliği artırması ve büyüme üzerinde ölçülebilir bir etkiye sahip olması beklenmektedir. Ayrıca dijital dönüşüm süreci, makroekonomik dijital rekabet gücü kavramıyla, yani ülkelerin dijital teknolojiyi uygulama ve keşfetme yeteneği ile yakından ilgilidir. Bu nedenle dijitalleşme daha fazla ilgi görmekte rekabet avantajı, ekonomik büyüme ve sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamak için ulusal stratejilerin önemli bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır (Olczyk ve Kuc-Czarnecka, 2022). Örneğin Avrupa Komisyonu'nun 2019-2024 için altı stratejik önceliğinden biri dijital dönüşümle bağlantılıdır ve ana teması "Dijital çağa uygun bir Avrupa"dır. AB'nin dijital stratejisi, 2050 yılına kadar iklim açısından nötr bir Avrupa hedefine ulaşılmasına yardımcı olurken, bu dönüşümün insanlar ve işletmeler için işe yaramasını sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca Avrupa'nın Dijital On Yılı temel hedefiyle Avrupa'nın dijital egemenliğini güçlendirmek, veri, teknoloji ve altyapıya net bir şekilde odaklanarak yeni standartlar belirlemektir (European Commission, 2022).

Bu doğrultuda çalışmanın amacı dijitalleşmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi AB-27 ülkeleri kapsamında ampirik olarak test etmektir. Ayrıca çalışmada uygulanan yöntem, kullanılan değişken ve AB ülkeleri bağlamında yeni kanıtlar ortaya koyabilmek literatürün gelişmesine katkı sağlamak açısından bir diğer önemli amaçtır. Bu kapsamda çalışmanın ikinci bölümünde konuya ilişkin teorik çerçeve ve literatür taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde çalışmada kullanılan veri seti ve yöntem tanımlanmıştır. Çalışmanın son bölümünde analiz bulgular ve sonuç yer almaktadır.

Teorik çerçeve

Yeni teknolojilere yönelik toplumsal gelişme ve küreselleşme süreçlerinin ekonomiyi değiştirmeye ittiği bu dönemde dijitalleşme merkezi bir konumda yer almıştır. Modern ekonominin teknolojik yapısının dönüşümü, önemli fırsatlar açan ve aynı zamanda bazı tehditler oluşturan dijital bir ekonominin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Genel olarak, dijital ekonomi sadece internetin, hücreli iletişimin, BİT'in aracılık ettiği ilişkiler değildir. İş etkileşimini değiştirmesi, uzun bir arabulucu zincirini azaltması veya yok etmesi, çeşitli işlemlerin (krediler, kiramalar, satışlar, vergiler, ödemeler vs.) ilerlemesini hızlandırması, pazara giriş engellerinin aşılması, mekânsal kısıtlamaları ortadan kaldırması ve alternatif ticari platformlar yaratması, firmalar açısından maliyetleri düşürmesi ve esnek ekonomiyi, serbest çalışmayı teşvik etmesi bakımından birçok avantajı olduğu düşünülmektedir (Stavytsky vd., 2019). Dolayısıyla dijital ekonomi, tarım ekonomisi ve endüstriyel ekonomiyi takip eden temel ekonomik biçim haline gelmiştir. Ekonomide yaşanan bu dijital dönüşüm, üretim yöntemleri, yaşam tarzları ve yönetimdeki değişiklikleri de tetiklemektedir. Diğer bir deyişle dijital dönüşüm dünyanın ekonomik, politik ve teknolojik görünümü üzerinde de derin bir etkiye sahiptir. Dijitalleşme, ekonominin bir bölümünü veya tüm ülkeyi yeniden düzenlemek için gereken kurumsal düşünce, sistemler ve temel araçlardaki köklü bir değişimden kaynaklanmaktadır. Dijital dönüşüm, toplumun teknolojik dokusunu değiştirmek için her alanda dijital dokuyu kullanmakla ilgilidir (Bakari vd., 2022; Jiao ve Sun, 2021). Küreselleşme bağlamında ekonominin dijitalleşmesi gelişmiş ülke ekonomilerinin entegrasyonunda önemli bir rol oynamaktadır. Yeni ekonomide, dijital ağ ve iletişim altyapısı, işletme ve organizasyon gelişimi için stratejiler geliştirmesini sağlayan küresel bir platform sağlamaktadır. Dijitalleşmenin beklenen getirisi işbirliği, ekonomik iletişim, bilgi alışverişi ve verimliliği artırmasıdır (Jurayevich ve Bulturbayevich, 2020). Tipik olarak internet, nesnelere interneti, büyük veri ve yapay zekâ tarafından tasvir edilen dijitalleşme, endüstrilerde derin entegrasyonu hızlandırmaktadır. Bu yüzden dijitalleşme giderek ülkeler için işbirliğinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Dijitalleşme sayesinde endüstriyel yapı daha optimize edilebilir, BİT, internet ve diğer akıllı araçlar aracılığıyla istihdam yaratılabilir ve ülkelerin ekonomik kalkınması büyük ölçüde artabilir. İnternete erişim ve mobil uygulamaların geliştirilmesi, şirketlerin yeni tüketici beklentileri de dahil olmak üzere değişen ekonomik koşullara daha hızlı uyum sağlamasına olanak tanımaktadır (Olszewska, 2020; Bakari vd., 2022).

Kravchenko vd.'e (2019) göre bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılmadan ekonomik büyümenin sağlanması imkânsızdır. Çünkü bunlar giderek daha çeşitli ekonomik faaliyet alanlarını kapsamakta ve sosyo-ekonomik kalkınma için yeni fırsatlar yaratmaktadır. Küreselleşme, tüketici davranışının dönüşümü, mobilite, bilgiye ulaşılabilirlik zamanımızın trendleri arasında yer almaktadır. Dijital teknolojiler, küresel ekonomik sistemi kökten şekillendirdiği için etkili bir dijital ekonominin oluşumu, iş yaratma ve geliştirme için önemli fırsatlar açacak, dünyanın yatırım akışlarını, insan ve finansal kaynaklarının birikimini artırmaya yardımcı olacaktır. Dijitalleşmenin etkileri sadece ekonomik yönüyle sınırlandırılmamaktadır. İnsanların nasıl iletişim kurduğundan (ör. sosyal medya) ve hükümetlerin e-devlet platformları aracılığıyla vatandaşlarla nasıl etkileşim kurduğuna kadar köklü bir değişime neden olmuştur. Dijital teknolojinin önemi, COVID-19 salgınıyla birlikte daha iyi anlaşılmıştır. Dünyanın dört bir yanında hükümetler, virüsün yayılmasını yavaşlatmak için sosyal mesafe önlemlerini zorunlu kılarak, uzaktan eğitim ve çalışma için dijital teknolojilerin kullanımını kolaylaştırmıştır (Solomon ve Klyton, 2020). İnternette yaşanan son gelişmeler neticesinde dijitalleşme iş yapma biçimlerimizden gündelik hayatımıza kadar bir dönüşüme neden olmuştur. Bulut, mobil hizmetler, yapay zekâ gibi dijitalleştirilmiş inovasyonun ilerlemesi bu değişimi hızlandırmış ve daha önceki dönemlere benzemeyen bir hizmet ve refah artışı sağlamıştır. Bukht ve Heeks'in (2017) belirttiği gibi, dijital ekonomi, ekonomik büyümeyi teşvik eder, sermaye ve işgücü verimliliğini artırır, işletme maliyetlerini düşürür ve küresel pazarlara erişimi teşvik eder. Buna göre dijitalleşmenin etkileri hem arz hem de talep yönünden kaynaklanabilmektedir. Arz tarafında, doğrudan bilgi ve iletişim malları ve hizmetleri üreten faaliyetleri içerir. Bunlar doğrudan üretkenlik artışına ve dolayısıyla GSYH'ye katkıda bulunur. İkinci olarak, dijital teknolojilere yapılan yatırım, emekle birleştiğinde ekonominin diğer sektörlerinde sermaye derinleşmesine ve emek verimliliğinin artmasına yol açan bir sermaye girdisidir. Son olarak, dijitalleşme, eğitim, öğretim ve daha iyi sağlık hizmetleri yoluyla elde edilen beşerî sermaye gelişimi yoluyla ekonomik büyümeye katkıda bulunmaktadır (Myovella vd., 2019). Ancak bu gelişmelere rağmen dijitalleşmenin verimlilik ve ekonomik büyümeye yaptığı katkılar tartışılmaktadır (Watanabe vd., 2018). Aly'e (2020) göre dijital dönüşüm, bazı ekonomiler için kolaylıklar sunarken bazıları için bu

dönüşüm zorluklarına neden olabilir. Bu yüzden dijitalleşme ekonominin büyümesini hızlandırmak için bir motor olabilir ancak ekonomide uygun bir çerçeve mevcut değilse, büyümeyi engelleyen bir işlev gösterebilir. Dolayısıyla dijitalleşmenin etkileri hala belirsizliğini korumakta ve gelişme düzeyi, kalıcı işsizlik düzeyi, nüfusun büyüklüğü ve beşerî ve fiziki sermayenin kalitesi gibi bir dizi farklı faktöre bağlı olarak değişebilmektedir.

Literatür taraması

Dijital dönüşüm, neredeyse her ekonomide ve toplumda meydana gelen teknolojik değişimlerle ilgili süreç olarak ele alınabilir. İktisat teorisinde, neoklasik, içsel büyüme ve evrimsel büyüme teorisi, teknolojik değişimin ekonomik büyümede çok önemli bir faktör olduğu konusunda hemfikirdir. Özellikle içsel büyüme teorisi, ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olarak teknolojik değişimin rolünü vurgulamaktadır. Bu nedenle ampirik literatürde, dijital dönüşümün büyümenin güçlü bir itici gücü olabileceğini öne süren önceki ampirik analizler bulunmaktadır (Olczyk ve Kuc-Czarnecka, 2022). Dijital ekonomi, inovasyonun, rekabetçiliğin ve ekonomik büyümenin itici gücü olarak kabul edilmektedir (Kravchenko vd., 2019). Ancak bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) çeşitliliği nedeniyle dijital teknolojinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini bir bütün olarak görebilmek mümkün olmayabilmektedir. Bu bağlamda BİT yatırımı, bilgisayarlar, internet veya cep telefonları gibi farklı dijital teknoloji terimleri birbiri yerine kullanılmaktadır. Bu doğrultuda çalışmalar bir veya birkaç dijital teknoloji aracının etkisiyle sınırlanmaktadır (Hernandez vd., 2016). Bu nedenle literatürde dijital ekonomi ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaları şu şekilde özetlemek mümkündür.

Bakari vd. (2022) dijitalleşmenin ve ticari açıklığın ekonomik büyüme üzerindeki etkisini en zengin ilk on Asya ülkesi için çekim modeli ve GMM yöntemiyle incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda dijitalleşme ve ticari açıklığın ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada ticari açıklığı ve dijitalleşmeyi ekonomik büyümenin kaynağı olarak belirtmişlerdir. Benzer şekilde Bakari (2021), inovasyon ve dijitalleşmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 1995 – 2016 dönemi verileriyle 76 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için Panel ARDL ve eş bütünleşme analizi yardımıyla inceledikleri çalışmada dijitalleşme ve inovasyonun ekonomik büyümeyi uzun dönemde olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bakari ve Tiba (2020), 1995-2017 dönemi ve 4 Kuzey Afrika (Cezayir, Mısır, Fas ve Tunus) ekonomisinden oluşan bir panel için yapmış oldukları araştırmada internetin ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediğini tespit etmişlerdir. Diğer taraftan Hosan vd. (2022) yükselen ekonomiler örneğinde 1995-2018 dönemine ait verileri panel veri analiz yöntemiyle inceledikleri çalışmada uzun dönemde dijitalleşmenin sürdürülebilir ekonomik büyümeyi teşvik ettiğini tespit etmişlerdir. Aynı zamanda Öztürk ve Ullah (2022) 42 OBRI ülkesi için 2007-2019 dönemine ait verileri OLS, 2SLS ve GMM yöntemlerini kullanarak yaptıkları çalışmada finans sektöründe dijital dönüşümün kapsayıcılığının genişlemesinin ekonomik büyümeyi artırdığını tespit etmişlerdir. Bununla birlikte Vyshnevskiy vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada AB ülkeleri için ekonominin dijitalleşme düzeyinin ekonomik büyüme üzerinde belirleyici bir etkisinin olmadığı sonucunu tespit etmişlerdir. Diğer taraftan Topcu (2021) AB-28 ülkeleri örneğinde dijitalleşmenin sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkisini 2018 yılı için yatay kesit veri analiz yöntemi kullanılarak araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda dijital ekonominin sürdürülebilir kalkınma üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde aynı örneklem ve dönem için Konu (2020) dijitalleşmenin sürdürülebilir kalkınmaya etkisini 2018 verilerini kullanarak yatay kesit yöntemiyle analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda dijitalleşmenin sürdürülebilir kalkınmayı pozitif etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte Evangelista vd. (2014) tarafından yapılan çalışmanın sonucunda AB-27 ülkeleri için, dijitalleşmenin ekonomik büyüme ve istihdam açısından teşvik edici bir role sahip olduğunu belirtmişlerdir. Diğer taraftan Ahmad vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada dijital finansal kapsayıcılığın yükselmesi ve beşerî sermaye gelişiminin Çin'de bölgesel ekonomik büyümeyi önemli ölçüde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Liu vd. (2021), Çin için 2011-2019 yıllarını kapsayan dönemi panel veri analiz yöntemiyle inceledikleri çalışmada dijital finansal kapsayıcılığın gelişmesinin ekonomik büyümeye önemli bir katkısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada dijital finansal kapsayıcılığın ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin küçük ve orta ölçekli işletme girişimciliği ve bölge sakinlerinin tüketimini teşvik etmek üzere iki önemli kanaldan gerçekleştirildiği belirtilmiştir.

Solomon ve Van Klyton (2020) tarafından yapılan çalışmada 2012-2016 dönemi için 39 Afrika ülkesinde dijital teknoloji kullanımının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini GMM yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda bireysel olarak BİT kullanımının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini belirtmişlerdir. Ayrıca Habibi ve Zabardast (2020) tarafından yapılan çalışmada BİT'in ekonomik büyümeye etkisini OECD ve Orta Doğu ülkeleri örnekleminde 2000-2017 dönemi verilerini OLS ve GMM yöntemlerini kullanarak incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda BİT'in ekonomik büyüme ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı zamanda Myovella vd. (2020), dijital işleyişin ekonomik büyümeye olan katkısını, Sahra Altı Afrika (SSA) ve OECD ülkeleri örnekleminde 2006-2016 dönemi verilerini GMM yöntemiyle analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda dijitalleşme çalışmaya dahil edilen ülke grupları açısından ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte Haftu (2019), mobil telefon ve internet kullanımının ekonomik büyümeye etkisini Sahra Altı Afrika (SSA) ülkeleri için 2006-2015 dönemi verilerini panel veri yöntemiyle analiz ettikleri çalışmada mobil telefon kullanımının ekonomik büyümeye katkı sağlarken, internet kullanımının herhangi bir etkisinin olmadığı bulgusuna ulaşmışlardır. Sahra Altı Afrika ülkelerini inceleyen bir başka çalışmada Tripathi ve Inani (2016), 1998-2014 dönemi verilerini seçilmiş 42 ülke örnekleminde ARDL modeli yardımıyla incelemiş ve internet kullanımı ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde eşbütünlük ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Diğer taraftan David (2019), seçilmiş 46 Afrika ülkeleri için 2000-2015 dönemi verilerini dikkate alarak yapmış oldukları çalışmada ekonomik büyüme, kalkınma ve telekomünikasyon arasında uzun dönem için nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Ngameni vd. (2022), tarafından yapılan çalışmada 2000-2016 dönemi için dijitalleşmenin Çin ile otuz Afrika ülkesi arasındaki büyüme farkı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmada Çin ve Afrika arasındaki dijital uçurumun ekonomik büyüme açığı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Choi ve Yi (2018) tarafından 105 ülkeye ait 1994-2014 dönemi verilerini panel veri analizi yöntemini kullanarak Ar-Ge harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkide internetin etkisini analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin internetten pozitif olarak etkilendiği ve dijitalleşmenin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu bulgusuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda Saidi ve Mongi (2018), 1990-2015 periyodunu 28 yüksek gelirli ülke örnekleminde Vektör hata düzeltme modelini (VECM) kullanarak inceledikleri çalışmada eğitim ve cep telefonundan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca kısa dönem için internet kullanıcıları ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Dijitalleşmenin ekonomik kalkınma üzerindeki etkisini tespit etmek için mobil genişbant yayılımını kullanan diğer bir çalışmada Edquist vd. (2018) tarafından yapılmıştır. 2002-2014 dönemini 135 ülke örnekleminde analiz eden çalışmanın sonucunda mobil genişbant yayılımının büyüme üzerinde olumlu etkisi olduğu tespit etmişlerdir. Bununla birlikte Ghosh (2017), 15 MENA ülkesi örneklemini için 2000-2014 yıllarını kapsayan verilerle yapmış olduğu çalışmada genişbant politikalarının ekonomik büyüme üzerinde sınırlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan Pradhan vd. (2019), BİT altyapısı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 25 Avrupa ülkesinden alınan yıllık verilere dayanarak inceledikleri çalışmada BİT kullanımı, ekonomik büyüme ve risk sermayesi yatırımları arasındaki yakın ilişkiyi doğrulayan bulgular elde etmişlerdir. Minges'e (2016) göre sabit geniş bant yayılımında yüzde 10'luk bir artış, gelişmiş ülkelerde GSYİH büyümesini %1,21, gelişmekte olan ülkelerde %1,38 artırmaktadır.

Ekonominin dijitalleşmesinin, ekonomik büyüme ve sosyal içerme ile ilgili sorunları çözmek için temel bir strateji olduğunu belirten Maiti vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada BİT'in daha hızlı benimsenmesinin üretkenliği ve ekonomik verimliliği artırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Buna göre dijital dönüşümün ekonomilerde ekonomik büyümeyi etkilemesinin ve etkilerinin ekonomi geneline yayılmasının zaman aldığı Park ve Choi (2019) tarafından yapılan çalışmanın bulguları desteklemektedir. Ayrıca Aleksandrova vd., (2022), dijitalleşmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ancak ekonomik ortamın böyle bir dönüşümü kabul etmeye hazır olması durumunda mümkün olduğunu belirtmişlerdir. Diğer taraftan Özkan ve Çelik (2018), Türkiye örnekleminde 1998-2015 dönemi verilerini Granger nedensellik testi yardımıyla analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda internet, sabit ve cep telefonu kullanımının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini tespit etmişlerdir. Türkiye örneklemindeki bir başka çalışmada Pakdemirli (2016), dijital dönüşümün ekonomik büyüme

üzerine olan etkisini 2000-2014 dönemini kapsayan verileri kullanarak lineer regresyon modeli çerçevesinde analiz etmiştir. Analiz sonucunda BİT alanındaki gelişmeler ve ekonomik büyüme arasında bir korelasyon olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Jovanović vd. (2018) tarafından AB örnekleminde 2014-2017 dönemi için yaptıkları çalışmanın sonucunda daha yüksek dijitalleşme seviyesinin, ekonomik kalkınmayı olumlu etkilediğini belirtmişlerdir. Ayrıca Qu vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada Avustralya'da 2004-2014 dönemi için dijital teknolojilerin yayılmasının ekonomik çıktıyı önemli ölçüde iyileştirdiği sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte Ward ve Zheng (2016), Çin örnekleminde 1991-2010 yıllarına ilişkin verilerini GMM yöntemi kullanarak analiz ettikleri çalışmanın sonucunda sabit ve mobil hizmetlerin ekonomik büyümeye katkıda bulunduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Salahuddin vd. (2015), Avustralya örnekleminde 1985-2013 dönemi için ARDL yöntemini kullanarak yaptıkları çalışmada dijitalleşme ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde pozitif ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca Artan vd. (2014), 17 geçiş ekonomisi için 1994-2011 yıllarına ilişkin verileri panel veri analiz yöntemiyle inceledikleri çalışmada kişi başına düşen telefon hattı ve internet kullanımı alanındaki gelişmelerin ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Aynı zamanda Bogoviz vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada Rus ekonomisinin dijitalleşmesinin nicel göstergelerinde istikrarlı bir artışın kişi başına düşen GSYİH'ye katkı sağlayabileceğini belirtmişlerdir. Türedi (2013), 23 gelişmiş ve 30 gelişmekte olan ülke örnekleminde 1995-2008 yıllarına ilişkin verileri panel veri analiz yöntemiyle inceledikleri çalışmada BİT 'in ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda Sabbagh vd. (2013) yaptıkları çalışma sonucunda dijitalleşme düzeyinde %10'luk bir artışın, kişi başına düşen GSYİH büyümesini %0,75 oranında artırdığını tespit etmişlerdir. Pradhan vd. (2013), 34 OECD ülkesinde dijitalleşme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1990-2010 dönemi için panel Granger testi yardımıyla inceledikleri çalışmada bu iki değişken arasında eşbütünleşme ve çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan Erdil vd. (2009), 1995-2006 yıllarına ilişkin verileri dikkate alarak yapmış oldukları çalışmada bilgi ve iletişim teknolojilerinin ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini tespit etmişlerdir. Literatürdeki çalışmaların sonuçları dijitalleşmenin ekonomik büyüme açısından önemli bir role sahip olabileceğini göstermektedir.

Yöntem ve veri seti

Veri

Bu çalışmada 2000-2020 döneminde Avrupa Birliğine (AB) üye 27 ülkede dijitalleşmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmada dijitalleşme göstergelerini temsilen bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT) ürünleri ihracatı (toplam mal ihracatının% 'si), İnternet kullanan birey sayısı (nüfusun% 'si) ve cep telefonu abone sayısı kullanılmıştır. Bağımlı değişken olan ekonomik büyümeyi temsilen kişi başına düşen reel GSYH (ABD Doları) alınmıştır. Tahmin edilen modellerde kontrol değişkeni olarak işgücüne katılım oranı (15-64 yaş arası toplam nüfusun %'si), ticari serbestleşme (toplam mal ile hizmet ihracat ve ithalatının toplamının GSYH'ye oranı), sermaye birikimi (brüt sabit sermaye oluşumunun GSYH'ye oranı) ve kamu harcamaları (genel kamu nihai tüketim harcamalarının GSYH 'ye oranı) kullanılmıştır. Araştırma değişkenleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırma değişkenleri

Değişken	Açıklama	Türü	Kaynak
LNGDP	Kişi başına düşen GSYH (Milyon ABD Doları)	Doğal logaritması alınmıştır.	Dünya Bankası
ICTEXP	BİT ürünlerinin ihracatı (%)	Toplam ihracata oranı alınmıştır.	Dünya Bankası
INT_POP	İnternet kullanan birey sayısı	Toplam nüfusa oranı alınmıştır.	Dünya Bankası
LNMSC	Cep telefonu abone sayısı	Doğal logaritması alınmıştır.	Dünya Bankası
INVEST_GDP	Brüt sabit sermaye oluşumu (%)	GSYH'ye oranı alınmıştır.	Dünya Bankası
L	İşgücüne katılım oranı (%)	15-64 yaş arası toplam nüfusa oranı alınmıştır.	Dünya Bankası
OPENESS	Ticari dışa açıklık (%)	Toplam mal ve hizmet ihracatının GSYH'ye oranı alınmıştır.	Dünya Bankası
GROV	Kamu harcamaları (%)	GSYH'ye oranı alınmıştır.	Dünya Bankası

Araştırma değişkenleri Dünya Bankası'nın resmi veri tabanından temin edilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere, ekonomik büyüme ve cep telefonu abone sayısı değişkenlerinin doğal logaritması alınmıştır. Diğer değişkenlerin ise oransal değerleri kullanılmıştır.

Ekonometrik yöntem

Karavias and Tzavalis panel birim kök testi

Araştırmada değişkenlerin durağanlığı Karavias ve Tzavalis (2014), yapısal kırılmalı panel birim kök testi kullanılarak sınanmıştır. Karavias and Tzavalis (KT) panel birim kök testi bir ve iki kırılmaya izin vermesinin yanında, kırılma tarihlerinin bilindiği veya bilinmediği durumlarda uygulanabilir. Bunun yanı sıra KT panel birim kök testi, kesişmelere ve trendsel eğilimlere, normal olmayan hatalara ve yatay kesitsel heteroskedastisite ve bağımlılığa izin vermektedir (Chen vd., 2022:664). Bu bakımdan KT testi yatay kesit bağımlılığı probleminin varlığında güvenilir sonuçlar vermektedir. Zira makroekonomik ve finansal panel veri setleri için yatay kesit bağımlılığı önemli bir problemdir. Bu test aynı zamanda homojen ve heterojen alternatiflere karşı güçlüdür ve zaman boyutunun (T) küçük veya büyük olduğu panel veri setlerine uygulanabilir (Chen vd., 2022:664).

Driscoll-Kraay Tahmincisi

Araştırmada değişkenler arasındaki ekonometrik ilişki Driscoll ve Kraay (1998) tarafından önerilen Standart Hatalar tahmincisi kullanılarak tahmin edilmiştir. Panel veri modellerinin tahmininde yatay kesit korelasyonunun yanlışlıkla ihmal edilmesi, ciddi istatistiksel sapmalara neden olabilir (Hoechle, 2007:281). Driscoll ve Kraay (1998), Monte Carlo simülasyonları ve bir dizi ampirik uygulama kullandıkları çalışmalarında yatay kesit bağımlılığının varlığında tutarlı tahminler yapabilen standart hatalar tahmincisini önermiştir. Driscoll ve Kraay tahmincisi, Arellano'nun zaman kümeleme versiyonu artı mesafeyi azaltan bir çekirdek fonksiyonu "w1" tarafından ağırlıklandırılan gecikmeli kovaryans terimlerinin toplamı olarak tanımlanabilir (Millo, 2017:8):

$$V_{SCC, L} = V_{CT} + \frac{\sum_{i=1}^L w1 \sum_{i=1}^L}{\sum_{i=1}^L w1 \sum_{i=1}^L} \frac{w1 \sum_{t=1}^T X \sum_{t=1}^T X_t^T u_t u_{t-l}^T X_{t-l} + \sum_{t=1}^T [\sum_{t=1}^T [X_t^T u_t u_{t-l}^T X_{t-l}]}{[V_{CT, l} + V_{CT, l}^T]} \quad (1)$$

Driscoll-Kraay (1998), AR (1) otokorelasyonun varlığında tutarlı sonuçlar ortaya koyabilmesinin yanı sıra heteroskedastisite tutarlı standart hatalar üreten parametrik olmayan bir kovaryans matrisi tahmincisidir (Khosropour, 2017:2427). Tahmin edilen model fonksiyonları aşağıda verilmiştir:

$$\ln GDP_{it} = f(ICTEXP_{it}, INT_POP_{it}, \ln MSC_{it}, INVEST_GDP_{it}, L_{it}, OPENESS_{it}, GROV_{it}) \quad (2)$$

Burada, "i" birim boyutunu, "t" ise zaman boyutunu temsil etmiştir. LNGDP bağımlı değişken olan ekonomik büyümeyi temsil ederken, ICTEXP, INT_POP ve LNMSC sırasıyla; BİT ürünlerinin ihracat oranı, internet kullanan birey sayısı ve cep telefonu abone sayısını temsil etmiştir. Kontrol değişkenleri olan INVEST_GDP, L, OPENESS ve GROV ise sermaye oluşumu, işgücü, ticari dışa açıklık ve kamu harcamalarını temsil etmiştir. Driscoll-Kraay tahmincisi prosedürü kapsamında tahmin edilen doğrusal model aşağıdaki gibidir:

$$\ln GDP_{it} = \beta_0 + \beta_1 ICTEXP_{it} + \beta_2 INT_POP_{it} + \beta_3 \ln MSC_{it} + \beta_4 INVEST_GDP_{it} + \beta_5 L_{it} + \beta_6 OPENESS_{it} + \beta_7 GROV_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

Burada, "β₀" sabit eğim parametresini, "β" katsayı parametrelerini ve "μ" hata terimini temsil etmiştir. Araştırma kapsamında değişkenler arasındaki regresyon ilişkisi Driscoll-Kraay (1998), Sabit Etkiler prosedürü (DK-FE) kullanılarak tahmin edilmiştir.

CD Testi

Pesaran (2004) tarafından önerilen CD testi, gözlem sayısının (N) zaman boyutundan (T) büyük olduğu veri setleri açısından son derece kullanışlı bir testtir. CD testini aşağıdaki gibi tanımlamak mümkündür (Pesaran, 2004:8):

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{p}_{ij} \right) \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{p}_{ij} \right) \quad (4)$$

Bulgular ve tartışma

Tablo 2’de kullanılan serilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Bağımlı değişken olan LNGDP’nin ortalama değeri 10.039 iken, maksimum değeri 11.629, minimum değeri ise 8.220 olarak hesaplanmıştır. Açıklayıcı değişkenler olan ICTEXP, INT_POP ve LNMCS değişkenlerinin ortalama değeri 7.896, 60.539 ve 15.794, maksimum değeri sırasıyla 63.636, 98.136 ve 18.513, minimum değerleri ise 0.793, 3.613 ve 11.647 olarak bulunmuştur. Kontrol değişkenleri olan INVEST_GDP, L, OPENESS ve GROV serilerinin ortalama değeri sırasıyla 22.314, 70.640, 118.376 ve 19.722, maksimum değeri 53.591, 83.130, 380.104 ve 27.935, minimum değeri ise 10.578, 57.190, 45.418 ve 11.882 olarak hesaplanmıştır. Panel veri seti 540 gözlemden (NxT) oluşmuştur.

Tablo 2: Tanımlayıcı istatistikler

	LNGDP	ICTEXP	INT_POP	LN MCS	INVEST_GDP	L	OPENESS	GROV
Ortalama	10.039	7.896	60.539	15.794	22.314	70.640	118.376	19.722
Ortanca	10.026	4.663	66.070	15.918	22.005	70.815	102.885	19.332
Maximum	11.629	63.636	98.136	18.513	53.591	83.130	380.104	27.935
Minimum	8.220	0.793	3.613	11.647	10.578	57.190	45.418	11.882
Std.	0.696	8.480	24.174	1.417	4.184	5.277	62.082	2.887
Sapma								
Gözlem	540	540	540	540	540	540	540	540

Tablo 3’de değişkenler arasında herhangi bir çoklu bağıntı sorunu bulunup bulunmadığını gösteren korelasyon matrisi ve varyans artış faktörü (VIF) testi sonuçları verilmiştir. Korelasyon matrisi sonuçları değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisinin kabul edilebilir seviyelerde (0.800’den düşük) olduğunu göstermiştir. VIF testi sonuçları tahmin edilen model açısından herhangi bir çoklu doğrusal bağıntı problemi olmadığını ortaya koymuştur.

Tablo 3: Korelasyon matrisi ve VIF testi

	LNGDP	ICTEXP	INT_POP	LN MCS	INVEST_GDP	L	OPENESS	GROV
LN_GDP	1.000							
ICTEXP	-0.010	1.000						
INT_POP	0.532	-0.115	1.000					
LN MCS	0.073	-0.318	0.159	1.000				
INVEST_GDP	-0.123	0.110	-0.211	-0.075	1.000			
L	0.445	-0.192	0.611	0.108	0.022	1.000		
OPENESS	0.267	0.390	0.284	-0.618	-0.036	-0.099	1.000	
GROV	0.280	-0.024	0.273	0.268	-0.150	0.349	-0.316	1.000
VIF Testi								
	VIF	1/VIF						
OPENESS	3.61	0.277						
INT_POP	3.33	0.300						
LN MCS	2.34	0.427						
L	2.24	0.446						
GROV	1.46	0.684						
ICT_EXP	1.36	0.732						
INVEST_GDP	1.14	0.880						
P								
VIF_{ORT}	2.21							

Değişkenler arasındaki ilişkinin doğru tahmin edilebilmesi amacıyla, ilk olarak serilerin yatay kesit bağımlılığı problemi içerip içermedikleri ve durağanlıkları incelenmiştir. Pesaran (2004) tarafından

önerilen CD testi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir. Test sonuçlarına göre bütün değişkenlerde yatay kesit bağımlılığı problemi vardır. Geleneksel panel birim kök testleri yatay kesit probleminin varlığında güvenilirliğini kaybedebilmektedir. Bunun yanında, değişkenlerin durağanlığı sınanırken yapısal kırılmaları da hesaba katmak gerekir. Bu nedenle, araştırma kapsamında serilerin durağanlığı yatay kesit bağımlılığını ve yapısal kırılmaları hesaba katan Karavias and Tzavalis (2014) panel birim kök testi kullanılarak analiz edilmiştir. Tablo 4’de görüldüğü üzere, bütün seriler düzeyde durağan bulunmuştur.

Tablo 4: CD ve panel birim kök testi

	KT			CD	
	DÜZEY			İstatistik	Prob.
	İstatistik	Bootstrap Kritik Değeri	Kırılma		
LNGDP	-14.422***	7.489	2019	58.34	0.000
ICTEXP	-4.103***	-1.663	2001	15.62	0.000
INT_POP	-26.676***	18.848	2019	81.31	0.000
LMCS	-22.963***	12.956	2019	79.71	0.000
INVEST_GDP	-12.636***	0.880	2018	26.26	0.000
GROV	-6.401***	0.739	2019	23.95	0.000
OPENESS	-15.906***	2.128	2001	63.20	0.000
L	-15.022***	8.488	2019	53.42	0.000

***, ** ve * sırasıyla; $p < 0.01$, $p < 0.05$ ve $p < 0.10$ düzeyinde anlamlılığı temsil etmiştir.

Düzye de durağan olan seriler arasındaki ekonometrik ilişki panel regresyon tahmincisi kullanılarak analiz edilmiştir. Tablo 5’de regresyon tahmini ve uygulanan tanısal testlere ilişkin bulgular verilmiştir. Hausman (1978) spesifikasyon testinin ki kare sonuçları tahmin edilen modelde sabit etkilerin (FE) Rassal etkilere (RE) kıyasla daha etkin olduğunu, F testi sonuçları ise tahmin edilen modelde birim etkilerin varlığını göstermiştir. FE modelde otokorelasyon, heteroskedasite (değişen varyans), otokorelasyon ve birimlerarası korelasyon problemlerinin varlığı Baltagi-Wu LBI ve Durbin-Watson (D-W), Greene (2000) tarafından önerilmiş değiştirilmiş Wald ile Pesaran (2004) CD testleri kullanılarak incelenmiştir. Test sonuçları tahmin edilen modelde söz konusu problemlerin varlığını doğrulamıştır. Bu nedenle, değişkenler arasındaki ekonometrik ilişki dirençli bir tahminci olan Driscoll-Kraay sabit etkiler (DK-FE) tahmincisi kullanılarak tahmin edilmiştir. Tablo 5’de verilen tahmin sonuçları incelendiğinde, dijitalleşmeyi temsil eden ve ICTEXP, INT_POP ve LNMCS ile gösterilen BIT ihracatı, internet kullanımı ve mobil hat kullanımı ile kontrol değişkenleri temsil eden ve INVEST_GDP, L ile OPENESS ile gösterilen sermaye birikimi, işgücü ve ticari dışa açıklık değişkenlerinin LNGDP ile gösterilen ekonomik büyüme üzerindeki etkisi pozitif yönlü ve anlamlı bulunmuştur. Buna göre, artan dijitalleşme araştırma ülkelerinde ekonomik büyümeyi teşvik etmiştir. Buna karşın, kamu harcamalarını temsil eden GROV değişkeninin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi negatif yönlü ve anlamlıdır. Modelin bir bütün olarak anlamlılığını temsil eden WALD(F) testi istatistikleri anlamlı bulunmuştur. Bunun yanında, bağımlı değişkendeki varyasyonun ne kadarının açıklayıcı değişkenlerden kaynaklandığını gösteren R²istatistiği %79 bulunmuştur.

Tablo 5: Panel regresyon analizi

	DK-FE Tahmini			
	Katsayısı	Std. Hata	t-İstatistik	Prob.
ICTEXP	0.004	0.001	3.58	0.001***
INT_POP	0.001	0.000	4.87	0.000***
LNMCs	0.162	0.016	9.96	0.000***
INVEST_GDP	0.008	0.000	9.53	0.000***
L	0.018	0.005	3.66	0.001***
OPENESS	0.001	0.000	4.13	0.000***
GROV	-0.021	0.004	-5.15	0.000***
SABIT(C)	6.146	0.463	13.28	0.000***
F-İstatistik	784.90***			
R ²	0.799			
ÜLKE	27			
GÖZLEM	540			
Tamamsal Testler				
FİRİM	1287.03 (0.000)			
Hausman (χ^2)	39.83 (0.000)			
Green Wald (χ^2)	11230.00 (0.000)			
CD	2.340 (0.019)			
Durbin-Watson	0.252			
Baltagi-Wu LBI	0.485			

***, ** ve * sırasıyla; $p < 0.01$, $p < 0.05$ ve $p < 0.10$ düzeyinde anlamlılığı temsil etmiştir.

Tahmin bulguları genel olarak değerlendirildiğinde, daha önce verilen teorik ve ampirik literatürün desteklediği ortaya koyulmuştur.

Sonuç ve öneriler

Bu çalışmada AB-27 ülkeden oluşan örneklem grubu 2000-2020 dönemi için analiz edilerek, dijitalleşmenin ekonomik büyümeyi nasıl etkilediği ampirik olarak araştırılmıştır. Dijitalleşme göstergesini temsilen BİT ürünleri ihracatı, internet kullanan birey sayısı ve cep telefonu abone sayısı kullanılmıştır. Çalışmada değişkenler arasındaki ilişki Driscoll ve Kraay (1998) tarafından önerilen Standart Hatalar tahmincisi kullanılarak tahmin edilmiştir. Ayrıca değişkenler arasında herhangi bir çoklu bağıntı sorunu bulunup bulunmadığını gösteren korelasyon matrisi ve varyans artış faktörü (VIF) testi yapılmıştır. Buna göre tahmin edilen model açısından herhangi bir çoklu doğrusal bağıntı problemi olmadığını ortaya konulmuştur. Diğer taraftan değişkenlerin durağanlığı Karavias and Tzavalis (2014), yapısal kırılmalı panel birim kök testi kullanılarak sınanmıştır. Buna göre bütün seriler düzeyde durağan olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca değişkenler arasındaki ekonometrik ilişki dirençli bir tahminci olan Driscoll-Kraay sabit etkiler (DK-FE) tahmincisi kullanılarak tahmin edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre dijitalleşmeyi temsil eden BİT ihracatı, internet kullanımı ve mobil hat kullanımı ile kontrol değişkenleri temsil eden sermaye birikimi, işgücü ve ticari dışa açıklık değişkenlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi pozitif yönlü ve anlamlı bulunmuştur. Buna göre, artan dijitalleşme araştırma ülkelerinde ekonomik büyümeyi teşvik etmiştir. Buna karşın, kamu harcamalarını değişkeninin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi negatif yönlü ve anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Buna göre analiz sonuçlarında elde edilen bulgular literatürdeki dijitalleşmenin ekonomik büyümeye pozitif yönde etkilediği yönündeki çalışma sonuçlarını da desteklemektedir. Bu bağlamda dijitalleşmenin kapsayıcılığının genişlemesine yönelik hükümet politikaları tarafından desteklenen stratejilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu hedefe ulaşılmasında teknik altyapının iyileştirilmesi, bilgi teknolojisi alanındaki yenilikçi faaliyetleri desteklemek ve yapay zekâ dahil olmak üzere dijital teknolojiler kullanımının katkı sağlaması muhtemeldir. Ayrıca ekonominin dijitalleşme düzeyinin dijital cihazların kullanılabilirlik derecesiyle de ilişkili olmasından dolayı mesleki becerilerin gelişimine yönelik yapılacak yatırımlarda BİT'in ekonomik büyüme üzerindeki beklenen etkisinin artması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca dijitalleşme üretkenliğini ve rekabet gücünü artırmak gibi ekonomik etkilerinin yanı sıra yaşam kalitesini etkileyebilecek sosyal fayda sağlama potansiyeline de sahiptir. Bu kapsamda ekonominin dijitalleşme düzeyinin toplumun gelişme sürecinde önemli rol oynaması beklenmektedir. Bu nedenle dijitalleşmenin teşvik edilmesi politika yapıcılar açısından önem

arz etmektedir. Bu doğrultuda sonuçların daha genel değerlendirilebilmesi için ileride yapılacak çalışmalarda değişkenlerin farklı örneklem ve yöntemlerle analiz edilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Kaynakça

- Ahmad, M., Majeed, A., Khan, M. A., Sohaib, M. ve Shehzad, K. (2021). Digital financial inclusion and economic growth: Provincial data analysis of China. *China Economic Journal*, 14(3), 291-310.
- Aleksandrova, A., Truntsevsky, Y. ve Polutova, M. (2022). Digitalization and its impact on economic growth. *Brazilian Journal of Political Economy*, (42):424-441. <http://dx.doi.org/10.1590/0101-31572022-3306>.
- Aly, H. (2020). Digital transformation, development and productivity in developing countries: Is artificial intelligence a curse or a blessing? *Review of Economics and Political Science*. <https://doi.org/10.1108/REPS-11-2019-0145>
- Artan, S., Hayaloğlu, P. ve Baltacı, N. (2014). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin iktisadi büyüme üzerindeki etkisi: Geçiş ekonomileri örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(1), 199-214.
- Bakari, S. (2021). Innovation and economic growth: Does internet matter? *BILTURK, The Journal of Economics and Related Studies*, 3(2), 109-116. <https://doi: 10.47103/bilturk.706165>
- Bakari, S. ve Tiba, S. (2020). The impact of internet on economic growth in North Africa: New empirical and policy analysis. *MPRA Paper No. 100609*. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/100609/>
- Bakari, S., Weriemmi E.M. ve Mabrouki, M. (2022). The impact of digitalization and trade openness on economic growth: New evidence from richest Asian countries. *MPRA Paper No. 113816*. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/113816/>.
- Bogoviz, A. V., Lobova, S. V., Alekseev, A. N., Koryagina, I. A. ve Aleksashina, T. V. (2017). Digitization and internetization of the Russian economy: achievements and failures. Elena G. Popkova (Ed). *International conference on humans as an object of study by modern science* içinde (ss 609-616). Springer.
- Brodny, J. ve Tutak, M. (2022). Analyzing the level of digitalization among the enterprises of the european union member states and their impact on economic growth. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2), 70.
- Bukht, R. ve Heeks, R. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *Development Informatics working paper*, 68: 1-7.
- Chen, P., Karavias, Y. ve Tzavalis, E. (2022). Panel unit root tests with structural breaks. *The Stata Journal*, 22(3), 664-678.
- Choi, C. ve Yi, M. Y. (2018) The Internet, R&D expenditure and economic growth, *Applied Economics Letters*, 25:4, 264-267. <https:// 10.1080/13504851.2017.1316819>.
- David, O. O. (2019). Nexus between telecommunication infrastructures, economic growth and development in Africa: Panel vector autoregression (PVAR) analysis. *Telecommunications Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.03.005>.
- Driscoll, J. C. ve Kraay, A. C. (1998). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *The Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.
- Edquist, H., Goodridge, P., Haskel, J., Li, X. ve Lindquist, E. (2018). How important are mobile broadband networks for the global economic development? *Information Economics and Policy*, 45, 16-29.
- Erdil, E., Türkcan, B. ve Yetkiner, H. (2009). Does information and communication technologies sustain economic growth? The under developed and developing countries case. *TEKPOL Working Paper Series*, 09/03.
- Evangelista, R., Guerrieri, P. ve Meliciani, V. (2014). The economic impact of digital technologies in Europe. *Economics of Innovation and New Technology*, 23(8), 802-824.
- European Commission, 2022. 30 Ekim 2022 tarihinde https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_en adresinden ulaşıldı.
- Ghosh, S. (2017). Broadband penetration and economic growth: Do policies matter? *Telematics and Informatics*, 34(5), 676-693.
- Habibi, F. ve Zabardast, M. A. (2020). Digitalization, education and economic growth: A comparative analysis of Middle East and OECD countries. *Technology in Society*, 63, 101370.

- Haftu, G. G. (2019). Information communications technology and economic growth in Sub-Saharan Africa: A panel data approach. *Telecommunications Policy*, 43(1), 88-99.
- Heimerl, V. ve Werner, R. (2018). Digitalization and development cooperation: an assessment of the debate and its implications for policy. *Briefing Paper, Austrian Foundation for Development Research (OFSE)*, 19.
- Hernandez, K., Faith, B., Prieto Martín, P. ve Ramalingam, B. (2016). The impact of digital technology on economic growth and productivity, and its implications for employment and equality: An evidence review. *IDS Evidence Report*, 207.
- Hoechle, D. (2007). Robust standard errors for panel regressions with cross-sectional dependence. *The Stata Journal*, 7(3), 281-312.
- Hosan, S., Karmaker, S. C., Rahman, M. M., Chapman, A. J. ve Saha, B. B. (2022). Dynamic links among the demographic dividend, digitalization, energy intensity and sustainable economic growth: Empirical evidence from emerging economies. *Journal of Cleaner Production*, 330, 129858.
- Jiao, S. ve Sun, Q. (2021). Digital economic development and its impact on economic growth in China. *Research Based on the Prespective of Sustainability. Sustainability*, 13, 10245. <https://doi.org/10.3390/su131810245>.
- Jovanović M., Dlačić, J. ve Okanović, M. (2018). Digitalization and society's sustainable development – measures and implications. University of Rijeka, Faculty of Economics and Business, 36(2), 905-928. <https://10.18045/zbefri.2018.2.905>.
- Jurayevich, M. B. ve Bulturbayevich, M. B. (2020). The impact of the digital economy on economic growth. *International Journal on Integrated Education*, 3(6), 16-18.
- Karavias, Y. ve Tzavalis, E. (2014). Testing for unit roots in short panels allowing for a structural break. *Computational Statistics & Data Analysis*, 76, 391-407.
- Khosropour, A. (2017). A panel data analysis of the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from IRAN. *Revista QUID (Special Issue)*, 2423-2431.
- Konu, A. (2018). Sürdürülebilir kalkınma ve dijital ekonomi ilişkisi: AB ülkeleri için bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 15(2), 655-678.
- Kravchenko, O., Leshchenko, M., Marushchak, D. Vdovychenko, Y. ve Boguslavskaya, S. (2019). Digitalization as a global trend and growth factor of the modern economy. *SHS Web of Conference* 65. 434-443. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196507004>
- Liu, Y., Luan, L., Wu, W., Zhang, Z. ve Hsu, Y. (2021). Can digital financial inclusion promote China's economic growth? *International Review of Financial Analysis*, 78, 101889.
- Maiti, D., Castellacci, F. ve Melchior, A. (2020). Digitalisation and development: Issues for India and beyond. Maiti, D., Castellacci, F., Melchior, A. (Ed) *Digitalisation and Development*. içinde (ss.3-29). Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9996-1_1
- Millo, G. (2017). Robust standard error estimators for panel models: A unifying approach. *Journal of Statistical Software*, 82(3), 1-27. <https://doi.org/10.18637/jss.v082.i03>.
- Myovella, G., Karacuka, M. ve Haucap, J. (2019). Digitalization and economic growth: A comparative analysis of Sub-Saharan Africa and OECD economies. *Telecommunications Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101856>
- Myovella, G., Karacuka, M. ve Haucap, J. (2020). Digitalization and economic growth: A comparative analysis of Sub-Saharan Africa and OECD economies. *Telecommunications Policy*, 44(2), 101856.
- Minges, M. (2016). Exploring the relationship between broadband and economic growth. 5 Temmuz 2022 tarihinde <http://documents1.worldbank.org/curated/en/178701467988875888/pdf/102955-WP-Box394845B-PUBLICWDR16-BP-Exploring-the-Relationship-between-Broadband-and-Economic-Growth-Minges.pdf> adresinden erişildi.
- Ngameni, J.P., Kemmanang, L.F. L. ve Ngassam, S. B. (2022). Growth gap between China and Africa: Do digital technologies matter? *Journal of the Knowledge Economy*, 13:24-43. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00716-3>.
- Olczyk, M. ve Kuc-Czarnecka, M. (2022). Digital transformation and economic growth improvement and implementation. *Technological and Economic Development of Economy*, 28(3):775-803.

- Olszewska, K. (2020). Fostering digital business transformation and digital skill development for economic growth and social inclusion in Poland: a preliminary study. *Social Inequalities and Economic Growth*, 62 (2/2020). DOI: 10.15584/nsawg.2020.2.18.
- Ozturk, I. ve Ullah, S. (2022). Does digital financial inclusion matter for economic growth and environmental sustainability in OBRI economies? An empirical analysis. *Resources, Conservation and Recycling*, 185, 106489.
- Özkan, G. S., ve Çelik, H. (2018). Bilgi iletişim teknolojileri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki: Türkiye için bir uygulama. *Journal of International Trade and Economic Researches*, 2(1), 1-15.
- Pakdemirli, B. (2016). *Dijital dönüşümün ekonomik büyümeye etkisi: Türkiye örneği* [Doktora Tezi], T.C. Celal Bayar Üniversitesi.
- Parida, V., Sjodin, D. ve Reim, W. (2019). Reviewing literature on digitalization, business model innovation, and sustainable industry: Past achievements and future promises. *Sustainability*, 11, 391. <https://doi.org/10.3390/su11020391>.
- Park, H. J. ve Choi, S. O. (2019). Digital innovation adoption and its economic impact focused on path analysis at national level. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(3), 1–21. <https://doi.org/10.3390/joitmc5030056>.
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *IZA Discussion Paper Series*, 1240.
- Pradhan, R.P., Bele, S. ve Pandey, S. (2013) Internet growth nexus: Evidence from cross-country panel data. *Applied Economics Letters*, 20(16), 1511-1515. <https://10.1080/13504851.2013.829170>.
- Pradhan, R. P., Mak B. A., Nair, M., Sara E. Bennett, S. E. ve Bahmani, S. (2019). Short-term and long-term dynamics of venture capital and economic growth in a digital economy: a study of European countries. *Technology in Society*, 57, 125-134.
- Qu, J., Simes, R. ve O'Mahony, J. (2017). How do digital technologies drive economic growth? *Economic Record*, 93, 57-69.
- Rojko, A. (2017). Industry 4.0 concept: background and overview. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 11(5), 77-90.
- Saidi, K. ve Mongi, C. (2018). The effect of education, R&D and ICT on economic growth in high income countries. *Economics Bulletin*, 38(2), 810-825.
- Salahuddin, M. Tisdell, C. Burton, L. ve Alam, K. (2015). Social capital formation, internet usage and economic growth in Australia: Evidence from time series data. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(4), 942-953.
- Sabbagh, K., Friedrich, R., El-Darwiche, B., Singh, M. ve Koster, A. (2013). Digitization for economic growth and job creation: Regional and industry perspectives. *The global Information Technology Report*, World Economic Forum, 35–42. https://www3.weforum.org/docs/GITR/2013/GITR_Chapter1.2_2013.pdf
- Solomon, E. M. ve Van Klyton, A. (2020). The impact of digital technology usage on economic growth in Africa. *Utilities Policy*, 67, 101104. <https://doi.org/10.1016/j.jup.2020.101104>
- Stavytskyy, A., Kharlamova, G. ve Stoica, E. A. (2019). The analysis of the digital economy and society index in the EU. *Baltic Journal of European Studies*, 9(3), 245–261. <https://doi.org/10.1515/bjes-2019-0032>
- Topcu, B.A. (2021). Dijital ekonomi ve göstergelerinin sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkisi: AB ülkeleri örneği. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(2), 455-465.
- Türedi, S. (2013). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ekonomik büyümeye etkisi: Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için panel veri analizi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 4(7), 298-322.
- Tripathi, M. ve Inani, S.K. (2016). Does internet affect economic growth in sub-Saharan Africa? *Economics Bulletin*, 36(4), 1993-2002.
- Vyshnevskiy, O., Stashkevych, I., Shubna, O. ve Barkova, S. (2021). Economic growth in the conditions of digitalization in the EU countries. *Estudios De Economía Aplicada*, 38(4), 4041.
- Ward, M. R., ve Zheng, S. (2016). Mobile telecommunications service and economic growth: Evidence from China. *Telecommunications Policy*, 40(2-3), 89-101.
- Watanabe, C., Moriya, K., Tou, Y. ve Neittaänmäki, P. (2018). Consequences of the digital economy : transformation of the growth concept. *International Journal of Managing Information Technology*, 10(2), 21-39.

World Bank. Indicators.15 Ekim 2022 tarihinde <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> adresinden erişildi.

Etik kurul onayı

Bu araştırma ikincil verilerden toplanan örneklem üzerinden incelenmesi sebebi ile bu araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Ek Tablo 1: Araştırma Ülkeleri

Örnekleme Oluşturan Ülkeler

Avusturya, Belçika, Kıbrıs Rum Kesimi, Hırvatistan, Danmarka, Çekya, Estonya, Fransa, Finlandiya, Almanya, Macaristan, İrlanda, Letonya, İtalya, Lüksemburg, Malta, Hollanda, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Slovenya, İspanya, İsveç, Bulgaristan, Litvanya, Yunanistan.

Türkiye imalat sanayi ihracatının yapısal değişim düzeyi ve dünya talebiyle uyumluluğu*

Structural change level of Turkish manufacturing industry exports and its compatibility with world demand

Gönderim Tarihi / Received: 02.02.2023

Atıla BEDİR¹

Kabul Tarihi / Accepted: 15.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1246435](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1246435)

ÖZ: Bu çalışmada, 2010-2019 döneminde Türkiye imalat sanayii ihracatının geneli ve sektörel kompozisyonunda yapısal değişim düzeyinin tespiti ve olası yapısal değişimin niteliğinin analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla üç haneli endüstri verilerinden hareketle imalat sanayi genelinde, tek haneli endüstri gruplarında ve iki haneli temel sektörlerde yapısal değişim düzeyleri saptanmaktadır. Daha sonra bu değişimin nitelik yönü irdelenmekte, faydalı bir değişim olup olmadığı, başka bir ifadeyle dünya ölçeğinde sektörlerin ithalat talebindeki değişimle ne derece uyumlu olduğu belirlenmeye çalışılmaktadır. Yöntem olarak, yapısal değişim düzeyi ve bu değişimin faydalılık niteliğinin ölçümünde Lawrence endeksi ve faydalı yapısal değişim endeksi birlikte kullanılmaktadır. İmalat sanayiinin kapsamı SITC 1 ve 4-8 kodlu temel endüstri gruplarından oluşmakta, bu kapsamda UN Comtrade üç haneli 174 endüstrinin dış ticaret verisi kullanılmakta, teknik gereklilik olduğu yerlerde dört haneli endüstri verilerinden faydalanılmaktadır. Çalışmada 2010-2019 döneminde Türkiye imalat sanayii ihracatında Lawrence endeksi yapısal değişim değeri 0,1517 bulunmuş, faydalı yapısal değişim endeksinin 0,05894 olarak pozitif değer taşıdığı saptanmıştır. Çalışma bulguları imalat sanayii ihracatı genelinde, sınırlı düzeyde de olsa, yapısal bir değişim yaşandığına ve bu değişimin dünya talebiyle uyumlu olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte sektörel boyutta incelendiğinde gerek imalat sanayii alt sektörleri ihracatının yapısal değişim düzeylerinde gerekse üç haneli alt endüstri ihracatlarının dünya talebiyle uyumluluk seviyelerinde belirgin farklılıkların olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Rekabet gücü, İmalat sanayii, İhracat, Faydalı yapısal değişim

ABSTRACT: In this study, it is aimed to determine the structural change in the overall and sectoral composition of Turkey's manufacturing industry exports in the 2010-2019 period and to analyse the nature of the possible structural change. For this purpose, structural change levels are determined in the manufacturing industry in general, in single-digit industry groups and in main two-digit sectors, based on three-digit industry data. Then, the characteristic of this change is examined, whether it is a beneficial change, in other words, how compatible it is with the change in the import demand of the sectors on a world scale is tried to be determined. As a method, Lawrence index and beneficial structural change index are used together to measure the level of structural change and the beneficial characteristic of this change. The scope of the manufacturing industry consists of the industry groups with the main codes SITC 1 and 4-8, in this context, foreign trade data of 174 three-digit industries from UN Comtrade are used, and where there is technical necessity, four-digit industry data is used. In the study, it is determined that the structural change value of Lawrence index in Turkey's manufacturing industry exports between 2010-2019 was 0.1517, and the beneficial structural change index has a positive value of 0.05894. The findings of the study indicate that there is a structural change, albeit at a limited level, in general manufacturing industry exports and this change is in line with world demand. However, when examined in sectoral detail, it is seen that there are significant differences both in the structural change levels of the exports of the manufacturing industry sub-sectors and in the compatibility levels of the three-digit sub-industry exports with the world demand.

Keywords: Turkey, Competitiveness, Manufacturing industry, Export, Beneficial structural change

* Bu makale, 01-03 Aralık 2022'de düzenlenen 13. Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri Kongresi'nde sunulan ve kısa özeti bildiriler kitabında yayımlanan 'Türkiye imalat sanayi ihracatının yapısal değişim düzeyi ve nitelik yönü' başlıklı bildirinin iyileştirilmiş ve genişletilmiş halidir.

¹ Dr., Yarı-Zamanlı Öğretim Görevlisi, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü, abedir25@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8715-3736>

EXTENDED ABSTRACT

Conceptual framework

In this study, it is aimed to determine the level of structural change in the general and sectoral composition of Turkey's industrial exports in 2010s and to analyse the nature of possible structural changes. In this direction, structural change levels are determined in the manufacturing industry in general, in single-digit industry groups and in main two-digit sectors, based on three-digit industry data. Then, the characteristic of this change is examined, it is tried to determine whether it is a beneficial change, in other words, to what extent it is compatible with the change in the import demand of the sectors on a world scale. In addition, the relative positions of industries that provide a beneficial structural transformation in line with world demand and the distribution of these industries in terms of factor or technology intensities are determined. Structural change in exports will be possible mainly by the change in relative weights of sub-sectors exports or in the specialization levels and new sectoral developments. In addition to the level of change in the sectoral structure of exports, it is considered particularly important to what extent this change corresponds to a beneficial transformation. Beneficial structural change in exports requires the compatibility of the sectoral structure of the country's exports with the dynamic sectors in international markets or the developments in the world demand structure.

In the literature, the effect of structural change or specialization in foreign trade on countries' long-term foreign trade performance and economic growth has an important place. In this context, it is considered important to ensure a structural change in the exports of countries that is compatible with the dynamic structure of international foreign trade demand. It is stated that gaining competitive advantage, especially in technology-intensive goods, is the most preferred sectoral structure in terms of the performance of the economy. In the literature, Lawrence index is used to a large extent for the analysis of structural change in exports. In addition, in examining whether this change is beneficial, in other words, whether it is compatible with world demand, the index of dissimilarity in foreign trade and beneficial structural change index come to the fore (Amable, 2000; Bender and Li, 2002; Zaghini, 2003; REF-SEDEFED, 2010; Murshed and Serino, 2011; Zaman and Vasile, 2012; Anastassakou, 2015). In the studies of Bender and Li (2002) and Anastassakou (2015), the structural change in exports and the extent to which this change is beneficial are evaluated together, and in this context, Lawrence index and beneficial structural change index are used.

Methodology

This study deals with Turkey's manufacturing industry exports in the 2010s. The period of the study was determined as 2010-2019, due to the disruptions in the country's economies and foreign trade flows, especially in 2020, due to the Covid-19 pandemic. The scope of the manufacturing industry consists of the International Standard Trade Classification (SITC) 1 and 4-8 coded main sectors and related sub-sectors. In the study, UN Comtrade SITC Rev.3 foreign trade data of 174 three-digit industries are used. However, since SITC 41, 43, 56, 82, 83 and 85 coded sectors have only one three-digit industry data, four-digit industry (goods group) data are used in the analysis of these sectors. In this study, the structural change in Turkey's manufacturing industry exports and the direction of this change are examined together, and the Lawrence index and the beneficial structural change index are used for this purpose.

Findings and discussion

Based on the SITC three-digit industry data, the Lawrence index structural change level is 0.1517 in Turkey's manufacturing industry exports between 2010 and 2019. The level of structural change in single-digit main sectors varies between 0.1161 and 0.3410 index values. In the exports of two-digit industries, the highest structural change is seen in inorganic chemical products with an index value of 0.5798, while vegetable oils and fats consist of industries whose export structure changes the least with an index value of 0.0125.

Moreover, it is observed that the beneficial structural change index in the manufacturing industry export is 0.05894 with a positive value. The share of 2019 exports of industries that performed beneficial structural changes in total manufacturing industry exports is found to be 59.1 percent. Regardless of the

amount of exports, the sectors with the highest beneficial structural change index value include chemical products, pharmaceuticals and cosmetics, medical supplies, art products, machinery, electrical equipment and electronic products. Industries with exports of more than 1 billion USD in the manufacturing industry and at the same time showing beneficial structural changes consist of textiles, plastics-rubber, basic metal and soil industry products, furniture, automotive and other transportation vehicles, some electronics and machinery products, and jewellery.

Results and evaluations

It is determined that the annual average export increase of Turkey in the 2010-2019 period is higher than the average annual export increase of the world, developed and developing country groups and the leading countries in world exports. In the countries with the highest exports in the world, more than 20 percent of exports are high-tech products, and an average of 65 percent consists of medium and high technology products. Between the years 2010-2019, which is the subject of the study, it is observed that despite the low level of high technology product exports in Turkey's manufacturing industry, a transition from medium-low technologies to medium-high technologies continues.

It is determined that there has been a structural change, albeit to a limited extent, in Turkey's manufacturing industry exports. On the other hand, there are significant differences in the levels of structural change within the single-digit main industry groups and double-digit sectors of the manufacturing industry. The fact that the beneficial structural change index value in terms of overall manufacturing industry exports is positive, although at a limited level, indicates that this change is in line with the industry structure required by world demand. However, the beneficial structural change level of sub-industries also differs. Although high index values are provided in many industries, values slightly above zero are observed in a significant part of them. It is determined that these industries consist of medium and low technologies at the level of 80 percent in value, with medium technologies being more dominant. On the other hand, it is seen that the sectors with the highest beneficial structural change index values mainly include medium and high technology products in line with world demand.

It would be suitable to implement appropriate investment, market diversification and competitiveness policies by making a more detailed analysis on the basis of goods, of industries that do not show a structural change in line with world demand in Turkey's manufacturing industry exports or that have a limited level of beneficial structural change. In addition, as a reflection of the low share of high technology products in the manufacturing industry export, it is seen that the share of high technology products among the industries that show beneficial structural changes in exports is relatively low. In terms of the long-term performance of the economy, investment in human capital and R&D supports are considered important, especially in line with the way these industries compete in international markets.

Giriş

Dış ticaret verileri ülkelerin karşılaştırmalı üstünlükleri ile sektörel uzmanlaşma düzeylerinin tespitinde ve uluslararası rekabet gücü analizlerinde sıkça kullanılmaktadır. Bu amaçla, büyük ölçüde dış ticaret verilerine dayalı olarak başta Balassa endeksi olmak üzere ulusal ve uluslararası literatürde benzer nitelikte çok sayıda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endekslerinden yararlanılmaktadır. Özellikle uluslararası rekabet gücü konusunun mikro ve makro temelde ekonomik, sosyal ve çevresel bakımdan birçok belirleyicisinin bulunması ve bütüncül bir yaklaşım gerektirdiği dikkate alındığında, bu tür analizlerinin ağırlıklı olarak dış ticaret verilerini esas alan endekslere dayalı ölçümlerle sınırlandırılmaması gereği açıktır. Ayrıca bu çeşit endeksler formülasyon biçimleri gereği oransal ifadelerle dayalı ve sınırlı bilgi içermekte, ihracat teşvikleri ya da ithalat vergileri gibi kamusal müdahalelerin etkilerini de bünyesinde taşımaktadır. Bununla birlikte, az sayıda ihracatçı sektörü olan ya da geniş bir sektörel çeşitliliğe sahip bulunmayan bir ekonomik yapıda bu endeksler gerçekte olduğundan yüksek sonuçlar verebilir. Bu sebeple, uluslararası rekabet gücü çalışmalarının doğrudan bu tür veri ya da endekslere dayandırılmasından ziyade, ülkelerin uluslararası rekabet gücü açısından anlamlı bilgi sunan konu ve sektör bazlı çalışmaların yapılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Bu çerçevede bu çalışmada, son yıllarda Türkiye imalat sanayii ihracatının sektörel kompozisyonunda yapısal değişim düzeyi ve olası yapısal değişimin nitelik yönü, başka bir ifadeyle faydalı bir değişimin yaşanıp yaşanmadığı hususu konu edilmiştir. İhracatta yapısal değişim, mevcut sektörlerin ihracatının uzmanlaşma düzeyinde yaşanan değişimle ya da yeni sektörlerle geçişle mümkün olabilecektir. İktisadi ifadeyle bu durum, belirli sektörlerin uluslararası piyasalarda rekabet gücünü ve ihracatçı konumunu daha da güçlendirmesi veya yeni pazarlara erişimiyle temin edilebilecektir. İhracatta yapısal değişim ya da sektörlerin toplam ihracat içindeki görece ağırlıklarında zamanla gözlenen değişim aynı zamanda ekonominin girişim gücünü ve verimli yeni alanlara kaynak tahsisinde sağlanan mobiliteye de işaret etmektedir. İhracatın sektörel yapısında bahse konu değişim düzeyinin yanı sıra, bu değişimin ne ölçüde faydalı bir dönüşüm arz ettiği hususu bilhassa incelenmeye değer görülmektedir. İhracatta faydalı yapısal değişim, ülke ihracatının sektörel yapısının uluslararası piyasalardaki dinamik sektörlerle ya da dünya talep yapısındaki gelişmelerle uyumluluğunu gerekli kılmaktadır. Türkiye’de yapılan çalışmaların yakın dönemden ziyade daha çok geçmiş yıllara dair verileri içerdiği ve ağırlıklı olarak ihracatta yapısal değişimin irdelenmesiyle sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu çalışmalarda Lawrence endeksine dayalı ölçümlerle birlikte büyük ölçüde dış ticarete sektörel gelişmelere dair veri bazlı gözlemsel tespit ve çıkarımlar yapılmakta, sektörel trendler ve ihracatın faktör içeriği ya da teknolojik yapısına yönelik analizler öne çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı 2010’lu yıllarda Türkiye imalat sanayiinin geneli ve alt endüstrilerinin ihracatında yapısal değişim düzeyinin tespiti ve bu değişimin dünya talebiyle ne ölçüde uyumlu olduğunun incelenmesidir. Ayrıca dünya talebiyle uyumlu olarak faydalı yapısal dönüşüm sağlayan endüstrilerin görece konumları ve bu endüstrilerin faktör ya da teknoloji yoğunlukları bakımından dağılımı belirlenecektir. Yöntem olarak, uluslararası literatürde örnekleri olduğu üzere yapısal değişimin ölçümünde Lawrence endeksi, değişimin niteliğinin belirlenmesinde faydalı yapısal değişim endeksi birlikte uygulanmaktadır. Çalışmada Dünya Bankası’nın Dünya Entegre Dış Ticaret Çözümü (World Integrated Trade Solution [WITS]) veri tabanı UN Comtrade dış ticaret verisi kullanılmaktadır. İmalat sanayiinin kapsamı Uluslararası Ticaret Sanayi Sınıflandırması (SITC) Rev.3 sınıflandırması 1 ve 4-8 kodlu tek haneli temel sektörleri ve bu sektörler kapsamındaki üç haneli 174 alt endüstri verisinden oluşmaktadır. Ayrıca gerekli olduğu yerlerde dört haneli verilere dayalı hesaplamalar gerçekleştirilmiştir.

Öncelikle çalışmanın kavramsal çerçevesi ele alınmakta ve bu bağlamda Türkiye’nin 2010’lu yıllarda imalat sanayii ihracatındaki gelişmelerin, gelir grupları ve ihracatta öne çıkan ülkelerle mukayeseli bir analizi sunulmaya çalışılmaktadır. Ayrıca Türkiye imalat sanayii sektörlerinin yıllık ortalama ihracat artış hızları ve görece ağırlıkları ya da sektörel kompozisyonundaki değişim ilk bakışta gözlemsel olarak irdelenmekte, dünya ihracatında belli başlı ülkelerin ve Türkiye imalat sanayii ihracatının teknolojik içerikleri sunulmaktadır. Daha sonra imalat sanayii ihracatının yapısında gözlenen değişimin tespiti ve bu değişimin nitelik yönünü belirli endeks ölçümlerine dayandıran bu çalışmanın yöntemi açıklanmakta ve bulgularına ayrıntılı olarak yer verilmektedir. Bu kapsamda üç haneli alt endüstri verilerinden

hareketle imalat sanayiinin geneli, tek haneli temel sektörleri (endüstri grupları) ve iki haneli sektörlerinin yapısal değişim düzeyleri tespit edilmekte, faydalı yapısal değişim gösteren endüstrilerin görece sıralaması ve teknolojik yoğunluklarına göre dağılımları incelenmektedir.

Kavramsal çerçeve

Birleşmiş Milletler gelir sınıflandırmasına göre, kişi başına gayri safi milli geliri 1.046 ABD Doların altı düşük gelirli, 1.046-4.095 ABD Doları alt orta gelirli, 4.096-12.695 ABD Doları üst orta gelirli, 12.695 ABD Dolarının üstü yüksek gelirli ülkeler olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte 2021 yılı itibarıyla 46 ülke, kişi başına gayri safi milli geliri ile iktisadi, sosyal ve çevresel konularda gelişme endeksleri birlikte değerlendirilerek az gelişmiş ülke olarak konumlandırılmaktadır (United Nations, 2021; United Nations, 2022: 152, 156-157). Bu çerçevede Dünya Bankası Dünya Entegre Dış Ticaret Çözümü veri tabanı WITS (2022) Birleşmiş Milletler Comtrade verilerine göre, 2010'lu yıllarda ülke grupları ve ihracatı en yüksek ülkeler itibarıyla ihracatta gelişmeler Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Ülke grupları itibarıyla ihracatta gelişmeler (Milyar ABD Doları)

	2010	Pay (%)	2019	Pay (%)	Yıllık ortalama artış (%)
Yüksek gelirli ülkeler	8.397,2	59,0	10.272,3	57,6	2,3
Avrupa Birliği ülkeleri	4.944,1	34,7	5.946,9	33,3	2,1
Düşük ve orta gelirli ülkeler	4.802,0	33,7	6.228,4	34,9	2,9
En az gelişmiş ülkeler	134,1	0,9	131,0	0,7	-0,3
<i>Türkiye</i>	<i>113,9</i>	<i>0,8</i>	<i>180,8</i>	<i>1,0</i>	<i>5,3</i>
İhracatı en yüksek ilk 10 ülke					
Çin	1.577,8	11,1	2.499,2	14,0	5,2
Almanya	1.267,7	8,9	1.493,3	8,4	1,8
ABD	1.122,2	7,9	1.394,5	7,8	2,4
Japonya	769,8	5,4	705,7	4,0	-1,0
Hollanda	492,6	3,5	576,8	3,2	1,8
Fransa	511,7	3,6	556,4	3,1	0,9
Güney Kore	466,4	3,3	542,2	3,0	1,7
İtalya	446,8	3,1	513,6	2,9	1,6
İngiltere	422,0	3,0	464,1	2,6	1,1
Rusya	397,1	2,8	426,7	2,4	0,8
Ara toplam	7.474,1	52,5	9.172,3	51,4	2,3
Dünya	14.235,6	100,0	17.844,0	100,0	2,5

Kaynak: WITS (2022) Trade data (UN Comtrade)

Tablo 1'de görüldüğü üzere, 2010-2019 yılları arasında dünya ülkeleri genelinde toplam ihracat yıllık ortalama yüzde 2,5 artmış ve 2019 yılında 17,8 trilyon ABD Doları olmuştur. Bu dönemde ihracat yıllık ortalama yüksek gelirli ülkelerde yüzde 2,5, Avrupa Birliği ülkelerinde yüzde 2,1, düşük ve orta gelirli ülkelerde yüzde 2,9 artmış, az gelişmiş ülkelerde yüzde 0,3 azalmıştır. Aynı dönemde Türkiye'nin yıllık ortalama ihracat artışının, dünya geneli ve bahse konu ülke gruplarından daha yüksek olarak yüzde 5,3 olduğu görülmektedir. Tablo 1'de ayrıca 2010 yılında öne çıkan ülkeler esas alınarak gelişim trendleri sunulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda ihracatı en yüksek ilk on ülkenin ihracat performansı ile mukayeseli analizde de, Türkiye'nin ihracat artışı performansının daha iyi olduğu tespit edilmektedir. Türkiye'nin bu dönemde ele alınan ülke gruplarına kıyasla görece yüksek ihracat performansının yanı sıra, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması (ISIC) Rev.3'e göre imalat sanayii ihracatının sektörel yapısında da ilk bakışta belirgin değişimlerin olduğu gözlenmektedir.

Tablo 2: Türkiye'nin imalat sanayii sektörleri ihracatında gelişmeler (Milyon ABD Doları)

	2010		2019		2010-2019
	Değer	Pay (%)	Değer	Pay (%)	Yıllık ortalama artış (%)
15 Gıda ürünleri ve içecek	6.702,9	6,4	11.424,9	7,1	6,1
16 Tütün ürünleri	295,7	0,3	645,9	0,4	9,1
17 Tekstil ürünleri	10.932,3	10,4	14.558,4	9,0	3,2
18 Giyim eşyası	10.617,9	10,1	12.794,2	7,9	2,1
19 Deri ürünleri ve ayakkabı	656,5	0,6	1.332,9	0,8	8,2
20 Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç)	573,0	0,5	873,9	0,5	4,8
21 Kağıt ürünleri	1.194,4	1,1	2.494,6	1,5	8,5
22 Basım ve yayım	141,4	0,1	147,5	0,1	0,5
23 Kok kömürü, petrol ürünleri ve nükleer yakıt	4.153,3	3,9	6.568,6	4,1	5,2
24 Kimyasal ürünler	5.705,5	5,4	10.101,3	6,3	6,6
25 Plastik-kauçuk ürünleri	4.887,4	4,6	7.661,7	4,7	5,1
26 Çimento, seramik, pişmiş kil vb.	3.988,8	3,8	4.667,0	2,9	1,8
27 Demir çelik ve demir dışı metaller	14.426,6	13,7	16.748,7	10,4	1,7
28 Madeni eşya	4.972,6	4,7	7.780,1	4,8	5,1
29 Makina imalat	9.059,4	8,6	16.242,4	10,1	6,7
30 Bilgi işlem makinaları	133,8	0,1	168,5	0,1	2,6
31 Elektrikli makina	4.863,6	4,6	5.928,6	3,7	2,2
32 Elektronik	1.950,5	1,8	1.711,9	1,1	-1,4
33 Tıbbi ve optik cihazlar, saat	412,2	0,4	1.055,3	0,7	11,0
34 Otomotiv	14.856,6	14,1	27.011,5	16,7	6,9
35 Diğer ulaşım araçları	1.659,5	1,6	2.882,2	1,8	6,3
36 Mobilya ve diğer ürünler	3.282,9	3,1	8.752,1	5,4	11,5
İmalat sanayi toplamı	105.466,7	100,0	161.552,3	100,0	4,9
Toplam ihracat	113.883,2		171.464,9		4,7

Kaynak: TÜİK (2022)

Türkiye'nin toplam ihracatının büyük bir bölümü imalat sanayiinde gerçekleştirilmektedir. TÜİK (2022) verilerine göre ISIC Rev.3 kapsamında Türkiye'nin 2019 yılı imalat sanayii ihracatı toplam ihracatının yüzde 94,2'sini oluşturmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü üzere, 2010-2019 döneminde imalat sanayi ihracatında önemli ağırlığı olan 17: Tekstil ve 18: Hazır giyim, 27: Demir-çelik ve demir dışı metaller sektörlerinin payında azalma yaşanırken, 15: Gıda ve içecekler ile 24: Kimyasal ürünlerin payında artış olduğu gözlenmektedir. OECD (2011) teknoloji sınıflandırması esas alındığında üst orta teknoloji sektörlerinden 29: Makina imalat ve 34: Otomotiv sanayiinin payında artış yaşanmaktadır. Ayrıca bu sektörlerle kıyasla görece daha düşük paylara sahip olmasına rağmen 21: Kağıt ürünleri, 32: Elektronik, 33: Tıbbi ve hassas cihazlar ile 36: Mobilya gibi sektörlerin imalat sanayii içindeki ağırlıklarında da zamanla belirgin değişimlerin yaşandığı görülmektedir. Buna karşılık diğer birçok sektörün payını koruduğu ya da toplam imalat sanayii ihracatı gelişim hızına benzer bir gelişim sergilediği gözlenmektedir. İmalat sanayi alt sektörlerinde, ilk bakışta farklı biçim ve düzeylerde bu şekilde bir değişim gözlenmekle birlikte, imalat sanayi geneli ve alt sektörlerinde bu değişim düzeyinin ve özellikle de olası değişimin niteliğinin belirlenmesinin bir ölçüme dayandırılması gerekmektedir.

İhracatta yapısal değişim, esasen alt sektörlerin ihracatının görece ağırlıkları ya da uzmanlaşma düzeylerinde değişim yaşanması veya ilave (yeni) sektörel gelişmelerin sağlanmasıyla mümkün olabilecektir. Toplam ihracat artarken aynı zamanda ihracatın sektörel kompozisyonunda yapısal

değişimin yaşanması belirli sektörlerin etkin yatırım ve üretim politikalarıyla rekabetçi konumunu daha da güçlendirmesi, ihracat piyasalarında payını artırması ya da pazar çeşitlendirilmesiyle sağlanabilecektir. Bu durum aynı zamanda ekonominin girişimci gücünün yüksekliğine, yeni verimli alanlara kaynak tahsisinin sağlanabildiğine de işaret etmektedir. İhracatın sektörel yapısında değişim düzeyinin yanı sıra, bu değişimin ne ölçüde faydalı bir dönüşüme karşılık geldiği hususunun özellikle önem arz ettiği düşünülmektedir. İhracatta faydalı yapısal değişim, ülke ihracatının sektörel yapısının uluslararası piyasalardaki dinamik sektörlerle ya da dünya talep yapısındaki gelişmelerle uyumluluğunu gerekli kılmaktadır.

Dış ticarete yapısal değişimin ya da uzmanlaşmanın ekonomik büyümeye etkisi konusunda uzmanlaşma yapısı veya nasıl bir uzmanlaşma sağlandığı hususu tartışma konusu olmaktadır. Bu bağlamda Memedovic ve Iapadre (2009: v, 21-23) sabit piyasa oranları yöntemini uyguladığı çalışmada, ülkelerin dış ticaret performansında ve zamanla değişiminin açıklanmasında makroekonomik faktörlerin yanı sıra ihracatın yapısında iktisadi faaliyetlerin uluslararası dağılımına göre uzmanlaşma sağlanmasını temel etken olarak tespit etmektedir. Fagerberg ve Srholec (2004)'te 1960 yılından itibaren tüm dönemler boyunca yüksek ar-ge yoğun endüstri ürünlerinin dış ticaretinin diğerlerine göre yüzde 3 daha hızlı arttığı saptanmıştır. Dış ticaretin yapısındaki bu değişimde elektronik başta olmak üzere ar-ge yoğun endüstri mallarındaki hızlı büyüme ve küresel üretim ağlarındaki artışın etkisine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca ülkelerin dünya ticaretindeki değişime uyum gücü özellikle mühendislik ve temel bilimler olmak üzere eğitime yatırım, teknoloji edinimi ve küresel üretim sistemlerine katılımı ilişkili bulunmaktadır (Fagerberg ve Srholec, 2004: 1075-1078, 1088-1089). Amable (2000: 418)'e göre dış ticarete artan uzmanlaşmayı büyüme açısından başlı başına önemli görenler olmakla birlikte, yavaş büyüyen endüstrilerde uzmanlaşma veya uluslararası talep dinamiklerine uyumlu olmayan sektörel uzmanlaşmanın büyümenin önünde kısıt olabileceği de ileri sürülebilir. Murshed ve Serino (2011) ihracatta uzmanlaşmanın büyüme üzerine etkisini 1996-2005 yılları arasında 49 gelişmiş ve orta gelirli ülke üzerinde test etmiştir. Murshed ve Serino (2011: 159)'da doğal kaynak ihracatçısı ülkelerin dış ticarete farklı uzmanlaşma yapısına sahip ülkelere kıyasla daha düşük büyüme sergilediği sonucuna varılmakta, çok az işlem görmüş ya da hiç işlem görmemiş doğal kaynak ihracatında uzmanlaşmanın ülkelerin büyüme performansını yavaşlattığı ifade edilmektedir. Bu sebeple, bu ülkelerin ekonomisini ve ihracat yapısını çeşitlendirmede uzun dönemde ekonomik büyümede güçlüklerle karşılaşacağına dikkat çekilmektedir. Benzer şekilde Plummer ve Graff (2001) 1980-1990 döneminde 90 ülke için ihracatta uzmanlaşma ve ekonomik büyüme ilişkisini konu edinmekte ve teknoloji yoğun mallarda rekabetçi üstünlük kazanımının ekonominin performansı açısından en tercih edilen sektörel yapı olduğunu tespit etmektedir. Bensidoun vd., (2001: 4, 19)'de yapılan analizlerde uzmanlaşma yapısının, özellikle de uluslararası dış ticaret talebinin dinamik yapısına uyumlu uzmanlaşma yapısının büyüme açısından önem arz ettiği teyit edilmektedir. Böylece uluslararası entegrasyonların büyüme üzerine etkisinin ülkelerin uzmanlaşma sağladığı ürünlerin türüne bağlı olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Türkiye özelinde yapılan çalışmalarda Yılmaz ve Ergun (2003: 24) 1996-2000 döneminde Türkiye dahil altı aday ülkenin kendi aralarında ve AB-15'e göre sektörlerin faktör yoğunlukları ayırımında rekabet gücünü ve dış ticarete uzmanlaşma yapısını konu edinmektedir. Çalışmada dış ticaretteki darboğazların üstesinden gelinebilmesi için tüm aday ülkelerde teknoloji alanında gelişme sağlanması gereğine işaret edilmektedir. Benzer şekilde Aydın vd. (2007: 22-24, 52) Türkiye'nin ihracatında yapısal değişimi konu edindiği çalışmada temel sektörel trendler, 1980 sonrasında ve farklı dönemler itibarıyla ihracatın sektörel kompozisyonu ve ülkelerle mukayeseli olarak faktör yoğunluğundaki değişim de irdelenmektedir. 1980-2004 arasında Türkiye'nin ihracatında kaynak (ham madde) ve tarımsal içerikli malların payında düşüş gözlenirken, çalışmada tanımlanan yüksek teknoloji ve sermaye yoğun malların payının arttığı görülmektedir. Yükseler ve Türkan (2006)'da 1996-2005 döneminde Türkiye'nin üretimi ve dış ticaretinde dönüşüm analiz edilmekte ve bu çalışmanın konusuyla ilgisi bakımından ihracat ve ithalatın sektörel kompozisyonundaki değişim ve dış ticaret dengesinin sektörel dağılımı da irdelenmektedir. Saygılı vd. (2010) Türkiye ekonomisinin 1990-2008 döneminde dış ticaret yapısındaki gelişmeleri tüketim, ara malı ve yatırım malları ayırımında ve alt gruplar detayında sunmaktadır. Hatıpağaoğlu (2017) sabit piyasa payı analizi yöntemine (Memedovic ve Iapadre, 2009) dayalı olarak gerçekleştirdiği çalışmada, 1990-2014 döneminde Türkiye'nin ihracat artışının teknolojik, coğrafi ve

ürün yapısındaki değişim kaynaklı olmadığı, temel sebebin rekabet gücündeki artıştan kaynaklı olduğunu saptamaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin ihracat performansını daha da güçlendirmesi için bölgesel bağımlılığın giderilmesi, ar-ge faaliyetlerine önem verilmesi, yüksek katma değerli teknoloji yoğun ürünlerin üretiminin artırılmasının önemine işaret edilmektedir. Benzer şekilde, sabit piyasa payı analizine dayalı olarak ülkelerin ihracat piyasalarında pazar payı ya da rekabet gücü ile ihraç mallarının kompozisyonu ve ilgili piyasa yapısıyla uyumluluğunun ihracat performansı üzerinde etkileri irdelenmektedir. Bu çerçevede Aytemiz (2011) Türkiye'nin 1995-2010 döneminde imalat sanayi ihracat artışının en temel kaynağının fiyat avantajına dayalı rekabet gücü olduğunu saptamıştır. Ancak ihracatta dünya talebi hızlı artmayan emek yoğun sektörlerin payındaki yüksekliğin bu artışı yavaşlattığını belirtmektedir. Atış vd. (2013: 61)'de 1995-2011 döneminde Türkiye'nin ihracatında en büyük paya sahip ilk 20 ülkeye yaptığı ihracatın gelişimi konu edilmekte ve Türkiye'nin ihracat performansı üzerinde mal kompozisyonu etkisinin iyileştirilmesi ihtiyacına dikkat çekilmektedir. Aytun ve Kılıçaslan (2018: 163-164) 1995-2014 döneminde birçok az gelişmiş ülkenin pazar paylarındaki artışı rekabet gücü kazanımı yoluyla sağladığını belirtmektedir. Bununla birlikte aynı çalışmada, Taymaz vd. (2011: 90-91)'de işaret edildiği gibi, Türkiye ve benzer gelişmişlik seviyesine sahip ülkelerin ihracatta daha başarılı olabilmesi bakımından uluslararası üretim zincirleriyle bağlantısını en az orta teknoloji sektörler kadar yüksek teknoloji sektörlerde de sağlaması ve ihracatını dünya talebindeki eğilimlere uyumlu hale getirmesi önerilmektedir. Özçelik (2021: 48-53, 64-67) Türkiye'nin 2007-2009 ve 2017-2019 dönemleri arası ortalama on yıllık süreçte dünya genelinde ihracat pazar payını yüzde 17,67 artırdığını ve bu artışın kaynağının esas itibarıyla ilgili ihraç mallarının hedef ülke ithalatlarında artan piyasa payı etkisi olduğunu saptamıştır. Başka bir ifadeyle, ihracat performansındaki artış büyük ölçüde rekabet gücünden kaynaklanmaktadır. Ayrıca bu artışta, ele alınan dönem başlangıcındaki mal kompozisyonunun olumlu katkı sağladığı görülmektedir. Ancak zamanla değişen dünya piyasalarına uyum etkisinin küçük düzeyde olmakla birlikte negatif olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin hızla büyüyen yeni pazarlara uyum gücünde zorlandığına işaret edilmektedir. Buna karşılık Atiyas ve Bakış (2015)'da 1996-2010 yıllarında Türkiye'nin ihracatının sektörel kompozisyonunda önemli bir değişimin yaşandığı, bu değişimin gıda ve tekstil gibi geleneksel sektörlerden otomotiv, makine imalat, metal eşya gibi orta teknoloji ürünlere doğru gerçekleştiği, buna karşın yüksek teknoloji ürün ihracatının düşük olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin ihracatında mal sofistikeliğinin, başka bir ifadeyle ihraç ürünlerinin niteliğinin gelişmiş ülkelerin ihracat yapısıyla ne ölçüde benzeştiğine dair mukayeseli analizinde, Çin, Meksika, Romanya ve Tayland gibi diğer bazı gelişmekte olan ülkelere kıyasla düşük kaldığına işaret edilmektedir (Atiyas ve Bakış, 2015: 1214-1218, 1226). Hüseyini ve Çakmak (2017: 462) Güney Kore'nin 1960'lı yıllardan sonra zamanla Türkiye'ye kıyasla daha çok teknoloji yoğun ürünler ihraç ederek ihracatının sofistikeliğini yükselttiğini, bu durumun Güney Kore'ye daha iyi bir ekonomik performans gerçekleştirme imkânı sağladığını belirtmektedir. Erdil Şahin (2019) 1989-2017 döneminde Türkiye'de, Yıldız (2017) ise 2005-2014 döneminde BRICS ülkeleri ve Türkiye'de yüksek teknoloji ürün ihracatının ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğunu saptamışlardır. Kaya ve Hüseyini (2015) Türkiye'de 1980-2012 yılları arasında emek yoğun sanayi ürünlerine kıyasla katma değeri yüksek sanayi ürünleri ihracatının büyüme üzerindeki etkisinin daha fazla olduğunu tespit etmektedir. Şeker ve Özcan (2019)'da 1989-2016 döneminde Türkiye'nin ihracatında büyümeye en yüksek katkı sağlayan yüksek teknoloji sektörlerinin kimya sanayi başta olmak üzere, sırasıyla elektrik makineleri ve teçhizatı, silah sanayi, elektronik ve haberleşme sektörü ve bilimsel araçlar olduğu saptanmıştır. Gelineen noktada ihracatın teknolojik yapısı dünya ihracatında önemli ağırlığı olan ülke örnekleriyle aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 3: İhracatın teknolojik yoğunluğu (2019 yılı, %)

	(2019 yılı, %)					
	ABD	Almanya	Japonya	Güney Kore	Çin	Türkiye
Birincil ürünler	14	5	3	3	3	9
Kaynak (hammadde) yoğun ürünler	22	13	11	15	9	18
Düşük teknoloji ürünler	11	15	10	11	31	34
Orta teknoloji ürünler	33	47	56	37	23	35
Yüksek teknoloji ürünler	21	20	21	34	35	4

Kaynak: WITS (2022) Trade outcomes indicators

Tablo 1 ve Tablo 3 birlikte değerlendirildiğinde dünyada en yüksek ihracata sahip ülkelerde ihracatın ağırlıklı olarak orta ve yüksek teknoloji ürünlerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu ülkelerde ihracatın yüzde 20'sinden fazlası yüksek teknoloji ürünler olmak üzere ortalama yüzde 65'i orta ve yüksek teknoloji ürünlerden oluşmaktadır. Dünya Bankası verilerine göre dünya genelinde 2019 yılı imalat sanayi ihracatında yüksek teknoloji ürünlerin payı yüzde 20,7'dir (The World Bank, 2022). Türkiye ihracatında yüksek teknoloji ürünlerin payının düşüklüğünün de etkisiyle orta ve yüksek teknoloji ürünler toplam ihracatın yüzde 39'una karşılık gelmektedir. Türkiye'nin imalat sanayii ihracatının teknolojik yapısı ve zamanla değişimi hakkında daha ayrıntılı bilgi aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 4: Türkiye imalat sanayii ihracatının teknolojik yapısı (Yüzde pay)

	2000	2005	2010	2015	2019
Yüksek teknoloji ürünler	7,8	6,0	3,4	3,7	3,6
Orta yüksek teknoloji ürünler	20,4	28,5	32,2	31,8	36,0
Orta düşük teknoloji ürünler	20,5	26,9	31,8	29,5	27,5
Düşük teknoloji ürünler	51,3	38,7	32,6	35,0	32,8

Kaynak: TÜİK (2016), TÜİK (2020), Devlet Planlama Teşkilatı [DPT] (2006: 154), Kalkınma Bakanlığı (2011: 164)

Tablo 4'de görüleceği üzere, OECD sınıflandırması esas alınarak yapılan hesaplamalarda Türkiye imalat sanayi ihracatında son 20 yılda görece düşük teknoloji ürünlerinden, orta yüksek teknoloji ürünlerde daha ağırlıklı olmak üzere orta teknoloji ürünler doğru bir dönüşüm yaşanmaktadır. Çalışmanın konusu dönem olan 2010-2019 yılları arasında da orta düşük teknolojilerden orta yüksek teknolojilere doğru bir geçişin sürdüğü gözlenmektedir. TÜİK (2022)'de ekonomik faaliyetlere (ISIC, Rev. 3) göre ihracat verileri yıllar itibariyle incelendiğinde 2000'li yıllara kıyasla Türkiye'nin yüksek teknoloji ihracatı oranındaki azalışın en belirgin sebebinin 32 kodlu radyo, televizyon ve haberleşme cihazları sektörünün, başka bir ifadeyle elektronik sanayiinin ihracatında yaşanan görece azalış olduğu görülmektedir. Elektronik sanayiinin imalat sanayii ihracatı içerisinde 2005 yılında yüzde 4,6 olan payı 2019 yılında yüzde 0,7'ye gerilemiştir.

Yöntem

Bu çalışma, Türkiye'nin imalat sanayi ihracatını konu edinmektedir. Covid-19 pandemisi kaynaklı olarak bilhassa 2020 yılında ülke ekonomileri ve dış ticaret akımları üzerinde aksaklıkların oluşması nedeniyle, çalışmanın dönemi 2010-2019 olarak belirlenmiştir. İmalat sanayiinin kapsamı, Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırması (SITC) 1, 4-8 kodlu ana sektörleri ve ilgili alt sektörlerinden oluşmaktadır. Çalışmada Dünya Bankası'nın Dünya Entegre Dış Ticaret Çözümü (WITS, 2022) veri tabanında yer alan UN Comtrade dış ticaret verileri kullanılmaktadır. Bu çerçevede UN Comtrade SITC Rev.3 üç haneli 174 endüstrinin dış ticaret verisinden yararlanılmıştır. Bununla birlikte SITC 41, 43, 56, 82, 83 ve 85 kodlu sektörlerin üç haneli sadece tek endüstrisi bulunması nedeniyle, bu sektörlerin yapısal değişim düzeyi dört haneli endüstri (mal grubu) verilerinden hareketle hesaplanmıştır. Endüstrilerin sınıflandırması ve kodlarının isimlendirilmesinde TÜİK sınıflama sunucusu (t.y.) ve UNCTADSTAT (2022) sınıflandırmalarından yararlanılmıştır.

Literatürde, dış ticaretin yapısal değişiminin analizi öncelikle ihracatın sektörel dağılımı ve görece ağırlıklarındaki değişimin irdelenmesi yoluyla dış ticaret verilerine dayalı olarak gözlemsel bulgularla yapılmaktadır. Ülkelerin uluslararası rekabet gücü analizlerinde ya da dış ticarete uzmanlaşma düzeyinin tespitinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksleri ve bu endekslerin belirli ölçüde türevi niteliğindeki çok sayıdaki endekslerden faydalanılmaktadır (Vollrath, 1991). Dış ticarete yapısal değişimin gözlemsel bulgulardan ziyade analitik ölçümü konusunda da bu alana özgü metodolojik yaklaşım ya da belirli endekslerden yararlanılmaktadır. İhracatta yapısal değişim düzeyinin irdelenmesinde Lawrence endeksi, bu değişimin faydalı başka bir ifadeyle dünya talebiyle uyumlu olup olmadığının incelenmesinde de dış ticarete benzemezlik endeksi ve faydalı yapısal değişim endeksi öne çıkmaktadır (Amable, 2000; Bender ve Li, 2002; REF-SEDEFED, 2010; Murshed ve Serino, 2011; Anastassakou, 2015). Zaghini (2003: 38) ve Zaman ve Vasile (2012) dış ticarete yapısal değişim endeksi olarak faydalı yapısal değişim endeksini örneklendirmektedir. REF-SEDEFED (2010)'da 1995-

2008 yılları arasında Türkiye'nin Rusya ve Çin ile mukayeseli olarak ihracat yapısındaki değişim Lawrence endeksi kullanılarak analiz edilmiştir. Türkiye'nin bu dönemde Lawrence endeksi değerinin yıllar itibariyle 0,08 ile 0,18 arasında değiştiği görülmektedir. Bender ve Li (2002) ve Anastassakou (2015) ihracatta yapısal değişimi ve bu değişimin faydalılık bakımından nitelik yönünü birlikte konu edinmektedir. Bu bağlamda Bender ve Li (2002) 1981-1997 döneminde Asya ve Latin Amerika ülkeleri ihracatının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü ve dış ticaretinde değişimi konu edindiği çalışmada dış ticarete yapısal değişimin ölçümünde Lawrence endeksi ve faydalı yapısal değişim endeksinin her ikisinden birlikte faydalanmaktadır. Anastassakou (2015: 81)'de ihracatta yapısal değişim endeksi olarak Lawrence endeksi, bu değişimin uluslararası talep yapısıyla uyumlu olup olmadığının analizinde benzemezlik endeksi ve faydalı yapısal değişim endeksi kullanılmıştır. Anastassakou (2015) 1994-2013 döneminde üçer yıllık dönemler itibariyle Yunanistan, Türkiye, Almanya, komşu ülkeler, AB'nin temel ekonomileri ve AB-27'nin imalat sanayiinin yapısal değişimini konu edinmektedir. ISIC Rev.3 iki haneli endüstri verilerine dayalı olarak yapılan bu çalışmada Türkiye'nin imalat sanayii ihracatında yapısal değişimin üçer yıllık dönemler itibariyle 0,048 ve 0,115 arasında değerler aldığı görülmektedir. Faydalı yapısal değişim endeksi sonuçlarına göre, ele alınan tüm ülkelerde endeks değerinin pozitif olduğu, başka bir ifadeyle bu değişimden fayda elde edildiği görülmekte ve bu faydanın küçük ekonomilerde görece daha yüksek olduğuna dikkat çekilmektedir. Bu dönemde Türkiye'nin 1994-1996 yıllarındaki ihracat yapısına kıyasla faydalı yapısal değişim endeks değeri, ara dönemlerde daha yüksek değerler görülmekle birlikte, en son dönem olan 2012-2013 döneminde 0,015 bulunmuştur (Anastassakou (2015: 81-82).

Bu çalışmada Türkiye imalat sanayii ihracatında yapısal değişim ve bu değişimin ne yönde olduğu birlikte incelenmekte, bu amaçla Lawrence endeksi ve faydalı yapısal değişim endeksi kullanılmaktadır.

Lawrence endeksi

$$L = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n |S_{i,t} - S_{i,t-1}|$$

Eşitlikte $S_{i,t} = \frac{X_{i,t}}{\sum_i X_{i,t}}$, t zamanında; $S_{i,t-1} = \frac{X_{i,t-1}}{\sum_i X_{i,t-1}}$, t-1 zamanında "i" endüstrisi ihracatının bulunduğu endüstri grubu ya da imalat sanayii içindeki payıdır. Lawrence endeksi 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Endeks değerinin 1'e yaklaşması önemli düzeyde yapısal değişim olduğuna işaret etmektedir. Lawrence endeksinin formülasyon biçiminden de görüleceği üzere ihracatta yapısal değişim, sektörel ihracatların toplam ihracat içinde görece ağırlıklarında ve ihracatın sektörel kompozisyonunda zamanla yaşanan değişimle veya ihracatta yeni sektörlerle geçişle sağlanabilecektir.

Faydalı yapısal değişim endeksi

$$BSCI = \sum_{i=1}^n \left\{ \left[\frac{X_{i,t} / \sum_i X_{i,t}}{X_{i,t-1} / \sum_i X_{i,t-1}} - 1 \right] \left[\frac{(M_{i,t} / M_{i,t-1})^{\text{"Dünya"}}}{Ortalama (M_{i,t} / M_{i,t-1})} - 1 \right] \left(\frac{X_{i,t}}{\sum_i X_{i,t}} \right) \right\}$$

Bender ve Li (2002: 23), Zaghini (2003: 38) ve Anastassakou (2015: 81)'de faydalı yapısal değişim endeksinin (Beneficial structural change Index (BSCI)) ithalat kısmının paydasında ilgili endüstrinin dünya, ülke ya da ülke grupları ithalatındaki ortalama değişimin, Zaman ve Vasile (2012: 10)'de ortanca değişimin alındığı görülmektedir.

Faydalı yapısal değişim endeksi, ülke ihracatındaki yapısal değişikliğin dünya ölçeğinde talep edilen endüstrilerle (ürünlerle) uyumlu olup olmadığını göstermektedir. Pozitif endeks değeri, uyumluluğun

bulduğuna ve faydalı bir yapısal değişim yaşandığına işaret etmektedir. Yüksek endeks değeri, ihracat yapısında faydalı değişimin güçlü olduğunu göstermektedir.

Bulgular ve tartışma

SITC üç haneli endüstri verilerinden hareketle 2010-2019 döneminde Türkiye'nin imalat sanayii ihracatı Lawrence endeksi yapısal değişim düzeyi 0,1517 bulunmuştur. Bununla birlikte yine imalat sanayii ihracatı genelinde faydalı yapısal değişim endeksinin 0,05894 olarak pozitif bir değer taşıdığı saptanmıştır.

Tablo 5: Türkiye imalat sanayii ihracatında yapısal değişim

	Lawrence endeksi	Faydalı yapısal değişim endeksi
İmalat sanayii geneli	0,1517	0,05894

Bu bulgular; her iki endeks değeri sıfıra yakın olduğundan Türkiye imalat sanayi ihracatının sektörel yapısında zayıf bir değişim yaşandığına ve bu değişimin dünya talebine uyum düzeyinin, başka bir ifadeyle faydalı yapısal değişimin sınırlı kaldığına işaret etmektedir. Buna karşın yine SITC üç haneli ihracat verilerinden hareketle imalat sanayinin tek haneli temel sektörleri ve iki haneli alt sektörlerinin kendi içerisindeki yapısal değişim düzeylerinde ise belirgin farklılıklar saptanmaktadır.

Tablo 6: 2010-2019 döneminde imalat sanayii sektörleri ihracatında yapısal değişim düzeyi

Kodu	Sektör/endüstri ismi	Lawrence endeksi
1	<i>İçki ve tütün</i>	0,2649
11	İçecekler	0,1907
12	Tütün ve tütün ürünleri	0,2873
4	<i>Hayvansal ve bitkisel yağlar, mumlar</i>	0,3410
41	Hayvansal yağlar	0,0481
42	Bitkisel yağlar	0,0125
43	İşlem görmüş hayvansal ve bitkisel yağlar, mumlar	0,3413
5	<i>Kimya sanayi ve buna bağlı sanayi ürünleri</i>	0,2039
51	Organik kimyasal ürünler	0,2727
52	İnorganik kimyasal ürünler	0,5798
53	Debat ve boyacılıkta kullanılan ürünler	0,1208
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	0,1101
55	Parfüm, kozmetik, temizlik ürünleri	0,0942
56	Mineral kimyasal gübreler (272. grup hariç)	0,2857
57	Plastikler - İlk şekillerde	0,1329
58	Plastikler - İlk şekilde olmayan	0,1655
59	Diğer kimyasal ürünler	0,0887
6	<i>İşlenmiş mallar</i>	0,1540
61	İşlenmiş deri ve köseleler	0,0603
62	Kauçuk ürünleri	0,0140
63	Ağaç ve mantar ürünleri(mobilya hariç)	0,0358
64	Kağıt ürünleri	0,1428
65	Tekstil ürünleri	0,1181
66	Çimento, cam, seramik vb. ürünleri	0,1024
67	Demir-çelik	0,2094
68	Demir dışı metaller	0,0379
69	Demir-çelik, bakır, alüminyum ve diğer metal eşya	0,0592
7	<i>Makinalar ve ulaştırma araçları</i>	0,1161

71	Güç üretim makinaları ve ekipmanları	0,1520
72	Belirli sanayilere özel makinalar ve aksamaları	0,0677
73	Metal işleme makinaları	0,1507
74	Diğer genel sanayi makinaları ve aksamaları	0,0919
75	Büro ve bilgi işlem makinaları	0,2768
76	Haberleşme ve ses kaydetme cihazları	0,0857
77	Elektrikli makina, cihaz ve aksamaları	0,0540
78	Karayolu taşıtları (otomotiv) ve aksamaları	0,0649
79	Diğer ulaştırma araçları ve aksamaları	0,3034
8	Çeşitli mamul eşya	0,1544
81	Prefabrik yapılar, sıhhi tesisat, ısıtma, sabit aydınlatma ekipmanları	0,0488
82	Mobilya ve yatak takımları	0,0197
83	Seyahat eşyaları, el çantaları vb. eşya	0,1323
84	Giyim eşyası ve ilgili aksesuarları	0,0559
85	Ayakkabı ve aksamaları	0,0976
87	Diğer meslek, bilim ve ölçü cihazları	0,1334
88	Fotoğrafçılık, sinemacılık, optik vb. cihazları	0,1263
89	Diğer mamul eşya	0,1564

Tablo 6’da görüleceği üzere, endüstri grupları ihracatının kendi içerisinde yapısal değişim düzeyleri belirgin farklılıklar sergilemektedir. Tek haneli temel sektörlerde en yüksek yapısal değişim 0,3410 endeks değeriyle 4: Hayvansal ve bitkisel yağlar da yaşanmakta, görece en düşük yapısal değişim 0,1161 endeks değeriyle 7: Makinalar ve ulaştırma araçlarında görülmektedir. İki haneli endüstrilerin ihracatında en yüksek yapısal değişim 0,5798 endeks değeriyle 52: İnorganik kimyasal ürünler, 0,3413 endeks değeriyle 43: İşlem görmüş hayvansal ve bitkisel yağlar ile 0,3034 endeks değeriyle 79: Diğer ulaştırma araçları ve aksamalarında görülmektedir. Buna karşılık, 0,0125 endeks değeriyle 42: Bitkisel yağlar, 0,0140 endeks değeriyle 62: Kauçuk ürünleri ve 0,0197 endeks değeriyle 82: Mobilya ve yatak takımları ihracat yapısı en az değişen endüstrilerden oluşmaktadır.

İmalat sanayii ihracatının sektörel kompozisyonun görece ağırlıklarında zamanla yaşanan bu değişimin dünya talebiyle uyumlu olup olmadığı hususu önem arz etmektedir. Bu bağlamda üç haneli endüstri gruplarından hareketle imalat sanayii ihracatı genelinde faydalı yapısal değişim endeksi hesaplanmıştır. İmalat sanayii ihracatının geneli açısından faydalı değişim endeksi 0,05894 gibi sınırlı düzeyde olmakla birlikte, endeks değerinin pozitif olması bu değişimin niteliğinin dünya talebinin gerektirdiği endüstri yapısına uyumlu yönde olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede, 2010-2019 döneminde 174 üç haneli endüstri içerisinde faydalı yapısal değişim sağlayan endüstrilerin 2019 yılı ihracatlarının imalat sanayi toplam ihracatında ki payı yüzde 59,1 olarak hesaplanmıştır. Bu oran üç haneli 174 endüstri içerisinde faydalı yapısal değişim endeks değeri 0,0003’ün üzerinde olan 106 endüstri verisinden oluşmaktadır. Bu hesaplama pozitif ancak sıfıra çok yakın son üç endüstri dahil edilmemiştir. Bu üç endüstri 842, 634 ve 684 kodlu endüstrilerden oluşmakta ve ilave bilgi vermek bakımından belirtmek gerekirse bu endüstrilerle birlikte söz konusu oran yüzde 63,8’i bulmaktadır. Ancak endüstrilerin yapısal değişiminin faydalılık düzeyi de yeknesak bir durum göstermemekte, Tablo 7 ve Tablo 8’de görüldüğü üzere birçok sektörde yüksek endeks değerleri sağlanmasına rağmen önemli bir bölümünde sıfırın biraz üzerinde değerler tespit edilmektedir.

Tablo 7: Türkiye imalat sanayii ihracatında faydalı yapısal değişim sağlayan ilk on endüstri

Kodu	Endüstri/ürün ismi	Faydalı yapısal değişim endeksi
523	Diğer inorganik kimyasal ürünler	1,1776
714	Turbojet, tepkili motor, diğer gaz türbinleri ve aksamaları	1,0956
883	Sinemacılıkta kullanılan filmler	0,9831

896	Sanat ve koleksiyon ürünleri, antika esya	0,7981
776	Katod ışınlu tüpler, yarı iletken tertibatlar, elektronik devreler	0,7437
759	Büro ve bilgi işlem makinaları aksam ve parçaları	0,7130
541	Eczacılık ürünleri	0,7094
872	Tıbbi alet ve cihazlar	0,6997
712	Buhar türbini ve aksamaları	0,5716
551	Uçucu yağlar, parfüm ve koku veren malzemeler	0,5348

İhracat miktarından bağımsız olarak, faydalı yapısal değişim endeksi en yüksek olan ilk on sektörün dünya talebine uygun bir biçimde kimyasal ürünler, eczacılık, kozmetik ve tıbbi malzemeler, sanat ürünleri, makina imalat, elektrikli teçhizat ve elektronik ürünleri gibi ağırlıklı olarak orta ve yüksek teknoloji ürünlerini içerdiği görülmektedir (Tablo 7). Bununla birlikte daha kapsamlı bir bilgi sunmak açısından, 2010-2019 yılları arasında faydalı yapısal değişim gösteren ve 2019 yılı ihracatı 1 milyar ABD Doların üzerinde olan üç haneli endüstrilerin listesi aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 8: 1 Milyar ABD Doları üzeri ihracatla faydalı yapısal değişim gösteren endüstriler

Kodu	Endüstri/ürün ismi	2019 yılı ihracatı (\$)	Faydalı yapısal değişim endeksi
523	Diğer inorganik kimyasal maddeler	1.101.897.666	1,1776
783	Başka yerde belirtilmeyen karayolu taşıtları	2.931.673.548	0,4045
897	Kuyumcu ve mücevherat eşyası	5.151.917.334	0,3776
792	Hava ve uzay araçları ve aksamaları	1.196.370.367	0,3689
761	Televizyon alıcıları	1.348.894.485	0,1406
728	Belirli sanayilere özel diğer makinalar	1.292.963.886	0,1131
793	Deniz araçları	1.225.416.684	0,1085
821	Mobilya ve aksamaları	3.352.387.270	0,0835
679	Boru, bağlantı parç. ve içi boş profiller – Demir ve çelik	1.610.976.552	0,0703
676	Filmaşın, çubuk ve profiller - Demir ve çelik	5.081.421.784	0,0614
661	Çimento, kireç, asfalt vb. ürünler	1.978.572.538	0,0512
781	Karayolu taşıtları (binek otomobilleri vb.)	12.096.067.465	0,0337
893	Plastikten mamul eşya	2.287.096.277	0,0268
784	Karayolu taşıtları aksamaları	4.961.717.696	0,0264
651	Tekstil iplikleri	1.829.762.522	0,0183
699	Diğer ana metal ürünleri	2.566.759.826	0,0176
657	Özel iplik ve dokunmamış mensucat (keçe, sicim, ip vb.)	1.061.625.460	0,0156
582	Levhalar, filmler, plakalar - Plastik	1.848.882.818	0,0153
682	Çubuk, profil, tel, sac, boru vb. – Bakır	1.004.853.192	0,0122
846	Çorap, kravat, eşarp, eldiven vb. giyim eşyası	1.278.966.855	0,0114
741	Isıtma ve soğutma ekipmanları ve aksamaları	1.537.269.986	0,0109
812	Sihhi teçhizat ve radyatörler - Demir, çelik ve seramik	1.231.360.951	0,0011
625	Kauçuktan iç ve dış lastikler (yeni/eski)	1.540.747.227	0,0003

Tablo 8’de görüldüğü üzere, imalat sanayi ihracatı içerisinde 1 milyar ABD Doları üzeri ağırlığı olan ve aynı zamanda faydalı yapısal değişim gösteren endüstrilerin geniş bir sektörel çeşitlilik arz ettiği görülmektedir. Bu endüstriler tekstil, plastik-lastik, ana metal ve toprak sanayi ürünleri, mobilya, daha geniş kapsamda otomotiv sanayii ürünleri olmak üzere ulaşım araçları, bazı elektronik ve makina imalat ürünleri ile mücevherat eşyasına yayılan farklı nitelikteki ürünlerden oluşmaktadır. Bu endüstrilerde yapısal değişimin faydalılık düzeyi de farklılaşmakta ve önemli bir bölümünde sınırlı düzeyde kalmaktadır. Son olarak 2010-2019 dönemi imalat sanayii ihracatı içerisinde faydalı yapısal değişim gösteren endüstrileri (106 endüstri) faktör veya teknolojik yoğunlukları itibariyle aşağıdaki biçimde sınıflandırmak mümkündür.

Tablo 9: Türkiye imalat sanayii ihracatında faydalı yapısal değişim gösteren endüstrilerin 2019 yılı ihracatının teknolojik yoğunluklarına göre dağılımı

	Birincil ve kaynak (hammadde) yoğun ürünler	Düşük teknoloji ürünler	Orta teknoloji ürünler	Yüksek teknoloji ürünler
Yüzde payı (%)	10,8	34,6	46,6	8,0

Tablo 9'un düzenlenmesinde Lall (2000) çalışmasına dayanan Birleşmiş Milletler teknoloji sınıflaması (UN Statistics Wiki, 2020) esas alınmış, ayrıca uyumlaştırma ihtiyacı bulunan sınırlı sayıdaki üç haneli endüstride Birleşmiş Milletler SITC Rev.2 ve Rev.3 karşılaştırma tablolarından (Correspondence tables, t.y.) yararlanılmıştır. Birleşmiş Milletler teknoloji sınıflandırmasında Diğer İşlemler grubunda yer alan 883, 892, 896 kodlu endüstriler, aynı serideki endüstri gruplarının yer aldığı teknoloji kategorisinde değerlendirilmiştir. Tablo 9'da görüldüğü üzere, Türkiye imalat sanayii ihracatında faydalı yapısal değişim gösteren endüstrilerin, orta teknolojiler daha ağırlıkta olmak üzere, yüzde 80 düzeyinde orta ve düşük teknolojilerden oluştuğu tespit edilmektedir.

Sonuç ve değerlendirme

2010-2019 döneminde Türkiye'nin yıllık ortalama ihracat artışının dünya geneli, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke grupları ve dünya ihracatında ağırlığı olan ülkelerin yıllık ortalama ihracat artışından daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca Türkiye imalat sanayii ihracatının sektörel yapısında da ilk bakışta belirgin değişimlerin olduğu gözlenmektedir. İmalat sanayi ihracatında önemli yeri olan tekstil, hazır giyim, ana metal, gıda, kimya, makine imalat ve otomotiv sektörlerinin payında belirgin bir değişimin gözlemlendiği, bu sektörlerle kıyasla görece daha düşük paylara sahip kağıt, tıbbi cihazlar ile mobilya sektörlerinin imalat sanayii içindeki ağırlıklarında da zamanla hissedilir değişimlerin yaşandığı görülmektedir. Buna karşılık diğer birçok sektörün payını koruduğu ya da toplam imalat sanayii ihracatı gelişim hızına benzer bir değişimin sergilendiği görülmektedir.

Dış ticarete yapısal değişimin ya da uzmanlaşmanın ülkelerin uzun dönem dış ticaret performansı ve ekonomik büyümeye etkisi konusu literatürde önemli bir yer teşkil etmektedir. Bu bağlamda uluslararası dış ticaret talebinin dinamik yapısına uyumlu bir yapısal değişimin sağlanması önemli görülmektedir. Özellikle teknoloji yoğun mallarda rekabetçi üstünlük kazanımının ekonominin performansı açısından en tercih edilen sektörel yapı olduğu belirtilmektedir. Dünyada en yüksek ihracata sahip ülkelerde ihracatın ağırlıklı olarak orta ve yüksek teknoloji ürünlerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu ülkelerde ihracatın yüzde 20'sinden fazlası yüksek teknoloji ürünler olmak üzere ortalama yüzde 65'i orta ve yüksek teknoloji ürünlerden oluşmaktadır. Türkiye imalat sanayi ihracatında da görece düşük teknoloji ürünlerinden, orta yüksek teknoloji ürünlerde daha ağırlıklı olmak üzere orta teknolojili ürünlere doğru bir dönüşüm yaşanmaktadır. 2010-2019 döneminde, sınırlı düzeyde yüksek teknoloji ürün ihracatına rağmen orta düşük teknolojilerden orta yüksek teknolojilere doğru bir geçişin sürdüğü gözlenmektedir. Bu çerçevede imalat sanayi geneli ve özellikle alt sektörlerinde, ilk bakışta farklı biçim ve düzeylerde bir değişim gözlenmekle birlikte, bu değişim düzeyi ve niteliğinin, daha açık ifadeyle faydalı bir değişim olup olmadığı konusunun belirli ölçümlere dayandırılması önemli görülmektedir.

Bu bağlamda literatürde sabit piyasa payı analizine dayalı olarak piyasa payının başka bir ifadeyle rekabet gücünün, mal kompozisyonunun ve talep (ilgili ithalat pazarı) yapısındaki değişimin ülkelerin ihracat performansı üzerinde etkileri yaygın bir şekilde konu edilmektedir. Ancak ihracatta yapısal değişim düzeyinin ve bilhassa bu değişimin dünya talebiyle uyum yönü ve derecesinin belirlenmesinde belirli endekslere dayalı sınırlı çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu çalışmada Türkiye imalat sanayii ihracatı yapısal değişim düzeyi ve bu değişimin ne yönde olduğu birlikte incelenmekte, bu amaçla sırasıyla Lawrence endeksi ve faydalı yapısal değişim endeksi kullanılmaktadır. Bu kapsamda SITC üç haneli endüstri verilerinden hareketle 2010-2019 döneminde Türkiye'nin imalat sanayi ihracatı Lawrence endeksi yapısal değişim düzeyi 0,1517 bulunmuştur. Bu bulgu Türkiye imalat sanayi ihracatının genelinde belirli ölçüde yapısal değişimin yaşandığına işaret etmektedir. Buna karşılık yine SITC üç haneli ihracat verilerinden hareketle imalat sanayiinin tek haneli temel sektörleri ve iki haneli alt sektörlerinin kendi içerisindeki yapısal değişim düzeylerinde belirgin farklılıklar saptanmaktadır. Tek haneli temel sektörlerde yapısal değişim düzeyi 0,1161 ile 0,3410 endeks değeri aralığında

değişmekte, en yüksek yapısal değişim 4: Hayvansal ve bitkisel yağlarda, görece en düşük yapısal değişim 0,1161 endeks değeriyle 7: Makinalar ve ulaştırma araçlarında görülmektedir. Üç haneli endüstrilerin ihracatında en yüksek yapısal değişim 0,5798 endeks değeriyle 52: İnorganik kimyasal ürünler, 0,3413 endeks değeriyle 43: İşlem görmüş hayvansal ve bitkisel yağlar ile 0,3034 endeks değeriyle 79: Diğer ulaştırma araçları ve aksamalarında görülmektedir. Buna karşılık, 0,0125 endeks değeriyle 42: Bitkisel yağlar, 0,0140 endeks değeriyle 62: Kauçuk ürünleri ve 0,0197 endeks değeriyle 82: Mobilya ve yatak takımları ihracat yapısı en az değişen endüstrilerden oluşmaktadır.

İmalat sanayii ihracatının sektörel kompozisyonun görece ağırlıklarında zamanla yaşanan bu değişimin dünya talebiyle uyumlu olup olmadığı hususunun belirlenebilmesi için bu çalışmada ikinci aşama olarak, üç haneli endüstri verilerine dayalı olarak imalat sanayii ihracatı genelinde faydalı yapısal değişim endeksi hesaplanmıştır. İmalat sanayii ihracatının geneli açısından faydalı değişim endeksi 0,05894 bulunmuştur. Endeks değerinin sınırlı düzeyde olmakla birlikte pozitif olması bu değişimin niteliğinin dünya talebinin gerektirdiği endüstri yapısına uyumlu yönde olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede, 2010-2019 döneminde 174 üç haneli endüstri içerisinde faydalı yapısal değişim sağlayan 106 endüstrinin 2019 yılı ihracatlarının imalat sanayi toplam ihracatında ki payının yüzde 59,1 olduğu tespit edilmiştir. Ancak bu endüstrilerin yapısal değişiminin faydalılık düzeyi de farklılık arz etmekte, birçok sektörde yüksek endeks değerleri sağlanmasına rağmen önemli bir bölümünde sıfırın biraz üzerinde değerler bulunmaktadır. İmalat sanayii endüstrileri içerisinde, ihracat miktarından bağımsız olarak faydalı yapısal değişim endeks değeri en yüksek endüstriler, beklenildiği gibi, dünya talebine uygun bir biçimde ağırlıklı olarak orta ve yüksek teknoloji ürünlerini içermektedir.

Bununla birlikte daha geniş kapsamlı olarak yapılan analizde imalat sanayi ihracatı içerisinde 1 milyar ABD Doları üzeri ağırlığı olan ve aynı zamanda faydalı yapısal değişim gösteren endüstriler tespit edilmiştir. Bu endüstriler tekstil, plastik-lastik, ana metal ve toprak sanayi ürünleri ile mobilyadan, daha geniş kapsamda otomotiv ürünleri olmak üzere ulaşım araçları, bazı elektronik ve makine imalat ürünleri ile mücevherat eşyasına yayılan farklı nitelikteki ürünlerden oluşmaktadır. Son olarak Türkiye imalat sanayii ihracatında 2010-2019 yılları arasında faydalı değişim gösteren tüm endüstriler faktör veya teknolojik yoğunlukları itibariyle tasnif edilmektedir. Bu endüstrilerin orta teknolojiler daha ağırlıkta olmak üzere, değer olarak yüzde 80 düzeyinde orta ve düşük teknolojilerden oluştuğu görülmektedir.

Türkiye'nin toplam ihracatında Lawrence endeki yapısal değişim düzeyinin REF-SEDEFED (2010)'da 1995-2008 döneminde yıllar itibariyle 0,08 ile 0,18 arasında değiştiği görülmektedir. Anastassakou (2015)'da Türkiye'nin imalat sanayii ihracatında Lawrence endeki yapısal değişim düzeyi 1994-1996 baz dönemine kıyasla 1996-2013 döneminde üçer yıllık dönemler itibariyle 0,048 ve 0,115 arasında değerler almaktadır. Aynı çalışmada Türkiye imalat sanayii faydalı yapısal değişim endeks değeri, ara dönemlerde daha yüksek değerler görülmekle birlikte, en son dönem olan 2012-2013 döneminde 0,015 bulunmuştur. Bu çalışmada ise 2000-2019 döneminde Türkiye imalat sanayii Lawrence endeksi yapısal değişim düzeyi 0,1517 ve faydalı yapısal değişim endeksi 0,05894 olarak saptanmıştır. Bu çerçevede Türkiye imalat sanayii ihracatı geneli bakımından bu çalışmanın bulgularının farklı dönemleri kapsamamasına rağmen literatürde aynı yöntemi kullanan çalışmalarla büyük ölçüde benzer olduğu görülmektedir. Faydalı yapısal değişim endeksi pozitif değerler almasına rağmen her iki endeks değerlerinin de sıfıra yakın olduğu tespit edilmektedir. Bu durum Türkiye imalat sanayii ihracatında dünya talebindeki değişime kısmen uyumlu ancak sınırlı bir yapısal değişim yaşandığına işaret etmektedir. Farklı dönemleri kapsayan çalışmalarda tespit edilen birbirine yakın endeks değerleri, bu değişimin hızında zamanla kayda değer bir farklılığın oluşmadığını yansıtmaktadır. Ayrıca bu çalışmada hiçbir sektörde Lawrence endeksi 1'e yakın çıkmamıştır. Bu bağlamda ihracatın sektörel ayrıntısında da belirgin bir yapısal değişimden söz etmek zordur.

Türkiye'nin imalat sanayii ihracatında dünya talebiyle uyumlu yapısal değişim göstermeyen ya da faydalı yapısal değişim düzeyi sınırlı olan endüstrilerin mal bazında daha ayrıntılı analizleri yapılarak uygun yatırım, pazar çeşitlendirmesi ve rekabet gücü politikalarının uygulanması yerinde olacaktır. Ayrıca imalat sanayii ihracatında yüksek teknoloji ürünlerin payının düşüklüğünün de etkisiyle, ihracatta faydalı yapısal değişim gösteren endüstriler içerisinde yüksek teknoloji ürünlerin ağırlığının da görece düşük olduğu görülmektedir. Ekonominin uzun dönem performansı açısından bilhassa bu

endüstrilerin uluslararası piyasalarda rekabet etme biçimine elverişli beşeri sermayeye yatırım ve ar-ge destekleri önemli görülmektedir.

Kaynakça

- Amable, B. (2000). International specialisation and growth. *Structural Change and Economic Dynamics*, 11, 413-431.
- Anastassakou, J.N. (2015). Restructuring trends in the manufacturing external trade. *Greek Economic Outlook*, 27, 72-85.
- Atış, A.G., Saygılı, F. ve Kaya, A.A. (2013) Türkiye'nin ihracat performansının belirleyenleri: Sabit pazar payı analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 42(Temmuz-Aralık), 41-66.
- Atiyas, İ. ve Bakış, O. (2015). Structural change and industrial policy in Turkey. *Emerging Markets Finance & Trade*, 51, 1209-1229.
- Aydın, F., Saygılı, H. ve Saygılı, M. (2007) Empirical analysis of structural change in Turkish exports. *Working Paper*, No: 07/08. The Central Bank of the Republic of Turkey (TCMB) Research and Monetary Policy Department.
- Aytemiz, S. (2011). Türkiye ihracatının sabit piyasa payı yöntemi ile analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, XIII(II), 181-201.
- Aytun, U. ve Kılıçaslan, Y. (2018). Sektör düzeyinde rekabet edebilirlik ve dünya talebine uyum: Türkiye ve seçili ülkeler için bir analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(1), 143-166.
- Bender, S. ve Li, K.-W. (2002). The changing trade and revealed comparative advantages of Asian and Latin American manufacture exports. *Center Discussion Paper*, No 843. Economic Growth Center, Yale University.
- Bensidoun, I., Gaulier, G. ve Ünal-Kesenci, D. (2001). The nature of specialization matters for growth: An empirical investigation. *CEPII Document de travail*. No. 13.
- Correspondence tables. (t.y.). United Nations Statistics Division. 20 Mart 2022 tarihinde <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ> adresinden erişildi.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2006). *2007 yılı programı*. 15 Eylül 2022 tarihinde <https://www.sbb.gov.tr/yillik-programlar/> adresinden erişildi.
- Erdil Şahin, B. (2019). Impact of high technology export on economic growth: an analysis on Turkey. *Journal of Business, Economics and Finance (JBEF)*, 8(3), 165-172.
- Fagerberg, J. ve Srholec, M. (2004). Structural changes in international trade: Cause, impact and response. *Revue économique*, 55(6), 1071-1097.
- Hatipağaoğlu, A.M (2017). Structural change in Turkey's foreign trade: 1990-2014 period. *World Journal of Applied Economics*, 3(2), 49-62.
- Hüseyini, İ. ve Çakmak, E. (2015). Sofistike ürün ihracatı ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye ve Güney Kore örneği. *Turkish Studies*, 51(31): 449 -464.
- Kalkınma Bakanlığı. (2011). *2012 yılı programı*. 15 Eylül 2022 tarihinde <https://www.sbb.gov.tr/yillik-programlar/> adresinden erişildi.
- Kaya, V. ve Hüseyini, İ. (2015). İhracatın sektörel yapısı ve ülkelere dağılımının ekonomik büyüme üzerine etkileri: Türkiye örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 749-773.
- Lall, S. (2000). The technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985-98. *Oxford Development Studies*, 28(3), 337-369.
- Memedovic, O. ve Iapadre, L. (2009). Industrial development and the dynamics of international specialization patterns. *Research and Statistics Branch Working Paper*, 23/2009. United Nations Industrial Development Organization.
- Murshed, S.M. ve Serino, L.A. (2011). The pattern of specialization and economic growth: The resource curse hypothesis revisited. *Structural Change and Economic Dynamics*, 22, 151-161.
- OECD (2011). ISIC Rev. 3 Technology intensity definition. 30 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf> adresinden erişildi.
- Özçelik, S. E. (2021). Dynamics of Turkey's export performance: A constant market share analysis. *Ekonomik Yaklaşım*, 32(118), 47-68.
- Plummer, T. ve Graff, M. (2001). Export specialization and economic growth. *Review of International Political Economy*, 8(4), 661-688.

- REF-SEDEFED. (2010). *Türkiye'nin dış ticarete rekabet gücü*. A. Filiztekin, S. Karaata (Haz). F. Kalemci (ed.). TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu (REF)-Sektörel Dernekler Federasyonu (SEDEFED).
- Saygılı, Ş., Cihan, C., Yalçın, C. ve Hamsici, T. (2010). Türkiye imalat sanayi ithalat yapısı. *Çalışma Tebliği*. 10/02. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Şeker, A. ve Özcan, S. (2019). Yüksek teknolojlili ürün ihracatı ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(3), 865-884.
- Taymaz, E., Voyvoda, E. ve Yılmaz, K. (2011). *Uluslararası üretim zincirlerinde dönüşüm ve Türkiye'nin konumu*, TÜSİAD-Koç Üniversitesi Ekonomik Araştırma Forumu.
- The World Bank. (2022). DataBank - World development indicators. 15 Ekim 2022 tarihinde <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> adresinden erişildi.
- TÜİK sınıflama sunucusu. (t.y.). Sınıflamalar - Dış ticaret sınıflamaları. 15 Mart 2022 tarihinde <https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaTurListeAction.do> adresinden erişildi.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2016). Dış ticaret istatistikleri, Aralık 2015. 25 Eylül 2022 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1> adresinden erişildi.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). Dış ticaret istatistikleri, Aralık 2019. 25 Eylül 2022 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1> adresinden erişildi.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). İstatistiksel tablolar. Ekonomik faaliyetlere (ISIC, Rev. 3) göre ihracat. 20 Mart 2022 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1> adresinden erişildi.
- UN Statistics Wiki. (2020). Technology intensiveness. Classification system - Grouped by technology-intensiveness. 20 Mart 2022 tarihinde <https://unstats.un.org/wiki/display/comtrade/Technology+Intensiveness> adresinden erişildi.
- UNCTADSTAT. (2022). Classifications - Standard international trade classification (SITC) revision 03. 08 Nisan 2022 tarihinde https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimSicRev3Products_Official_Hierarchy.pdf adresinden erişildi.
- United Nations. (2021). *Handbook on the least developed country category: Inclusion, graduation and special support measures*. (4th ed.). Committee for Development Policy and United Nations Department of Economic and Social Affairs.
- United Nations. (2022). *World economic situation and prospects 2022*. United Nations Department of Economic and Social Affairs.
- Vollrath, T.L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127/2, 265-280.
- World Integrated Trade Solution. (2022). Advanced query - Trade data (UN Comtrade) and trade outcomes indicators. 05 Mart 2022 tarihinde <http://wits.worldbank.org/WITS/WITS/Default-A.aspx?Page=Default> adresinden erişildi.
- Yıldız, Ü. (2017). BRICS ülkeleri ve Türkiye'de yüksek teknoloji ihracatı ve ekonomik büyüme ilişkisinin panel veri analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 53, 26-34.
- Yılmaz, B. ve Ergun, S.J. (2003). The foreign trade pattern and foreign trade specialization of candidates of the European Union. *Ezoneplus Working Paper*, No. 19. The Eastward Enlargement of the Eurozone Research Project.
- Yükseler, Z. ve Türkan, E. (2006). Türkiye'nin üretim ve dış ticaret yapısında dönüşüm: Küresel yönelimler ve yansımalar. *Ekonomik Araştırma Forumu Çalışma Raporları Serisi*. TÜSİAD-Koç Üniversitesi.
- Zaghini, G. (2003). Trade advantages and specialisation dynamics in acceding countries. *European Central Bank Working Paper Series*, No.249.
- Zaman, G., Vasile, V. (2012). Comparative advantage metrics of Romania's exports in the Period 2007-2010. *Romanian Journal of Economics*, 1(43), 5-23.

Etik kurul onayı

Bu çalışma deney, anket, ölçek, görüşme, gözlem, odak grup çalışması gibi nicel ya da nitel yöntemlerle veri toplamayı gerektiren hususları içermemesi sebebi ile etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yerli üretim algısının algılanan marka değerine ve satın alma niyetine etkisi: Türk menşeli beyaz eşya markaları üzerine bir araştırma*
The effect of domestic production perception on perceived brand value and purchase intention: A study on Turkish origin white goods brands

Gönderim Tarihi / Received: 21.10.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 12.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1192946](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1192946)

Yusuf BİLGİN**1

Tuğba PABUÇCU²

ÖZ: Bu araştırmanın amacı, tüketici etnosentrizmi perspektifinden tüketicilerin yerli üretim algılarının algılanan marka değerine ve satın alma niyetine etkisini incelemektir. Buna ek olarak, araştırmada algılanan marka değerinin tüketicilerin satın alma niyetine etkisini incelemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın evrenini, Türk menşeli beyaz eşya markalarını Facebook ve Instagram sosyal medya iletişim platformlarında takip eden tüketiciler oluşturmaktadır. Çevrimiçi anketler yoluyla 615 katılımcıdan elde edilen veriler, Yapısal Eşitlik Modellemesi (AMOS 24.0) kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, tüketicilerin beyaz eşya markalarına ilişkin yerli üretim algılarının satın alma niyetlerini pozitif etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, tüketicilerin Türk menşeli beyaz eşya markalarına ilişkin yerli üretim algılarının algılanan marka değeri bileşenlerinin tüm boyutları üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Dahası, Türk menşeli beyaz eşya markalarına ilişkin marka farkındalığının ve marka sadakatinin tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bunun aksine Türk menşeli beyaz eşya markalarına ilişkin çağrışımların ve algılanan kalitenin tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerli üretim, Marka değeri, Satın alma niyeti, Beyaz eşya sektörü

ABSTRACT: This research aims to examine the effect of consumers' perceptions of domestic production on perceived brand value and purchase intention from the perspective of consumer ethnocentrism. In addition, it is aimed to investigate the effect of perceived brand value on consumers' purchase intention. The research population consists of consumers who follow Turkish-origin white goods brands on Facebook and Instagram social media communication platforms. Data gathered from 615 participants through online surveys were analysed using Structural Equation Modelling (AMOS 24.0). As a result of the research, it was determined that the domestic production perceptions of consumers regarding white goods brands positively affect their purchasing intentions. In addition, it has been revealed that consumers' perceptions of domestic production of Turkish-origin white goods brands have a positive effect on all dimensions of perceived brand value components. Moreover, the results showed that brand awareness and brand loyalty of Turkish-origin white goods brands have a significant effect on consumers' purchasing intentions. On the contrary, it has been determined that the associations and perceived quality of white goods brands of Turkish origin do not have a significant effect on consumers' purchasing intentions.

Keywords: Domestic production, Brand value, Purchase intention, White goods industry

*Bu çalışma, Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Tuğba Pabuçcu tarafından tamamlanan "Yerli üretim algısı ve milli marka duyarlılığının algılanan marka değeri ve satın alma niyetine etkisi" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Doç. Dr., Bayburt Üniversitesi, İİBF/İşletme Bölümü, yusufbilgin@bayburt.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0656-2031>

² Yüksek Lisans Mezunu, Bayburt Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ İşletme Anabilim Dalı, tbpb@hotmai.com, <https://orcid.org/0000-0002-2421-9686>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

In the last decade, Turkey's political and economic conditions necessitate increasing domestic production to reduce the current account deficit, increase employment, and give more importance to the preference of household products for financial sustainability. In this direction, a domestic production logo was developed by the Ministry of Commerce in Turkey in 2018, and national and international brands producing in Turkey were given the right to use this logo. Thus, brands have started using domestic production logos on their packaging and marketing communication activities to convey to consumers that they are produced in Turkey (Dönmez, 2020). This research aims to examine the effect of consumers' perceptions of domestic production on perceived brand value and purchase intention from the perspective of consumer ethnocentrism, specific to Turkish-origin brands operating in the white goods sector in Turkey. In addition, it is aimed to investigate the effect of perceived brand value on consumers' purchase intention.

In today's competitive markets, most consumers consider the product's symbolic and functional benefits as well as the ethnocentric tendencies in their purchasing actions (Lim and O'Casey, 2001). In this respect, brand value, which expresses the marks, originality, and quality of a product in the consumer's mind, is critical in consumer preferences (Keller, 1993). Parlak (2016:55) revealed that brand equity affects consumers' ethnocentric tendencies and attitudes toward imported products. Kılıç et al. (2021) evaluated the factors affecting consumers' choice of purchasing domestic agricultural products regarding demographic characteristics. There are findings in the literature that awareness of domestic production affects consumers' purchase intention (Dal and Korkmaz, 2019; Özbek et al., 2020). In addition, research results show that brand equity affects both ethnocentric tendencies and the purchase intentions of consumers (Parlak, 2016; Dağlı and Kurtuluş, 2017; Vo et al., 2022).

Methodology

In this research, the quantitative method was used. The population of this research includes users who actively follow Turkish-origin white goods brands on Facebook and Instagram. The Turkish white goods brands followed by social media users and included in the research are as follows; Arçelik, Vestel, Beko, Profilo, Altus, Ferre, Regal, Simfer, Kumtel, and Uğur. The fact that the research subject is related to domestic production that is, consumer ethnocentrism, has been decisive in limiting the research population to consumers following these brands on social media. Research data were obtained from 615 consumers who actively follow white goods companies on Facebook and Instagram, using an online survey via direct message. In the data analysis, 18.0 package programs were used for SPSS and AMOS 24.0 for advanced analysis.

Findings and discussion

Research results show that consumers' perceptions of domestic production have a strong positive effect on their purchase intentions. In addition, it has been determined that consumers' perceptions of domestic production have a significant effect on all dimensions of perceived brand equity. These findings support the research findings that consumers with high ethnocentric tendencies prefer domestically produced products (Balabanis and Diamantopoulos, 2004; Dal and Korkmaz, 2019). In addition, results revealed in the research that consumers' perceptions of domestic production strongly affect the dimensions of perceived brand value. The brand equity component most strongly influenced by the perception of the domestic output is brand associations. This component is followed by perceived quality, brand awareness, and brand loyalty. It is expected that consumers with high ethnocentric tendencies have high brand associations and awareness regarding domestically produced products. In addition, research findings indicate that consumers with high ethnocentric tendencies tend to see domestic products and brands as superior to imported products and brands (Balabanis et al., 2001; Sun et al., 2021) and it coincides with the research findings that they prefer domestic products and brands to contribute to the country's economy (Tseng and Balabanis, 2011).

In addition, as a result of the research, it has been determined that brand awareness positively affects consumers' purchase intention, especially for white goods brands of Turkish origin. In addition, it has

been determined that brand loyalty significantly affects consumers' purchase intentions. On the other hand, it has been determined that brand associations and perceived quality, the components of perceived brand value, do not significantly affect consumers' purchase intentions. Finally, the mediating role of brand equity components in the effect of domestic production perception on consumers' purchase intentions, brand awareness, and brand loyalty, which are brand equity components, have been found to have a significant mediating role. This result confirms the moderator role of brand equity in the effect of consumers' ethnocentric tendencies on purchase intentions obtained by Kalim et al. (2022). On the contrary, brand associations and perceived quality components show that domestic production perception does not have a mediating role in the effect of consumers' purchase intentions.

Results and recommendations

This study determined that the perception of domestic production positively affects consumers' perceived brand value and purchase intention. However, there are some limitations in the generalizability of the results of this study. First, international white goods brands produced in Turkey using the domestic production logo were excluded from the research. Consumers' ethnocentric tendencies may differ according to countries' time and economic and political conditions. In this regard, in future studies, consumer ethnocentrism can be examined through intergenerational comparisons. Moreover, with high ethnocentric trends, comparative analyses of purchase intention can be made between national and international brands to reveal the effect of perceived brand value on consumers' purchase intention.

Giriş

Yerli üretim ve yerli ürünlerin tüketiminin teşviki büyük buhrandan beri cari açığı kapatmak isteyen ülkelerin ekonomi politikalarında öncelikli olarak yer bulmaktadır. Ancak 20. yüzyılın son çeyreğinde yükselişe geçen küreselleşme dalgasıyla birlikte ülkeler arasında gümrük duvarları neredeyse tamamen ortadan kalkmış ve tüketiciler için birçok mal ve hizmet rahatlıkla erişebilir hale gelmiştir. Dahası, küresel markalar arasındaki rekabetin ürün fiyatlarını düşürmesi ve uluslararası işletmelerin üretim maliyetlerini azaltmak veya tedarik ağını daha etkin yönetmek için yaptığı yatırımlar, tüketicilerin satın aldıkları ürünlerin üretiminin nerede gerçekleştiğini sorgulamadığı bir sürece dönüşmüştür (Gür, 2020). Ancak Covid 19 pandemisinde uluslararası ticarete getirilen kısıtlamalar ve Rusya-Ukrayna savaşının başlamasıyla gıda ve enerji başta olmak üzere ürün tedarikinde yaşanan sorunlar küresel ölçekte ülkeler için üretimde dışa bağımlılığın taşıdığı riskleri açık bir şekilde göstermiştir. Bu süreçte gelişmiş ülkelerin sadece kendi vatandaşlarını korumaya dönük bir refleksle hareket etmeleri ve rakip gördükleri ülkeleri zayıflatmaya yönelik eylemleri diğer ülkeler için yerli üretimin önemini artırmıştır. Üretimde dışa bağımlılığın ortaya çıkardığı tehditler özellikle gelişmekte olan ülkelerde hem kaynak hem de ürün bağımlılığını azaltma refleksi ortaya çıkarmış ve bu ülkelerde yerli üretimin teşvik edilmesi gerçeğini gün yüzüne çıkarmıştır.

Benzer olarak, son on yılda Türkiye'nin içerisinde bulunduğu politik ve ekonomik koşullar istihdamı artırmak ve cari açığı azaltmak için yerli üretimin artırılmasını ve ekonomik sürdürülebilirlik için yerli ürünlerin tercih edilmesine daha fazla dikkat çekilmesini gerekli kılmaktadır. Bu doğrultuda, Türkiye'de Ticaret Bakanlığı tarafından 2018'de yerli üretim logosu geliştirilmiş ve Türkiye'de üretim yapan ulusal ve uluslararası markalara bu logoyu kullanma hakkı verilmiştir. Böylece markalar ambalajlarında ve pazarlama iletişim faaliyetlerinde yerli üretim logosunu hedef pazarlarında yer alan tüketicilere Türkiye'de üretildiklerini aktarabilmek için kullanmaya başlamışlardır (Dönmez, 2020). Dahası, Vestel (gururla yerli) ve Lay's (bizim toprağımızın bizim çiftçimizin) gibi birçok marka reklamlarında ve sloganlarında yerli üretime vurgu yaparak tüketiciler tarafından tercih edilebilir olma çabası içerisine girmiştir. Tüketicilerin yerli üretim olan ürünleri tercih etmeleri bu ürünleri yabancı ürünlere karşı üstün görme eğiliminden ya da yerli üretim ürünleri satın almanın ülkeye olan ekonomik faydalarını gözetmelerinden kaynaklanabilir (Balabanis vd., 2001). Tüketicilerin ürün tercihlerinde vatanseverlik ve milliyetçilik duygularına dayanan etnosentrik eğilimlerini hedef alan bu pazarlama eylemlerinin başarısına ilişkin araştırma bulguları vardır (de Ruyter ve van Birgelen, 1998; Evanschitzky vd., 2008).

Ancak günümüz rekabetçi piyasalarında tüketicilerin büyük bir kısmı satın alma eylemlerinde etnosentrik eğilimlerin yanı sıra o ürünün sembolik ve fonksiyonel faydalarını da göz önünde bulundurmaktadır (Lim ve O'Cass, 2001). Bu bakımdan, bir ürünün tüketici zihninde bıraktığı işaretleri, özgünlüğü ve kaliteyi ifade eden marka değeri tüketici tercihlerinde kritik bir öneme sahiptir (Keller, 1993). Parlak (2016:55) marka değerinin tüketicilerin etnosentrik eğilimleri ve yabancı ürünlere yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi etkilediğini belirlemiştir. Kılıç ve diğerleri (2021) tüketicilerin tarım ürünlerine yönelik tutumlarını yerli üretim bağlamında demografik özellikleri açısından değerlendirmişlerdir. Literatürde yerli üretim konusunda farkındalığın tüketicilerin satın alma niyetini etkilediğine ilişkin bulgular vardır (Dal ve Korkmaz, 2019; Özbek vd., 2020). Buna ek olarak, marka değerinin tüketicilerin hem entrosentrik eğilimlerini hem de satın alma niyetlerini etkilediğine ilişkin araştırma sonuçları mevcuttur (Parlak, 2016; Dağlı ve Kurtuluş, 2017; Vo vd., 2022). Bu araştırma, tüketicilerin yerli üretim ürünlere ilişkin algılarının satın alma niyetine etkisinde algılanan marka değerinin oynadığı rolü ortaya koymasından özgündür.

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de Türk menşeli beyaz eşya markaları özelinde yerli üretim algısının tüketicilerin algıladıkları marka değerine ve satın alma niyetine etkisini incelemektir. Dahası, bu çalışmada algılanan marka değerinin tüketicilerin satın alma niyetine etkisini ortaya koymak hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, araştırmanın kavramsal çerçevesi tüketici etnosentrizmi kapsamında yerli üretim algısı, algılanan marka değeri ve satın alma niyeti üzerine inşa edilmiştir. Ardından araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkiler ele alınmış ve araştırma hipotezleri temellendirilmiştir. Yöntem bölümünde araştırmanın modeline ve metodolojisine yer verilmiştir. Ardından veri analizi sonucunda elde edilen bulgular açıklanmış, ulaşılan sonuçlar tartışılmış ve ileride yapılabilecek çalışmalara ilişkin önerilere değinilmiştir.

Literatür taraması

Yerli üretim algısı

Bir ülke için yerli üretim, bir ürünün o ülkede sınırları içerisinde üretilmesini ifade etmektedir. Bal (2019: 43) yerli üretimi, bir ürünün finansal kaynağına ya da menşesine bakılmaksızın üretildiği ve katma değer sağladığı ülke şeklinde ifade etmiştir. Üretimi yerli olan ürünlerin tüketiciler tarafından tercih edilmesi bir ülkede istihdamın artırılması, yoksulluğun azaltılması, vergilendirme ve harçların ekonomiye katkı sağlaması, uluslararası marka geliştirme ve küresel ekonomik ve siyasi çalkantılardan daha az etkilenme gibi açılardan önemlidir (Kaymakçı, 2015). Dolayısıyla üretimin yerliliği, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyüme ve kalkınmanın devamlılığı için öncelik verilen alanların başında gelmektedir. Gelişmekte olan ekonomilerde tüketiciler tarafından tercih edilen üretimi yerli her bir ürün ülkede dış borç yükünün, yoksulluk ve işsizliğin azaltılmasına üretim kapasitesinin, kaynak ve bilgi birikiminin artırılmasına katkı sağlamaktadır. Bu bakımdan ülkeler için tüketicilerin yerli üretim ürünleri tercih etmelerinin ülkeye sağladığı faydaları aktarmak, onları yerli üretim ürünleri satın almak için teşvik etmek ve onların yerli ürünlere ilişkin algılarını yönetmek önemlidir.

Tüketicilerin vatanseverlik ve milliyetçilik duygularından hareketle üretimi yerli olan ürünlere ya da bir ülkeye ait markalara yönelik eğilimleri tüketici etnosentrizmi olarak ifade edilmektedir. Tüketici etnosentrizminin kökenleri Sumner tarafından 1906 yılında yayınlanan çalışmaya dayandırılmakla birlikte pazarlama alanında öncü çalışma, Shimp ve Sharma (1987) tarafından ABD’de tüketicilerin ithal arabaları kullanmalarının ne düzeyde etik olduğu üzerine yapılmıştır. Shimp ve Sharma (1987) ABD’de etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin işsizliğe yol açtığı ve ülke ekonomisine zarar verdiği düşüncesiyle ithal arabaların satın alınmasına karşı çıktıklarını belirlemiştir. Ha (1998: 10) tüketici etnosentrizminin ürün özelliklerine göre farklılık gösterdiğini ve bir ülkenin ekonomik refahına karşı tehdidin varlığı durumunda ortaya çıktığını belirtmiştir. Etnosentrizm eğilimi olan tüketiciler yalnızca yerli üretim olan ürünleri tercih etmenin ötesinde yabancı menşeli ürünlere ön yargıyla yaklaşmaktadırlar (Gašević vd., 2017). Veljkovic (2009) etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin devletin müdahalesi veya teşviki olmadan da bu şekilde hareket edebildiklerini ifade etmiştir. Dahası, etnosentrik eğilimi olan tüketiciler yerli üretim bir ürüne daha fazla miktarda ödeme yapmaya gönüllü olabilirler (Bešlagić, 2015). Bu tüketiciler bu şekilde davranarak ülkelerindeki ekonomik döngüye ve dolayısıyla ülkenin hem ekonomik hem de sosyal kalkınmasına katkı sağlamayı hedeflemektedirler (Gašević vd., 2017).

Literatürde tüketici etnosentrizmi yerli üretim algısından ziyade menşei ülke imajı ve tüketicilerin bu imaj karşısında etnosentrik davranışları açısından ele alınmaktadır (Zhou vd., 2010). Yerli üretim algısı noktasında yapılan sınırlı sayıda çalışmada ise tüketicilerin yerli üretim ürünlere yönelik algıları ülkelerin gelişmişlik düzeyleri açısından değerlendirilmektedir (Balıkçoğlu vd., 2019). Etnosentrik açıdan bakıldığında bu durum tüketicilerin kendileri için tanımladıkları kimliğin ya da konumun diğer kimlik ve konumdaki topluluklardan üstün olduğu algısına dayanmaktadır. Balabanis ve diğerleri (2001) Çekya ve Türkiye’de yapmış oldukları çalışmada tüketici etnosentrizminin Çekya’da milliyetçilikten Türkiye’de ise milliyetçilikten ziyade vatanseverlikten beslendiğini belirlemiştir. Yapraklı ve Keser (2013) Erzurum ilinde tüketicilerin etnosentrizm eğilimlerinin beyaz eşya ve içecek sektörlerine farklılaştığını belirlemiştir. Benzer olarak, Arı ve Madran (2011) tüketicilerin etnosentrik eğilimlerinin gıda ve küçük ev aletlerine göre farklılaştığını tespit etmişlerdir. Literatürde, genel anlamda etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin yerli üretim ürünlere karşı olumlu bir davranış sergiledikleri (Han ve Guo, 2018), ithal ürünlere karşı tepkilerinin ise olumsuz olduğuna ilişkin bulgular bulunmaktadır (Han ve Won, 2018).

Marka değeri

Marka değeri, 20.yy’ın son çeyreğinde küreselleşmenin etkisiyle ürün niteliklerinin benzeştiği, işletmelerin farklılık yaratmada sorunlar yaşadığı ve rekabetin şiddetlendiği bir ortamda, tüketici ve marka arasındaki ilişkiyi tanımlamaya yönelik eylemlerin neticesinde ortaya çıkmıştır (Wood, 2000; Eagle vd., 2003). Farquhar (1989) soyut bir kavram olarak nitelendirdiği marka değerini, herhangi bir mal ya da hizmete marka vasıtasıyla eklenen değer şeklinde ifade etmiştir. Aaker (1991: 26) marka değerini bir işletmenin müşterilerine sunduğu ürün ya da hizmetin değerine eklenen (ya da bundan çıkarılan) marka adı ya da sembolüyle ilişkili bir varlık ve yükümlülük şeklinde ifade etmiştir. Keller’e

göre (1993) marka değeri, bir markanın pazarlanması sürecinde marka bilgisinin tüketici davranışı üzerinde yarattığı farklılaştırıcı etkidir. Yoo ve Donthu (2001) marka değerini, eşit düzeyde pazarlama uyarılarına ve eşit özelliklere sahip markalı ve markasız iki ürüne tüketicilerin verdiği farklı tepkiler olarak ifade etmiştir. Marka değeri, bir markanın tüketicilerine sunduğu mal ve hizmetlere ilişkin algılarını, tercihlerini ve davranışlarını tüm yönleriyle etkilemektedir (Ailawadi vd., 1999). Bir markanın daha değerli olup olmadığının ölçütü, tüketicilerin aynı pazarlama karması unsurlarına sahip diğer işletmeler karşısında o markaya daha fazla olumlu tepki vermeleridir (Keller, 1993).

Literatürde marka değerini tüketici temelli ölçen iki model genel olarak kabul görmektedir. Bunlardan birisi, marka değerini tüketici temelli ele alan, marka farkındalığı ve marka imajının bileşiminden oluşan müşteri bilgisine dayandırarak açıklayan Keller modelidir. Keller (1993) tüketici temelli marka değerinin, bir markanın pozitif, güçlü ve benzersiz yönlerini vurgulayan çağrışımların tüketici zihninde yer edinmesi ve tüketicinin markaya aşına olmasıyla ortaya çıktığını belirtmiştir. Diğer, Aaker tarafından ortaya konulan marka değeri piramidi modelidir. Aaker (1991) bir markanın değerini belirleyen dört boyut tanımlamıştır. Bunlar; marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite, marka sadakati ve patentler, kanal ilişkileri ve ticari markalar gibi diğer tescilli varlıklardır. Bu marka değeri modelleri daha sonra yapılan araştırmalarda farklı endüstrilerde çeşitli bağlamlarda test edilmiştir (C. F. Chen ve Chang, 2008; Zarantonello ve Schmitt, 2015; Garanti ve Kissi, 2019). Bu bileşenler, marka değerinin algısal ve davranışsal boyutlarını birleştirdiğinden literatürde genel anlamda marka değeri bileşenleri olarak kabul görmektedir (Sanyal ve Datta, 2011; Sasmita ve Suki, 2015).

Marka farkındalığı, tüketicilerin bir markaya ilişkin herhangi bir emareyle karşılaştıklarında deneyimleri vasıtasıyla o markayı kolaylıkla tanımaları ve hatırlamaları ile ilgilidir (Keller, 1993). Yani marka farkındalığı, “potansiyel bir alıcının, bir markanın belirli bir ürün kategorisinin üyesi olduğunu tanıma veya hatırlama düzeyini” yansıtmaktadır (Aaker, 1991: 68). Marka farkındalığı, bir markanın tüketici zihninde aynı ürün kategorisinde yer alan diğer markalardan farklılaşmasını sağlamaktır (Rubio vd., 2014). Bu kapsamda, marka farkındalığı; yüksek kalite, güven, kalite-fiyat algısı, geleneksel tarz gibi kavramlarla ilişkilendirilmektedir (Kapferer, 2008: 21). Marka çağrışımları ise tüketicilerin zihinlerinde marka ile bağlantı kurmalarını sağlayan şeyleri ifade etmektedir (Aaker, 1997). Marka değerinin algısal bir bileşeni olan marka çağrışımları marka farkındalığı ile güçlü bir ilişkiye sahiptir (Foroudi vd., 2018). Marka çağrışımları, pazarlamacılar tarafından markayı farklılaştırmak, konumlandırmak, markaya karşı pozitif tutum ve duygular yaratmak ve markanın faydalarını önermek için kullanılırken tüketiciler tarafından zihindeki bilgileri düzenlemek ve satın alma kararı vermeye yardımcı olmak için kullanılmaktadır (Low ve Lamb, 2000). Keller (1998: 16) marka çağrışımlarının nitelikler, yararlar ve tutumlardan oluştuğunu belirtmiştir. Marka çağrışımları, tüketicilerin bir markanın tüketimine dayalı bireysel tecrübelerin ya da diğer bireylerden ağızdan ağıza iletişimler yoluyla elde ettikleri deneyimlerin etkisiyle oluşmaktadır. Önen (2018) marka çağrışımlarının bir markanın ismi duyulduğunda tüketicinin aklına gelen müzik, tip, renk, şekil ve benzeşmezlik gibi markayı diğer markalardan farklı kılan olgulardan oluştuğunu ifade etmiştir.

Algılanan kalite, tüketicinin bir ürün hakkındaki yargısı olarak nitelendirilebilir. Zeithaml’a göre (1988) bu yargı, genel anlamda ürünün mükemmelliğini veya benzer ürünlere kıyasla üstünlüğünü ifade etmektedir. Algılanan kalite, tüketicileri ürünün kalitesi hakkında karar vermeye yönlendiren ürün özelliklerinin işlenmesinden elde edilen sürekli bir sonuç olarak adlandırılabilir (Grönroos, 2001). Algılanan kalite, bir ürünün nesnel özelliklerinin ötesinde tüketicilerin zihninde var olan öznel bir kavramdır (Anselmsson vd., 2007). Tüketicilerin kaliteli olarak algıladıkları bir mal ya da hizmet her zaman ona ilişkin tüketici memnuniyetine katkıda bulunmaktadır (Zeithaml, 1994). Algılanan kalite, tüketicilerin bir ürün ya da hizmete ilişkin reaksiyonlarını değerlendirmede kullanılan önemli bir değişkendir (Sanyal ve Datta, 2011). Marka sadakati ise (Oliver, 1999) tarafından durumsal etkilere ve değiştirme davranışına neden olma potansiyeline sahip pazarlama çabalarına rağmen bir tüketicinin tercih ettiği bir ürünü ileride düzenli bir şekilde yeniden tercih etmesi veya satın almayı taahhüt etmesi olarak tanımlanmaktadır. Aaker (1991) sadakati, marka değerinin birincil boyutu olarak ifade etmiş ve “müşterinin markaya olan bağlılığı” şeklinde tanımlamıştır. Bunun aksine Keller (1993) marka sadakatinin marka değerinin bir sonucu olarak ortaya çıktığını ve tüketicileri tekrar satın alma için motive ettiğini belirtmiştir. Literatürde, marka sadakatine ilişkin tanımlamalarda sıklıkla sadakatin

davranışsal ve tutumsal bileşenlerin entegrasyonu olduğu vurgulanmaktadır. Tutumsal sadakat, tüketicilerin ağızdan ağıza iletişim yoluyla markayı değerlerine tavsiye etmesi ve onları markayı tercih etmeye teşvik etmesini içermektedir (Baldinger ve Rubinson, 1996). Davranışsal sadakat ise bir tüketicinin tercih ettiği bir ürün veya hizmeti zaman içinde yeniden satın alması veya yeniden satın almak için davranışsal tepkisini ifade etmektedir (Sirdeshmukh vd., 2002). Bununla birlikte, sadakatin tekrar satın almanın ötesinde çok yönlü bir muhtevasının olduğu yaygın bir şekilde kabul edilmektedir (Anselmsson vd., 2007).

Satın alma niyeti

Tüketicilerin bir mal ya da hizmeti tercihlerine ilişkin davranışlarının en belirgin göstergesi satın alma niyetidir (Verma, 2021). Tüketicilerin eylemleri genel olarak niyetleri aracılığıyla tahmin edilmektedir (Hsu vd., 2017). Dolayısıyla satın alma niyeti, tüketicilerin ürüne olan ilgilerinin ve ürünü satın alma olasılıklarının karışımı olarak nitelendirilebilir (Majeed vd., 2021). Lim ve O’Cass (2001) satın alma niyetinin bir tüketicinin bir ürün veya markayı satın alma olasılığını yansıttığını ve bu olasılığın tüketici ihtiyaçları doğrultusunda tüketicinin zihninde ürün ve markaya ilişkin algının etkisiyle şekillendiğini belirtmiştir. Lee ve diğerleri (2017) satın alma niyetinin, tüketicinin satın alma isteğinin gücünü belirlediğini ifade etmiştir. Literatürde satın alma niyetinin, tüketicilerin gerçek davranışlarıyla ilgili olduğuna ilişkin bir kanaat vardır (Chen ve Chang, 2008). Bu çalışmada satın alma niyeti tüketicilerin yerli üretim algılarının ve marka değerinden etkilenen nihai bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

Hipotezlerin geliştirilmesi

Yerli üretim algısı ve satın alma niyeti

Bir pazarda tüketicilere sunulan üretimi yerli mal ve hizmetlerin yanı sıra benzer ihtiyacı karşılayan ithal ürünlerin varlığı tüketiciler için alternatif oluşturma noktasında önemlidir (Ünal, 2011: 13). Tüketiciler, mevcut piyasada istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için kendilerine sunulan ürünleri karşılaştırmakta ve kendilerine maksimum faydayı sağlayacağını düşündükleri mal ve hizmetleri satın almaktadırlar. Tüketiciler çoğu zaman tercih ettikleri bir mal ve hizmetin yalnızca fonksiyonel ya da deneyimsel faydalarını değil sosyal kabul görmeyi ve kişisel görüşlerini ifade etmeyi sağlayan sembolik faydayı da göz önünde bulundurmaktadır. Entrosentrik eğilimler açısından ele alındığında, vatansever duygularla hareket eden tüketiciler yerli üretim ürünleri tercih etmekten gurur duymakta veya yabancı menşeli ürünleri satın almayı ahlaki bulmamaktadırlar (Shimp ve Sharma, 1987). Dahası, etnosentrizm düzeyi yüksek tüketiciler ülke ekonomisine zarar verdiğinden ve istihdam kaybına neden olduğundan yerli üretim olmayan ürünlerin satın alınmasını açıkça vatansever olmayan bir davranış olarak nitelendirmekte ve yanlış kabul etmektedirler (Sharma, 2011).

Araştırma bulguları, tüketicilerin etnosentrik eğilimleri bağlamında yerli üretim algılarının satın alma niyetleri üzerindeki etkisinin ürün kategorilerine göre farklılaştığını göstermektedir. Balabanis ve Diamantopoulos (2004) İngiliz tüketicilerin yerli üretim algılarının satın alma niyetlerini etkilediğini ancak bu etkinin ürün kategorilerine göre farklılaştığını belirlemiştir. Benzer bir bulgu, Arı ve Madran (2011) tarafından Türkiye’de gıda grubundaki ürünler ve küçük ev aletleri grubundaki ürünler için elde edilmiştir. Yüce ve Kavak (2018) tüketicilerin yerli üretim algısının ilaç ve otomobil ürünlerinde satın alma niyetini etkilemediğini bunun aksine yiyecek, mobilya ve kozmetik ürünlerinde etkilediğini ortaya koymuştur. Toksarı ve Senir (2015) üretim ülkesi ve satın alma kararı ilişkisinde giyim, teknoloji ve kişisel bakım ürünleri üzerine yapmış oldukları çalışmada, tüketicilerin ürün kalitesini üretim yerinden ve fiyatından daha fazla önemsediklerini fakat benzer kaliteye sahip ürünlerle karşılaştıklarında yerli üretim olan ürünleri tercih ettiklerini belirlemiştir. Dönmez (2020) yerli üretim logosunun temizlik ve içecek ürünlerinde tüketicilerin satın alma eğilimlerinde anlamlı bir etki oluşturduğunu belirlemiştir. Dal ve Korkmaz (2019) Antalya ilinde yapmış oldukları çalışmada tüketicilerin üretimi yerli ürünleri satın alma niyetlerinin entrosentrik eğilimlerinden güçlü bir şekilde etkilendiğini belirlemiştir. Bu kapsamda, önerilen araştırma hipotezi şu şekildedir:

H1: Yerli üretim algısı tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Yerli üretim algısı ve marka değeri

Hampson ve diğerleri (2018) bir toplumda algılanan ekonomik refahın azalması ile yerli üretim ürünlerin tercih edilmesi arasında teorik bir boşluğun bulunduğunu ve tüketicilerin tercihlerinde bu boşluğun marka değerinin etkisiyle oluştuğunu dile getirmiştir. Marka değeri, tüketiciler için bir ürün veya hizmete değer katan, onu benzerlerinden ayıran, üstün kılan ve markayı onun zihninde savunulabilir rekabetçi bir konuma yerleştiren etkili bir unsurdur (Delgado-Ballester ve Munuera-Alemán, 2005). Keller'e göre (1993) marka değeri, tüketicileri ürün tercihlerinde psikolojik olarak motive etmekte ve markaya daha olumlu tepkiler vermelerini sağlamaktadır. Literatürde tüketicilerin marka değeri algıları etnosentrik açıdan genel olarak mal ya da hizmetin üretildiği yerden ziyade markanın hangi ülkeye ait olduğu ve tüketicilerin menşei ülkeye göre marka değerini nasıl algıladıkları üzerinde yoğunlaşmaktadır (Ashill ve Sinha, 2004; Pappu vd., 2006; Chen vd., 2011).

Etnosentrik eğilimi yüksek tüketiciler yerli üretim ürünleri ithal ürünlerden daha üstün görme (Balabanis vd., 2001) ve satın alma eylemlerinde bu ürünleri tercih etmenin ülke ekonomisine katkı sağlayacağı anlayışına sahiptirler (Cramton ve Hinds, 2004). Bu bakımdan etnosentrik eğilimi yüksek tüketiciler, istek ve ihtiyaçlarını karşılama potansiyeline sahip yerli üretim mal ve hizmetlerin daha fazla farkındadırlar ve onlar hakkında daha fazla araştırma yapmaktadırlar (Aydoğan, 2019). Tavukcu (2019: 5) yerli üretim logosunun tüketicilerin yerli üretime ilişkin farkındalık düzeyini pozitif etkilediğini ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra, bu tüketiciler yerli üretim ürünlere ilişkin işaretleri kolayca algılayabilir ve marka çağrışımları onların zihinlerine kolayca yerleşebilir (Ponbamrungwong ve Chandsawang, 2009:24). Dahası etnosentrik eğilimi yüksek tüketiciler yerli üretim ürünlere işlevselliğinin ötesinde sembolik olarak daha fazla değer atfettiklerinden (Wang ve Chen, 2004) bu tüketiciler, yerli üretim ürünleri tercih etme noktasında daha istekli ve kararlı olabilirler. Dolayısıyla etnosentrik eğiliminin düzeyi tüketicilerin yerli üretim ürünlere bağımlılık düzeyini pozitif etkileyebilir. Literatürde yerli üretim algısının marka değeri üzerindeki etkisi konuyla ilgili birçok çalışmada markanın menşei olan ülke üzerinden incelenmektedir (Siamagka, 2015; Fischer ve Zeugner-Roth, 2017). Johansson ve diğerleri (1985) tüketicilerin ürünle ilgili bilgilerin kısıtlı ve yetersiz olması durumunda menşe ülkeyi referans olarak kabul ettiklerini belirlemişlerdir. Roth ve Diamantopoulos (2009) ve Tseng ve Balabanis (2011) yerli üretim ürünlerin marka değerine ilişkin algılarının ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre pozitif değiştiğini tespit etmişlerdir. Sun ve diğerleri (2021) tüketici etnosentrizminin tüketicilerin algıladıkları marka değeri üzerinde anlamlı ve pozitif bir etki oluşturduğunu belirlemiştir. Bu doğrultuda, önerilen araştırma hipotezleri şu şekildedir:

H2a,b,c,d: Yerli üretim algısı a) marka farkındalığını, b) marka çağrışımlarını, c) algılanan kaliteyi, d) marka sadakatini pozitif bir etkilemektedir.

Marka değeri ve satın alma niyeti

Ürün ya da markalar hakkında tüketicilerin sahip olduğu bilgi veya deneyimler, o ürün ve markaların tercih edilmesine ilişkin kararlara temel teşkil etmektedir (Rungsisawat ve Sirinapatpokin, 2019). Birçok tüketici istek ve ihtiyaçlarını giderecek ürünlere ilişkin satın alma eylemini yalnızca bildiği ve aşına olduğu ya da köklü markalardan yapma eğilimindedir (Keller, 1993). Tüketiciler arasında daha iyi bilinen markaların tüketicilerin değerlendirme setine girme olasılıkları yüksek olduğundan (Hou ve Sarigöllü, 2022) bir markanın bilinirliği minimum düzeyde bile olsa tüketicilerin bilgi ve deneyimlerinin sınırlı olduğu karar süreçlerinde belirli bir ürünü seçmesine doğal olarak yardımcı olmaktadır. Ho-dac ve diğerleri (2013) tüketiciler için belirsizlik altında karar vermede marka değerinden kaynaklı sinyallerin önemli olduğunu belirtmiştir. Dahası üstün marka değeri, tüketicilerin markaya yaklaşımlarını şekillendirmekte ve satın alma davranışını yönlendirmektedir (Beneke vd., 2016). Macdonald ve Sharp (2000) tüketicilerin kalite ve fiyatı göz önünde bulundurmaksızın marka farkındalığı yüksek ürünleri tercih etme olasılıklarının daha fazla olduğunu belirtmiştir.

Marka değerinin tüketicilerin satın alma niyetlerine nasıl yansıdığına ilişkin çalışmalarda satın alma niyeti, marka değerinin davranışsal anlamda en kritik sonuçlarından birisi olarak kabul değerlendirilmektedir (Aaker, 1992; Keller, 1993; Cobb-Walgreen vd., 1995). Farklı endüstrilerde yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular, marka değeri bileşenlerinin tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır (Ashill ve Sinha, 2004; C. F. Chen ve Chang, 2008;

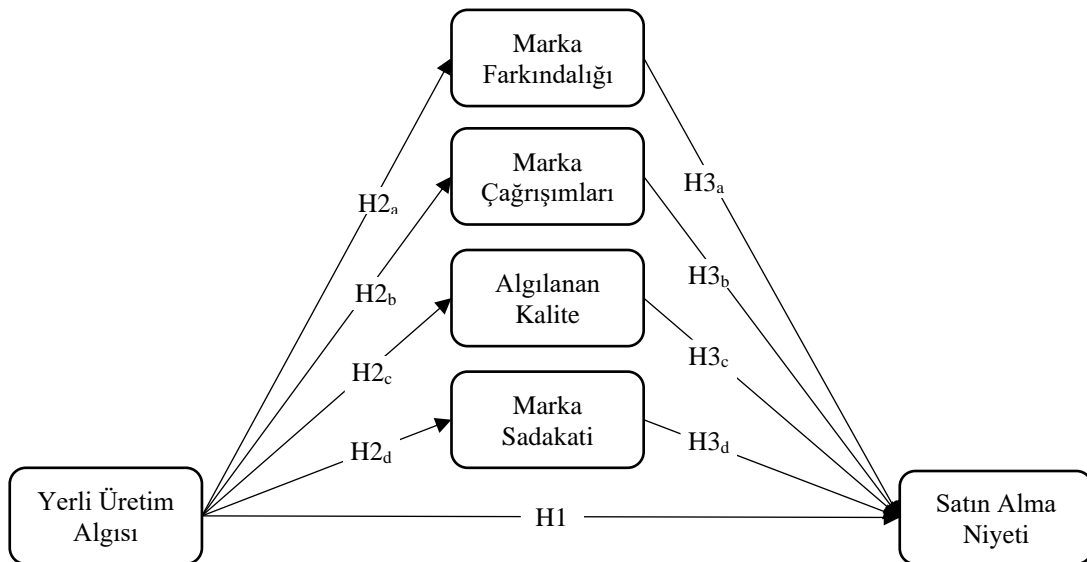
Poturak ve Softić, 2019; Rungttrisawat ve Sirinapatpokin, 2019). Wang ve diğerleri (2010) ve Hutter ve diğerleri (2013) tüketicilerin satın alma niyetlerinde marka farkındalığının pozitif etkisini tespit etmişlerdir. Benzer bir bulgu, Lim ve O’Cass (2001) tarafından marka çağrışımları için elde edilmiştir. Tsiotsou (2006) marka değeri bileşenlerinden algılanan kalitenin tüketicilerin satın alma niyetlerini doğrudan etkilediğini belirlemiştir. Hanzaee ve Andervazh (2012) marka sadakatinin tüketicilerin ürün satın alma niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Rizwan ve diğerleri (2021) islami sigortacılık (tekaful) alanında marka değeri bileşenlerini ayrı ayrı ele almış ve bu bileşenlerin tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki pozitif etkisini ortaya koymuştur. Aynı şekilde, Onurlubaş ve Öztürk (2020) bu bulguyu destekleyen bir araştırma sonucuna hazır giyim endüstrisinde ulaşmıştır. Moreira ve diğerleri (2017) marka değerinin tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Literatürle uyumlu olarak bu çalışmada test edilmek için önerilen hipotez şu şekildedir:

H3a,b,c,d: Algılanan marka değeri bileşenlerinden a) marka farkındalığı, b) marka çağrışımları, c) algılanan kalite, d) marka sadakati tüketicilerin satın alma niyetlerini etkilemektedir.

Yöntem

Yerli üretim algısı, algılanan marka değeri ve satın alma niyeti arasında önerilen ilişkileri test etmek için bu çalışmada nicel yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın değişkenleri ve değişkenler arasında önerilen varsayımları gösteren araştırma modeli şekil 1’deki gibidir. Bu araştırmanın evreni, Türk menşeli beyaz eşya markalarını sosyal medya iletişim platformlarında (Facebook ve Instagram) aktif olarak takip eden kullanıcılardan oluşmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları tarafından takip edilen ve çalışmaya dahil edilen Türk beyaz eşya markaları şu şekildedir; Arçelik, Vestel, Beko, Profilo, Altus, Ferre, Regal, Simfer, Kumtel ve Uğur. Takipçi sayısı sürekli değişmekle birlikte hali hazırda bu markaları Facebook ve Instagram’da yaklaşık 1,3 milyon kişi takip etmektedir. Araştırma evreninin bu markaları sosyal medyada takip eden tüketicilerle sınırlandırılmasında araştırma konusunun yerli üretimle yani tüketici etnosentrizmi ile ilgili olması belirleyici olmuştur. Bu markaların üretiminin büyük ölçüde Türkiye’de gerçekleştirilmesi tüketicilerin yerli üretim algıları için önemlidir. Başka bir ifadeyle bu markaları sosyal medyada takip eden kullanıcıların etnosentrik eğilimlere sahip olduğu varsayılmaktadır. Türk beyaz eşya markalarını Facebook ve Instagram’da takip eden tüketicilere ilişkin bilgilerin sosyal medya profilleriyle sınırlı olmasından ötürü çalışmada kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır.

Şekil 1: Araştırma modeli



Araştırmada veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma anketi 4 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin kapalı uçlu 4 soru bulunmaktadır. Ölçüm aracının ikinci kısmında, tüketicilerin yerli üretim algılarına ilişkin 3 ifade bulunmaktadır. Yerli üretim algısına kısmında yer alan “bir ürünü satın alırken nerede üretildiğine dikkat ederim” ifadesi Yousif ve

Noureldein'den (2019: 108), “yerli üretimin menşei farklı olsa da Türkiye’de üretilen ürünleri ifade ettiğini bilirim” ifadesi Tavukçu’dan (2019: 97) ve “yerli üretim ürünlerin satın alınması ülke ekonomisi için önemlidir” ifadesi Peker'den (2017: 175) alınmıştır. Ölçüm modelinde marka değerinin bileşenlerini oluşturan 18 ifade Sasmita ve Suki'den (2015) uyarlanmıştır. Anketin son kısmında ise tüketicilerin satın alma niyetlerine ilişkin 3 ifade bulunmaktadır. Bu ifadelerden; “iki marka arasında ikilemede kaldığımda diğer unsurlar (fiyat, kalite, bilinirlik vs.) eşitse tercih önceliğim yerli üretim olan markadan yanadır” ifadesi Çatak'tan (2020: 69) alınmıştır. Diğer iki ifade; “uzun dönemde daha maliyetli olsa da yerli üretim ve milli markalı ürünleri tercih ederim” ifadesi Bozacı'dan (2019: 253) ve “yerli üretim ve milli markalı ürünleri tercih etmeye devam etmek niyetindeyim” ifadesi Peker'den (2017: 175) uyarlanmıştır. Ölçüm modelinde yer alan ifadeler 5’li Likert tipi ölçek kullanılarak ölçülmüştür (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum).

Veri toplama aşamasına geçilmeden ölçüm modelinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Ölçüm aracının geçerliliği yapı geçerliliği ve içerik geçerliliği iki aşamada test edilmiştir. Ölçüm modelinin içerik geçerliliği pazarlama alanında uzman iki akademisyenin görüşüne başvurularak test edilmiştir. Ardından ölçüm modelinin içerik geçerliliği altı tüketiciye araştırma anketinde yer alan soruların okutulması ve görüşlerinin alınması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Son olarak, tüketicilerden alınan değerlendirmeler pazarlama alanındaki uzmanlara iletilmiş ve uzmanların önerileri doğrultusunda araştırma anketine son hali verilmiştir. Daha sonra 75 katılımcıdan toplanan veri setine güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda, ölçüm modelinin (Cronbach's Alpha= 0.89) güvenilir olduğu belirlenmiştir. Araştırma anketi, 12.01.2022- 14.03.2022 aralığında Facebook ve Instagram’da direkt mesajlar yoluyla 6 binden fazla takipçiye gönderilmiştir. Bu süreçte 832 tüketiciden yanıt alınmıştır. Ancak cevaplama süresi 1 dakikadan az ve cevaplayıcılar tarafından eksik bırakılan yanıtlar veri setinden çıkarılmıştır. Böylece araştırma verileri 615 tüketiciden elde edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 18.0 ve AMOS 24.0 paket programları kullanılmıştır.

Bulgular ve tartışma

Katılımcıların %56,3’ü erkek ve %38,9’u kadındır. Katılımcıların %40,8’i 25-35 yaş aralığındadır. Katılımcıların %62,4’ü ön lisans veya lisans mezunudur. Katılımcıların %61,8’inin geliri 10000 TL’nin altındadır. Tablo 1’de katılımcıların demografik karakteristikleri gösterilmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların demografik karakteristikleri

	Sıklık (N)	Yüzde (%)		Sıklık (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet			Eğitim durumu		
Kadın	346	56,3	İlköğretim	20	3,3
Erkek	239	38,9	Ortaöğretim	88	14,3
Belirtmek istemiyorum	30	4,9	Ön lisans veya Lisans	384	62,4
Aylık gelir miktarı			Lisansüstü	123	20,0
7500TL ve altı	207	33,7	Yaş		
7501TL-10000TL arası	173	28,1	25-35 yaş arası	251	40,8
10001TL-12500TL arası	84	13,7	36-45 yaş arası	177	28,8
12501TL-17500TL arası	85	13,8	46-55 yaş arası	166	27,0
17500TL ve üzeri	62	10,1	56 yaş ve üzeri	21	3,4
Belirtmek istemiyorum	4	0,7	Toplam	615	100

Ölçüm modeli

Araştırma hipotezlerinin testinden önce ilk olarak, 6 gizil değişken ve 25 gözlenen değişkenden oluşan ölçüm modeline keşifsel faktör analizi uygulanmıştır. Keşifsel faktör analizinde, principal components → varimax rotation seçenekleri kullanılmıştır. Keşifsel faktör analizinde, öz değeri 1.00’in üstünde 6 faktörden oluşan, faktör yükleri 0,709-0,829 arasında olan ve toplam varyansın 67,717’sini açıklayan bir yapı ortaya çıkmıştır. Ancak ölçüm modelinde marka değeri bileşenlerinden algılanan kalite boyutunda yer alan bir gözlenen değişkenin (AK5: “X markası müşteri şikâyetleri konusunda duyarlıdır”) faktör yükü 0,50’nin altında çıkmıştır. Dolayısıyla ilgili değişken ölçüm modelinden çıkarılmıştır. Ardından ölçüm modelini doğrulamak için en yüksek olabilirlik (Maksimum Likelihood)

yöntemi kullanılarak elde edilen verilere Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Çarpıklık (-0,13/-1.26) ve basıklık (-0,9/1,70) testleri, verilerin normallik varsayımını ihlal etmediğini göstermektedir (George & Mallery, 2010). Tablo 2’de DFA’da elde edilen sonuçlar gösterilmektedir. DFA’da Ki-kare oranı (p: 0.000) serbestlik derecesi (CMIN/DF:389.920/215=1.814) 3’ten küçüktür. Ayrıca model uyum indeksleri; CFI (0.971), NFI (0.938), GFI (0.949), IFI (0.971) ve RMSEA (0.036) standart eşiklerin üzerindedir. Bu değerler ölçüm modelinin uyum iyiliğini doğrulamaktadır.

Tablo 2: Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

Gizil/ Gözlenen Değişkenler	λ	t	CR	AVE
Yerli üretim algısı				
YU3 Bir ürünü satın alırken nerede üretildiğine dikkat ederim.	0.745		0.845	0.542
YU2 Yerli üretimin menşei farklı olsa da Türkiye’de üretilen ürünleri ifade ettiğini bilirim.	0.743	14.948		
YU1 Yerli üretim ürünlerin satın alınması ülke ekonomisi için önemlidir.	0.721	14.751		
Marka farkındalığı				
MF3 X markasını diğer markalar arasından hemen fark edebilirim.	0.621		0.757	0.512
MF2 Beyaz eşyalar üzerine konuşulduğunda X markasının bazı özellikleri hemen aklıma gelir.	0.810	13.107		
MF1 X markası beyaz eşya sektöründe lider markalardan biridir.	0.705	12.810		
Marka çağrışımları				
MC5 X markasının kendine özgü bir kişiliği vardır.	0.767		0.835	0.505
MC4 X markası diğer rakip marka ile karşılaştırıldığında farklıdır.	0.687	16.411		
MC3 X markasına güvenirim.	0.794	18.987		
MC2 X markasına fazlasıyla aşinayım.	0.664	15.831		
MC1 Diğer markalar yerine X markasını tercih etmek için sebeplerim var.	0.631	15.005		
Algılanan kalite				
AK4 X markasının sunduğu hizmetlerin kalitesi yüksektir.	0.815		0.868	0.624
AK3 X markalı ürünlerin tasarımını beğeniyorum.	0.840	22.649		
AK2 X markalı ürünlerin performansı genel olarak iyidir.	0.746	19.675		
AK1 X markalı ürünler oldukça güvenilirlerdir.	0.755	19.976		
Marka sadakati				
MS5 Bir beyaz eşya satın alacağım zaman X markasına bakarım.	0.739		0.881	0.599
MS4 Diğer markalara kıyasladığımda X markası genellikle ilk tercihimdir.	0.824	19.958		
MS3 X markasını başkalarına tavsiye ederim.	0.845	20.465		
MS2 X markasını satın almaya devam edeceğim.	0.760	18.388		
MS1 X markalı ürünlerden genel olarak memnunum.	0.692	16.680		
Satın alma niyeti				
SN3 İki marka arasında kaldığımda diğer unsurlar (fiyat, kalite, bilinirlik vs.) eşitse tercihim yerli üretim olan markadan yanadır.	0.784		0.769	0.527
SN2 Uzun dönemde daha maliyetli olsa da yerli üretim ürünleri tercih ederim.	0.712	14.573		
SN1 Yerli üretim ürünleri tercih etmeye devam etmek niyetindeyim.	0.678	14.174		

Not: λ : Standardize edilmiş faktör yükü, **CR:** Birleşik güvenilirlik, **AVE:** Ortalama açıklanan varyans

Ölçüm modelinde yer alan boyutların ortalama açıklanan varyans (AVE) değerleri Hair ve diğerleri (2019) tarafından önerilen 0,50’den büyüktür. Buna ek olarak, ölçüm modelini oluşturan her bir boyutun bileşik güvenilirlik katsayısı Hair ve diğerleri (2014) tarafından önerilen 0.70’ten büyüktür. Dahası, gözlenen değişkenlerin standardize edilmiş faktör yükleri 0.621 ile 0.845 arasındadır ve Hair ve diğerleri (2019) tarafından önerilen 60’ın üzerindedir. Dolayısıyla doğrulayıcı faktör analizi sonuçları, gizil değişkenlere ilişkin oluşturulan ölçüm modelinin geçerliliğini doğrulamaktadır.

Buna ek olarak, ölçüm modelindeki her bir yapının AVE değerlerinin karekökü modeldeki yapıların korelasyonlarından daha büyüktür. Dolayısıyla ölçüm modeli ayırım (diskriminant) geçerliliğinde Fornell-Larcker kriterini karşılanmaktadır (Hair vd., 2014). Böylece, diskriminant geçerliliği için veriler ölçüm modelini desteklemekte ve modeldeki yapıların geçerliliğini doğrulanmaktadır. Tablo 3’te diskriminant geçerliliğine ilişkin sonuçlar gösterilmektedir.

Tablo 3: Diskriminant geçerliliği

Fornell-Larcker Kriteri	1	2	3	4	5	6
1. Yerli Üretim	0.736					
2. Marka Farkındalığı	0.262***	0.716				
3. Marka Çağrışımları	0.335***	0.405***	0.711			
4. Algılanan Kalite	0.243***	0.392***	0.630***	0.789		
5. Marka Sadakati	0.168***	0.436***	0.449***	0.552***	0.774	
6. Satın Alma Niyeti	0.501***	0.334***	0.231***	0.241***	0.310***	0.726

Not: *** p < 0.001

Yapısal model

Yapısal modelin testinde AMOS 24.0 paket programı kullanılmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek için gerçekleştirilen yol analizinde Ki-kare anlamlıdır (p=0.000) ve serbestlik derecesine oranı beşten küçüktür (CMIN/DF = 798.959/221 = 3.615). Buna ek olarak, model uyumunu değerlendirmek için dikkate alınan uyum indeksleri, yapısal modelin kabul edilebilir bir uyuma sahip olduğunu göstermektedir. Standart eşiklerin üzerinde olan model uyum indeksleri; IFI (0.905), CFI (0.905), NFI (0.873), AGFI (0.856), GFI (0.885) ve RMSEA (0.065) olarak gözlemlenmiştir. Tablo 4'te yerli üretim algısı, marka değeri ve satın alma niyeti arasındaki doğrudan etkilere ilişkin yapısal model (yol analizi) sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 4: Yapısal model sonuçları

Hipotezler	β	SE	t-değeri	Sonuçlar
H1 : Yerli Üretim Algısı → Satın alma niyeti	0.50	0.065	6.230***	Kabul edildi
H2a : Yerli Üretim Algısı → Marka Farkındalığı	0.39	0.041	6.967***	Kabul edildi
H2b : Yerli Üretim Algısı → Marka Çağrışımları	0.47	0.069	8.397***	Kabul edildi
H2c : Yerli Üretim Algısı → Algılanan Kalite	0.41	0.037	7.982***	Kabul edildi
H2d : Yerli Üretim Algısı → Marka Sadakati	0.33	0.039	6.526***	Kabul edildi
H3a : Marka Farkındalığı → Satın alma niyeti	0.12	0.059	2.292**	Kabul edildi
H3b : Marka Çağrışımları → Satın alma niyeti	0.10	0.067	1.846 ^{ns}	Reddedildi
H3c : Algılanan Kalite → Satın alma niyeti	0.02	0.052	0.569 ^{ns}	Reddedildi
H3d : Marka Sadakati → Satın alma niyeti	0.15	0.050	3.141**	Kabul edildi

Not: ***: p < 0.001, ** β : standartlaştırılmış yol katsayıları, SE: standart hata, ns: anlamlı değil

Yol analizi sonuçları, yerli üretim algısının tüketicilerin satın alma niyetlerini pozitif etkilediğini göstermektedir. İkinci olarak, analiz sonuçları yerli üretim algısının tüketicilerin Türk menşeli beyaz eşya markalarına ilişkin farkındalıkları, marka çağrışımları, algıladıkları kalite ve marka sadakati üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla önerilen araştırma hipotezlerinden H1, H2a, H2b, H2c ve H2d kabul edilmiştir. Algılanan marka değeri bileşenlerinin doğrudan tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisine ilişkin analiz sonuçları, tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde marka farkındalığı ve marka sadakatinin anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda, analiz sonuçları, H3a ve H3d hipotezlerini desteklemektedir. Buna karşın yol analizi sonuçları, algılanan marka değeri bileşenlerinden marka çağrışımlarının (p>0.05) ve algılanan kalitenin (p>0.05) tüketicilerin satın alma niyetlerini anlamlı bir şekilde etkilemediğini göstermektedir. Dolayısıyla, H3b ve H3c hipotezleri reddedilmiştir.

Buna ek olarak, yerli üretim algısının tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisinde algılanan marka değerinin ne ölçüde aracılık ettiğini daha iyi anlamak için yapısal model Baron ve Kenny (1986)

tarafından önerildiği gibi aracı değişkenler olmadan çalıştırılmıştır. Analiz sonuçları, yerli üretim algısının tüketicilerin satın alma niyetini pozitif etkilediğini göstermektedir. Ardından marka değerinin boyutlarının her birinin ayrı ayrı yerli üretim algısı ve satın alma niyeti arasındaki aracılık rolü test edilmiştir. Tablo 5’te aracılık testlerine ilişkin bulgular sunulmaktadır. Aracılık etkisine ilişkin analiz sonuçları, marka değerini oluşturan bileşenlerden marka farkındalığının “Bootstrap approximation ($P<0.001$, two-tailed)” ve marka sadakatinin ($P<0.05$, two-tailed) tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde kısmi bir aracılık etkisine sahip olduklarını göstermektedir. Buna karşın marka çağrışımları ve algılanan kalitenin tüketicilerin yerli üretim algısının satın alma niyetleri üzerindeki etkisinde anlamlı bir aracılık rolüne ($p>0.05$, two-tailed) sahip olmadıklarını göstermektedir.

Tablo 5: Aracılık testi sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Endirekt Etki		Direkt Etki		Toplam Etki		
	Üretim	Farkındalık	Üretim	Farkındalık	Üretim	Farkındalık	
Model 1							
Marka Farkındalığı	---	---	0.261	---	0.261	---	$P<0.001$, two-tailed
Satın Alma Niyeti	0.056	---	0.446	0.216	0.502	0.216	
Bağımlı Değişkenler	Endirekt Etki		Direkt Etki		Toplam Etki		
	Üretim	Çağrışım	Üretim	Çağrışım	Üretim	Çağrışım	
Model 2							
Marka Çağrışımları	---	---	0.336	---	0.336	---	$p>0.05$, two-tailed
Satın Alma Niyeti	0.023	---	0.479	0.216	0.502	0.068	
Bağımlı Değişkenler	Endirekt Etki		Direkt Etki		Toplam Etki		
	Üretim	Kalite	Üretim	Kalite	Üretim	Kalite	
Model 3							
Algılanan Kalite	---	---	0.243	---	0.243	---	$p>0.05$, two-tailed
Satın Alma Niyeti	0.031	---	0.471	0.125	0.502	0.125	
Bağımlı Değişkenler	Endirekt Etki		Direkt Etki		Toplam Etki		
	Üretim	Sadakat	Üretim	Sadakat	Üretim	Sadakat	
Model 4							
Marka Sadakati	---	---	0.168	---	0.168	---	$P<0.05$, two-tailed
Satın Alma Niyeti	0.039	---	0.462	0.232	0.502	0.232	

Sonuç ve öneriler

Covid-19 pandemisinde üretim ve tedarik noktasında uluslararası ticarete yaşanan aksaklıklar ve Ukrayna-Rusya savaşının gıda ve enerji sektöründe oluşturduğu etkiler, sürdürülebilir bir ekonomi için yerli üretim ve yerli üretim ürünlerin tüketilmesinin önemini bir kez daha ortaya çıkarmıştır. Türkiye’de 2018 yılına yerli üretim ve yerli ürünlerin tüketiminin ülke ekonomisindeki önemi güçlü bir şekilde vurgulanmış ve Ticaret Bakanlığı tarafından yerli üretim ve yerli ürünlerin tercih edilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmiştir. Bu kapsamda hazırlanan “Yerli Üretim” logosuna yönelik iletişim çalışmaları yürütülmüş, logonun Türkiye’de üretim yapan ulusal ve uluslararası markalar tarafından kullanılmasına olanak sağlanmıştır. İşletmeler bu noktada, özellikle etnosentrik eğilimi yüksek tüketicileri başka bir ifade ile milliyetçilik ve vatanseverlik hissiyatına ve bilincine sahip tüketicileri hedeflenmiş ve onların ürün tercihlerinin ülke ekonomisinin sürdürülebilirliğine etkisi vurgulanmaya çalışılmışlardır. Ancak tüketicilerin bir ürünü ya da markayı tercih etmelerini yalnızca etnosentrik eğilimlerle açıklamak mümkün değildir. Bu çalışmada, tüketicilerin yerli üretim ürünlere ilişkin algılarının satın alma niyetleri üzerindeki etkisinde önemli bir unsur olan marka değerine odaklanılmıştır.

Marka değeri, tüketicilerin bir ürünü ve markayı tercih etmelerinde ürünün var olan fonksiyonel özellikleri dışında ürüne değer katan bileşenleri ifade etmektedir. Bu bileşenler; literatürde marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakati olarak ifade edilmektedir. Araştırmada, sırasıyla tüketicilerin Türk menşeli beyaz eşya markaları özelinde yerli üretim algılarının satın alma niyetlerine etkisi incelenmiştir. Ardından tüketicilerin yerli üretim algılarının marka değerine etkisi test edilmiştir. Daha sonra algılanan marka değerinin tüketicilerin satın alma niyetlerine etkisi analiz edilmiştir. Son olarak, tüketicilerin yerli üretim algılarının satın alma niyetlerine etkisinde algılanan marka değerinin aracılık rolü test edilmiştir.

Araştırma sonucunda, yerli üretim algısının tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde güçlü bir pozitif etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Buna ek olarak, tüketicilerin yerli üretim algılarının marka değeri bileşenlerinin tamamı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etki oluşturduğu saptanmıştır. Yerli üretim algısının en güçlü etkilediği marka değeri bileşenleri marka çağrışımları ve algılanan kalitedir. Bu bileşeni sırasıyla marka farkındalığı ve marka sadakati izlemektedir. Etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin yerli üretim ürünlere ilişkin marka çağrışımlarının ve farkındalıklarının yüksek olması beklenen bir durumdur. Buna ek olarak, araştırma bulguları, etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin yerli ürün ve markaları ithal ürün ve markalardan üstün görme eğiliminde olduklarına (Balabanis vd., 2001; Sun vd., 2021) ve ülke ekonomisine katkı sağlamak için yerli üretim ürün ve markaları tercih ettiklerine (Tseng ve Balabanis, 2011) ilişkin araştırma bulgularıyla örtüşmektedir. Bu bulgular, etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin yerli üretim ürünleri tercih ettiklerine ilişkin araştırma bulgularını desteklemektedir (Balabanis ve Diamantopoulos, 2004; Dal ve Korkmaz, 2019). Türkiye beyaz eşya üretiminde küresel ölçekte lider ülkelerden birisi konumundadır (Euromonitor, 2020). Ayrıca Bosh, Samsung ve Siemens gibi uluslararası güçlü markaların beyaz eşya üretim tesislerinin Türkiye’de yer alması tüketicilerin Türkiye’de beyaz eşya markalarına ilişkin yerli üretim algılarını pozitif etkilemiş olabilir.

Buna ek olarak, araştırma sonucunda, Türk menşeli beyaz eşya markaları özelinde marka farkındalığının tüketicilerin satın alma niyetini pozitif etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırma sonuçları, tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde marka sadakatının sahip olduğu anlamlı etkiyi ortaya çıkarmıştır. Bunun aksine algılanan marka değeri bileşenlerinden marka çağrışımları ve algılanan kalite tüketicilerin satın alma niyetlerini anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Literatürde tüketicilerin farkındalık düzeyinin yüksek olduğu ürünleri satın alma eğiliminde olduklarına ilişkin bulgular vardır (Rizwan vd., 2021). Dahası, tüketicilerin sadık oldukları markaları tercih ettikleri yaygın bir şekilde kabul görmektedir (Hanzaee ve Andervazh, 2012). Buna karşın araştırma bulguları, Türk menşeli beyaz eşya markaları özelinde marka çağrışımlarının ve algılanan kalitenin tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadıklarını göstermektedir. Bu durum, üstün marka değerine sahip uluslararası markaların Türkiye’de üretim yapmalarından ve yerli üretim logosunu kullanmalarından kaynaklanabilir. Buna ek olarak, bu sonuçtan hareketle tüketiciler tarafından Türk menşeli beyaz eşya markalarının uluslararası beyaz eşya markalarına göre daha düşük kalitede algılandıkları söylenebilir. Dahası, araştırma sonuçları, etnosentrik eğilimi yüksek tüketiciler için yerli üretim algısının marka çağrışımları ve algılanan kalite üzerinde oluşturduğu etkinin tüketicilerin satın alma niyetlerine yansımadağını göstermektedir. Bu sonuç, Türk menşeli beyaz eşya markalarının markalaşma faaliyetlerine ve tüketiciler tarafından algılanan kaliteyi artırmaya dönük faaliyetlere önem vermeleri gerektiğini göstermektedir.

Son olarak, yerli üretim algısının tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisinde marka değeri bileşenlerinin aracılık rolüne ilişkin sonuçlar, marka değeri bileşenlerinden marka farkındalığının ve marka sadakatının anlamlı bir kısmı aracılık rolüne sahip olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, Kalim ve diğerleri (2022) tarafından elde edilen tüketicilerin etnosentrik eğilimlerinin satın alma niyetleri üzerindeki etkisinde marka değerinin düzenleyici rolünü doğrulamaktadır. Bunun aksine marka çağrışımları ve algılanan kalite bileşenleri yerli üretim algısının tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisinde aracılık rolüne sahip olmadığını göstermektedir.

Bu araştırma sonuçlarının genellenebilirliğine ilişkin bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bu araştırma sonuçlarının Facebook ve Instagram sosyal medya iletişim platformlarında Türk menşeli beyaz eşya markalarını takip eden tüketicilerden kolayda örnekleme yoluyla elde edilmiş olmasıdır. Bu kısıtta, Türk menşeli beyaz eşya markalarını sosyal medyada takip eden tüketicilerin milli hassasiyetleri ve etnosentrik eğilimleri olabileceği varsayımı üzerinden hareket edilmiştir. Ancak Türkiye’de üretim yapan ve yerli üretim logosunu kullanan uluslararası beyaz eşya markaları araştırma dışında bırakılmıştır. Tüketicilerin etnosentrik eğilimleri zamana ve ülkelerin ekonomik ve siyasi koşullarına göre farklılık gösterebilir. Bu bakımdan yapılacak araştırmalarda, tüketici etnosentrizmi jenerasyonlar arası kıyaslamalar yoluyla incelenebilir. Dahası etnosentrik eğilimi yüksek tüketiciler arasında algılanan marka değerinin satın alma niyetine etkisini daha açık bir şekilde ortaya çıkarabilmek için ulusal ve uluslararası markalar arasında satın alma niyetine ilişkin karşılaştırmalı analizler yapılabilir.

Kaynakça

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (1992). The value of brand equity. *Journal of Business Strategy*, 13(4), 27–32.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356.
- Ailawadi, K. L., Lehmann, D. R. & Neslin, S. A. (1999). Revenue premium as an outcome measure of brand equity. *Journal of Marketing*, 67(4), 1–17.
- Anselmsson, J., Johansson, U. & Persson, N. (2007). Understanding price premium for grocery products: A conceptual model of customer-based brand equity. *Journal of Product and Brand Management*, 16(6), 401–414. <https://doi.org/10.1108/10610420710823762>
- Arı, E. S. & Madran, C. (2011). Satın alma kararlarında tüketici etnosentrizmi ve menşe ülke etkisinin rolü, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(35), 15–33.
- Ashill, N. J. & Sinha, A. (2004). An exploratory study into the impact of components of brand equity and country of origin effects on purchase intention. *Journal of Asia-Pacific Business*, 5(3), 27–43. https://doi.org/10.1300/J098v05n03_03
- Aydoğan, S. (2019). Tüketici etnosentrizmi ve ülke menşe etkisinin yabancı markalı ürün satın alma niyeti üzerine etkisi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(1), 89–122. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/1.89-122>
- Balabanis, G., Diamantopoulos, A., Mueller, R. D. & Melewar, T. C. (2001). The impact of nationalism, patriotism and internationalism on consumer ethnocentric tendencies. *Journal of International Business Studies*, 32(1), 157–175.
- Balabanis, G. & Diamantopoulos, A. (2004). Domestic country bias, country-of-origin effects, and consumer ethnocentrism: a multidimensional unfolding approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 80–95.
- Baldinger, A. L. & Rubinson, J. (1996). Brand loyalty: the link between attitude and behavior. *Journal of Advertising Research*, 36(1), 22–36.
- Beneke, J., de Sousa, S., Mbuyu, M., & Wickham, B. (2016). The effect of negative online customer reviews on brand equity and purchase intention of consumer electronics in South Africa. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 26(2), 171–201. <https://doi.org/10.1080/09593969.2015.1068828>
- Bešliagić, A. (2015). The key determinants of consumer ethnocentrism in Bosnia and Herzegovina. *Marketing*, 46(3), 217–226.
- Balıkçioğlu, B., Yükselen, C. & Koçak, A. (2019). Tüketici etnosentrizmi literatür taraması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 12(23), 163–202.
- Bozacı, E. (2019). Yerli üretim etiketinin tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisi: yüksek ve düşük ilgilenimli ürünler üzerinde bir araştırma. [Yüksek Lisans Tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Çatak, G. (2020). *Kültürel farklılıkların yerli üretim logosuna yönelik tutum üzerindeki etkisi: İzmir-Erzurum örneği*. [Yüksek Lisans Tezi], Balıkesir Üniversitesi.
- Chen, C. F., & Chang, Y. Y. (2008). Airline brand equity, brand preference, and purchase intentions-The moderating effects of switching costs. *Journal of Air Transport Management*, 14(1), 40–42. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2007.11.003>
- Chen, Y. M., Su, Y. F., & Lin, F. J. (2011). Country-of-origin effects and antecedents of industrial brand equity. *Journal of Business Research*, 64(11), 1234–1238. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.06.029>
- Cobb-Walgren, C. J., Ruble, C. A., & Donthu, N. (1995). Brand equity, brand preference, and purchase intent. *Journal of Advertising*, 24(3), 25–40. <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673481>
- Dağlı, S., & Kurtuluş, S. (2017). Determining the impact on the perception of brand equity on customer experience and ethnocentric tendencies of a pilot study. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 28(83), 109–136.
- Dal, N. E., & Korkmaz, İ. (2019). Milliyetçilik, dindarlık ve materyalizmin yerli ve yabancı ürünlerin satın alma niyeti üzerine etkisi. *Journal of Business Research - Turk*, 11(3), 2094–2113. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.727>
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alemán, J. L. (2005). Does brand trust matter to brand equity? *Journal of Product and Brand Management*, 14(3), 187–196. <https://doi.org/10.1108/10610420510601058>
- Dönmez, M. S. (2020). Etnosentrik eğilim bağlamında yerli üretim logosunun satın alma niyeti

- üzerindeki rolü. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi/26306220*, 164–183. <https://doi.org/10.17829/turcom.600209>
- Durnell C. C. & Hinds, P. J. (2004). Subgroup dynamics in internationally distributed teams: ethnocentrism or cross-national learning? *Research in Organizational Behavior*, 26(04), 231–263. [https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(04\)26006-3](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(04)26006-3)
- Eagle, L., Kitchen, P. J., Rose, L., & Moyle, B. (2003). Brand equity and brand vulnerability: The impact of gray marketing/parallel importing on brand equity and values. *European Journal of Marketing*, 37(10), 1332–1349. <https://doi.org/10.1108/03090560310487130>
- Euromonitor. (2020). *Türkiye’de ve Dünyada Beyaz Eşya Sektörü*. <https://baglantielemanlari.com/?h2919/turkiyede-ve-dunyada-beyaz-esya-sektoru>
- Evanschitzky, H., Wangenheim, F., Woisetschläger, D. & Blut, M. (2008). Consumer ethnocentrism in the German market. *International Marketing Review*, 25(1), 7–32. <https://doi.org/10.1108/02651330810851863>
- Faircloth, J. B., Capella, L. M. & Alford, B. L. (2001). The effect of brand attitude and brand image on brand equity. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(3), 61–75. <https://doi.org/10.1080/10696679.2001.11501897>
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. *Marketing Research*, 1(3), 24–34.
- Fischer, P. M. & Zeugner-Roth, K. P. (2017). Disentangling country-of-origin effects: the interplay of product ethnicity, national identity, and consumer ethnocentrism. *Marketing Letters*, 28(2), 189–204. <https://doi.org/10.1007/s11002-016-9400-7>
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Foroudi, M. M. & Kitchen, P. J. (2018). Perceptual components of brand equity: Configuring the Symmetrical and Asymmetrical Paths to brand loyalty and brand purchase intention. *Journal of Business Research*, 89(February), 462–474. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.031>
- Garanti, Z. & Kissi, P. S. (2019). The effects of social media brand personality on brand loyalty in the Latvian banking industry: The mediating role of brand equity. *International Journal of Bank Marketing*, 37(6), 1480–1503. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0257>
- Gašević, D., Tomašević, D. & Vranješ, M. (2017). Key factors determining the ethnocentric tendencies of consumers in Serbia. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 22(3), 63–73. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2017.0028>
- George, D., & Mallery, P. (2010). SPSS for Windows step by step. A simple study guide and reference (10. Baskı). GEN, Boston, MA: Pearson Education, Inc, 10, 152-165.
- Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept – a mistake? *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(3), 150–152.
- Gür, N. (2020). Yerli üretimin artması neden önemli? *Kriter: Siyaset, Toplum ve Ekonomi Dergisi*, 5(47), 1–3. <https://kriterdergi.com/dosya-insani-guvenlik/yerli-uretimin-artmasi-neden-onemli>. Son erişim tarihi: 26.10.2022.
- Ha, C. L. (1998). *The influence of consumer ethnocentrism and product characteristic on country of origin effects: A comparison between United States consumers and Korean consumers*. The University of Texas at Arlington.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hampson, D. P., Ma, S. (Sara), & Wang, Y. (2018). Perceived financial well-being and its effect on domestic product purchases: An empirical investigation in Brazil. *International Marketing Review*, 35(6), 914–935. <https://doi.org/10.1108/IMR-12-2017-0248>
- Han, C. M. & Guo, C. (2018). How consumer ethnocentrism (cet), ethnocentric marketing, and consumer individualism affect ethnocentric behavior in China. *Journal of Global Marketing*, 31(5), 324–338. <https://doi.org/10.1080/08911762.2018.1437649>
- Han, C. M. & Won, S. Bin. (2018). Cross-country differences in consumer cosmopolitanism and ethnocentrism: A multilevel analysis with 21 countries. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(1), e52–e66. <https://doi.org/10.1002/cb.1675>

- Hanzaee, K. H. & Andervazh, L. (2012). The influence of brand loyalty on cosmetics purchase intention of Iranian female consumers brand loyalty. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(5), 5389–5398.
- Ho-dac, N. N., Carson, S. J. & Moore, W. L. (2013). The effects of positive and negative online customer reviews : do brand matter ? *Journal of Marketing*, 77(November), 37–53.
- Hou, C. & Sarigöllü, E. (2022). Is bigger better? How the scale effect influences green purchase intention: The case of washing machine. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65(July 2021). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102894>
- Hsu, C. L., Chang, C. Y. & Yansritakul, C. (2017). Exploring purchase intention of green skincare products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34(August 2016), 145–152. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.006>
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S. & Füller, J. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: The case of MINI on Facebook. *Journal of Product and Brand Management*, 22(5), 342–351. <https://doi.org/10.1108/JPBM-05-2013-0299>
- Johansson, J. K., Douglas, S. P. & Nonaka, I. (1985). Assessing the impact of country of origin on product evaluations: A new methodological perspective. *Journal of Marketing Research*, 22(4), 388. <https://doi.org/10.2307/3151584>
- Kapferer, J.-N. (2008). *The new strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term*. Kogan Page Publishers.
- Kaymakçı, M. (2015). *Neden yerli malı kullanmalıyız?*, 2. <https://www.egedesonsoz.com/yazar/Neden-yerli-mali-kullanmalıyız/9420/>. Son erişim tarihi: 26.10.2022.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Keller, K. L. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Prentice-Hall.
- Khan, M. K. U. & Ahmad-ur-Rehman, M. (2022). Cultural identity, consumer ethnocentrism and purchase intentions : mediating role of brand preference and moderating role of brand equity. *Journal of Positive School Psychology*, 6(7), 722–745.
- Kılıç, O., Başer, U., & Aydın Eryılmaz, G. (2021). Tüketicilerin yerli tarım ürünü satın alma tercihini etkileyen faktörler: Samsun ili örneği, Türkiye. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 11(3), 2342–2349. <https://doi.org/10.21597/jist.814979>
- Ko de Ruyter, & van Birgelen, M. W. (1998). Consumer ethnocentrism in international services marketing. *International Business Review*, 7(1), 185–202.
- Lee, W. I., Cheng, S. Y. & Shih, Y. T. (2017). Effects among product attributes, involvement, word-of-mouth, and purchase intention in online shopping. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 223–229. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.007>
- Lim, K. & O’Cass, A. (2001). Consumer brand classifications: An assessment of culture-of-origin versus country-of-origin. *Journal of Product & Brand Management*, 10(2), 120–136. <https://doi.org/10.1108/10610420110388672>
- Low, G. S. & Lamb, C. W. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of Product & Brand Management*, 9(6), 350–370. <https://doi.org/10.1108/10610420010356966>
- Macdonald, E. K. & Sharp, B. M. (2000). Brand awareness effects on consumer decision making for a common, repeat purchase product: A replication. *Journal of Business Research*, 48(1), 5–15. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00070-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00070-8)
- Majeed, M., Owusu-Ansah, M. & Ashmond, A. A. (2021). The influence of social media on purchase intention: The mediating role of brand equity. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1944008>
- Moreira, A. C., Fortes, N. & Santiago, R. (2017). Influence of sensory stimuli on brand experience , brand equity and purchase intention. *Journal of Business Economics and Management*, 18(1), 68–83. <https://doi.org/10.3846/16111699.2016.1252793>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, Vol. 63(Special Issue), 33–44.
- Onurlubaş, E., Ö. D. (2020). Hazır giyim sektöründe marka değeri boyutlarının satın alma niyeti üzerine etkisi. *Tekstil ve Mühendis*, 27(118), 111–122.
- Önen, V. (2018). Marka değerinin marka aşkına etkisinin incelenmesi: starbucks cafe örneği. *Avrasya*

- Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 49–63.
- Özbek, V. & Çatak, G. (2020). Kültürel farklılıkların yerli üretim logolu ürünleri satın alma niyeti üzerindeki etkisi: İzmir-Erzurum örneği 1. *Turkish Journal of Marketing*, 5(3), 201–221.
- Pappu, R., Quester, P. G. & Cooksey, R. W. (2006). Consumer-based brand equity and country-of-origin relationships: Some empirical evidence. *European Journal of Marketing*, 40(5–6), 696–717. <https://doi.org/10.1108/03090560610657903>
- Parlak, E. (2016). *Does brand equity influence consumers' ethnocentric tendencies in their attitudes toward foreign products?* [Master Thesis], Universität Freiburg.
- Peker, A. (2017). *Yerli ve yabancı markalı ürünlerde marka genişlemesine yönelik tüketici tutumlarına etki eden faktörlerin incelenmesi: Kahve zincirlerine yönelik bir uygulama*. [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Ponbamrungwong, A. & Chandsawang, S. (2009). *The impact of brand on Thai female consumer in purchase decision of foreign makeup product*. [Master Thesis], Mälardalen University.
- Poturak, M. & Softić, S. (2019). Influence of social media content on consumer purchase intention : mediation effect of brand equity. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 12(23), 17–43.
- Rizwan, S., Al-Malkawi, H. A., Gadar, K., Sentosa, I. & Abdullah, N. (2021). Impact of brand equity on purchase intentions : empirical evidence from food industry of the United Arab Emirates. *SRA International Journal of Islamic Finance*, 13(3), 349–365. <https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2019-0105>
- Roth, K. P. & Diamantopoulos, A. (2009). Advancing the country image construct. *Journal of Business Research*, 62(7), 726–740. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.05.014>
- Rubio, N., Oubiña, J. & Villaseñor, N. (2014). Brand awareness – Brand quality inference and consumer 's risk perception in store brands of food products. *Food Quality and Preference*, 32, 289–298. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.09.006>
- Rungsrisawat, S. & Sirinapatpokin, S. (2019). Impact of brand equity on consumer purchase intent. *Utopía y Praxis Latinoamericana: Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, 24(6), 360–369.
- Sanyal, S. N. & Saroj, K. D. (2011). The effect of perceived quality on brand equity : an empirical study on generic drugs. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(5), 604–625. <https://doi.org/10.1108/13555851111183057>
- Sasmitha, J. & Suki, N. M. (2015). Young consumers' insights on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(3), 276–292. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2014-0024>
- Sharma, P. (2011). Country of origin effects in developed and emerging markets : Exploring the contrasting roles of materialism and value consciousness. *Journal of International Business Studies*, 42(2), 285–306. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.16>
- Shimp, T. A. & Sharma, S. (1987). *Consumer Ethnocentrism : Construction and Validation of the CETSCALE*. XXIV(August), 280–289.
- Siamagka, N. (2015). Revisiting consumer ethnocentrism : review , reconceptualization , and empirical testing. *Journal of International Marketing*, 23(3), 66–86.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J. & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66, 15–37.
- Sun, Y., Gonzalez-jimenez, H. & Wang, S. (2021). Examining the relationships between e-WOM , consumer ethnocentrism and brand equity. *Journal of Business Research*, 130(November 2018), 564–573. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.040>
- Tavukcu, Ç. (2019). *Tüketicilerin yerli üretim ve yerli ürünler için kullanılan yerli üretim logosuna ilişkin farkındalık düzeyleri ve tutumları*. [Yüksek Lisans Tezi], Balıkesir Üniversitesi.
- Toksarı, M. & Senir, G. (2015). Tüketici etnosentrizminin tüketicilerin satın alma davranışı üzerindeki rolü. *Sakarya İktisat Dergisi*, 4(3), 19–28.
- Tseng, T. & Balabanis, G. (2011). Explaining the product-specificity of country-of-origin effects. *International Marketing Review*, 28(6), 581–600. <https://doi.org/10.1108/02651331111181420>
- Tsiotsou, R. (2006). The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 207–217. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00477.x>
- Veljkovic, S. (2009). The impact of ethnocentrism on Serbian consumers. *Marketing*, 40(2), 97–106.

- Verma, P. (2021). The Effect of brand engagement and brand love upon overall brand equity and purchase intention: A moderated-mediated model. *Journal of Promotion Management*, 27(1), 103–132. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1809591>
- Vo, M. S., Nguyen, M. T. & Le, T. V. (2022). Impact of consumer ethnocentrism on reasoned action and brand equity : Empirical evidence from local fashion brands in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(5), 87–98. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no5.0087>
- Wang, C. L., & Chen, Z. X. (2004). Consumer ethnocentrism and willingness to buy domestic products in a developing country setting : testing moderating effects. *Journal of Consumer Marketing*, 21(6), 391–400. <https://doi.org/10.1108/07363760410558663>
- Wang, X., Yang, Z., Wang, X. & Yang, Z. (2010). The effect of brand credibility on consumers ' brand purchase intention in emerging economies : the moderating role of brand awareness and brand image. *Journal of Global Marketing*, 23(3), 177–188. <https://doi.org/10.1080/08911762.2010.487419>
- Wood, L. (2000). Brands and brand equity : definition and management. *Management Decision*, 38(9), 662–669.
- Yapraklı, T. Ş. & Keser E. (2013). Tüketici etnosentrizmi: Beyaz eşya ve içecek sektörlerinde karşılaştırmalı bir saha araştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 385–420.
- Yoo, B. & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1), 1–14.
- Yousif, B. & Noureldein, M. (2019). *Tüketici etnosentrizmi ve menşe ülke etkisinin algılanan marka değeri ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Türkiye ve Sudan karşılaştırması*. [Yüksek Lisans Tezi], Kocaeli Üniversitesi.
- Yüce, A., & Kavak, O. (2018). Dindarlık ve milliyetçilik düzeyinin, tüketicilerin yerli-yabancı ürünleri satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 581–607.
- Zarantonello, L. & Schmitt, B. H. (2015). The impact of event marketing on brand equity The mediating roles of brand experience and brand attitude. *International Journal of Advertising*, 32(2), 255–280. <https://doi.org/10.2501/IJA-32-2-255-280>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.
- Zeithaml, V. A. (1994). Service quality , profitability , and the economic worth of customers : what we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.
- Zhou, L., Yang, Z. & Hui, M. K. (2010). Non-local or local brands ? A multi-level investigation into confidence in brand origin identification and its strategic implications. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), 202–218. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0153-1>

Etik kurul onayı

Bayburt Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurul Komisyonu etik kurulu tarafından 23.05.2022 tarih ve 24.05.2022-70578 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Duygusal zekâ ve liderlik özellikleri ilişkisi: Antrenörler üzerine Türkiye geneli kesitsel bir analiz***The relationship between emotional intelligence and leadership characteristics: A cross-sectional analysis on coaches in Turkey**

Gönderim Tarihi / Received: 05.09.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 19.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1171081](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1171081)

Gökhan ÇAKIR**1

Çetin ÖZDİLEK²

ÖZ: Bu araştırmanın amacı, antrenörler örnekleminde duygusal zekâ ve liderlik özellikleri ilişkisini incelemektir. Araştırmanın evrenini Spor Hizmetleri Genel Müdürlüğü'ne bağlı merkez ve taşra teşkilatında görev yapan 4.489 antrenör oluştururken, araştırmanın örneklemini ise alanlara göre örnekleme yöntemi kapsamında 21 farklı ilden toplam 604 antrenör oluşturmuştur. Mevcut araştırmada genel tarama ve ilişkisel tarama modellerinden faydalanılmıştır. Veriler, salgının da etkisi ile çoğunluğu çevrim içi yöntemle olacak şekilde toplanmıştır. Ankara ve Rize illerinde ise yüz yüze uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yer alan antrenörlerden veri toplamak amacı ile ölçme araçlarının yer aldığı veri toplama formu kullanılmıştır. Form; kişisel bilgi formu, duygusal zekâ özellikleri ölçeği ve liderlik özellikleri ölçeği olmak üzere toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın verileri SPSS 26.0 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Verilerin normallik varsayımları incelenmiş ve verilerin normal dağılıma sahip olmadığı görülmüştür. Bu kapsamda verilerin analizinde ilk olarak 604 antrenörün ölçkelere vermiş oldukları yanıtların puan ortalamalarına bakılarak; tanımlayıcı istatistikler, Spearman korelasyon analizi ile Tek Yönlü MANOVA testi kullanılmıştır. Veriler $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyine göre test edilmiştir. Araştırma bulguları, antrenörlerin kategorik duygusal zekâ düzeylerinin liderlik özellikleri üzerinde farklılık yarattığını göstermiştir. Ayrıca duygusal zekâ özellikleri ile liderlik özellikleri arasında pozitif/negatif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkiler görülmüştür. Sonuç olarak, duygusal zekâ düzeyleri daha yüksek olan antrenörlerin, sporcuların gerekli becerileri kazanma noktasında onları yönlendirmelerinde ve sporcuların gösterdikleri başarılı performanstan ötürü onları takdir etme gibi liderlik özelliklerini göstermede daha iyi düzeylerde oldukları gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Antrenör, Duygusal zekâ, Liderlik, Spor, Sporcu

ABSTRACT: The aim of this study is to examine the relationship between emotional intelligence and leadership characteristics in a trainers sample. While the population of the research consisted of 4,489 trainers work in central and provincial organizations affiliated to the General Directorate of Sports Services, the sample of the study consisted of a total of 604 trainers from 21 different provinces within the scope of sampling method. General scanning and relational scanning models were used in the current research. The data were collected with the effect of the epidemic, mostly by online method. As for face-to-face application was carried out in Ankara and Rize provinces. In order to collect data from the trainers in the research, a data collection form including measurement tools was used. The form consists of three parts in total: personal information form, emotional intelligence characteristics scale and leadership characteristics scale. The SPSS 26.0 package program was used to analyze the data of the study. It was examined whether the data had a normal distribution and it was seen that the data did not show a normal distribution. For this purpose, in the analysis of the data, first of all, the average scores of the responses of 604 trainers to the scales were examined; Descriptive statistics, Spearman correlation analyze and One-Way MANOVA tests were used. The data were tested according to the $\alpha=0.05$ significance level. Research results of the showed that it can be said that the categorical emotional intelligence levels of the trainers make a difference on their leadership characteristics. In additional, in positive/negative direction, low level significant relationships were observed between emotional intelligence traits and leadership traits.

As a result, it has been observed that coaches with higher emotional intelligence levels are better at guiding the athletes to gain the necessary skills and showing leadership characteristics such as appreciating the athletes for their successful performance.

Keywords: Athlete, Emotional intelligence, Leadership, Sport, Trainer/Coach

* Bu çalışma Spor Hizmetleri Genel Müdürlüğü merkez ve taşra teşkilatında çalışan antrenörlerin duygusal zeka ve liderlik özelliklerinin araştırılması adlı doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi/Beden Eğitimi ve Spor Bölümü, gokhan.cakir@erdogan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6800-9816>

² Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi/Spor Bilimleri Fakültesi /Beden Eğitimi ve Spor Bölümü, cetin.ozdilek@dpu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3676-366X>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

In various studies conducted since the 1990s, it has been found that some elements of social and emotional intelligence are the common characteristics of successful leaders. Individuals with a high level of emotional intelligence (high self-efficacy); does not perceive stress as a threat environment, but instead tries to see it as an environment of struggle and opportunity. From past to present, the subject of leadership in sports has been the subject of much research. It is known that leadership is a process that affects and directs individuals within the framework of certain goals. When the literature is examined, it is seen that the studies on leadership focus on athletes, coaches, physical education teachers and administrators. For this reason, it is thought that the research will make a difference to the literature. There are many leadership theorems in the literature as a result of different leadership approaches. In this study, the Path-Purpose Theory and the Multidimensional Model of Sport Leadership, which are considered within the framework of the contingency approach, will shed light on the research. In addition, with this research, coaches can better internalize the importance of emotional intelligence and different leadership characteristics.

Methodology

While the population of the research was 4,489 trainers working in the central and provincial organizations of the General Directorate of Sports Services, the sample of the study was 604 trainers from 21 different provinces as part of the scope of the sampling method. General scanning and relational scanning models were used in the current study. The data were collected with the effect of the epidemic, mostly by online method. As for face-to-face application was carried out in Ankara and Rize provinces. A questionnaire was used to collect data from the trainers participating in the study. The questionnaire consists of three parts in total: personal information form, emotional intelligence characteristics scale and leadership characteristics scale. The SPSS 26.0 package program was used to analyze the data of the study. It was examined whether the data had a normal distribution and it was seen that the data did not show a normal distribution. For this purpose, in the analysis of the data, first of all, the average scores of the responses of 604 trainers to the scales were examined; Descriptive statistics, Spearman correlation analyze and One-Way MANOVA tests were used. The data were tested according to the $\alpha=0.05$ significance level.

Findings and discussion

The results of the research show that it can be said that the categorical emotional intelligence levels of the trainers make a difference on their leadership characteristics. In additional, in positive/negative direction, low level significant relationships were observed between emotional intelligence traits and leadership traits. Accordingly, the research hypotheses were rejected. Moreover, research findings show that the leadership characteristics of coaches vary depending on their emotional intelligence levels. It was observed that the coaches with medium and high EQ levels differed from the coaches with low emotional intelligence in education-training and positive feedback sub-dimensions. Similarly, it can be said that coaches with high motivation and adaptability, who can control and distinguish their emotions, and cope with stress better, are better at guiding the athletes to gain the necessary skills and appreciating the athletes for their successful performance. Emotionally stronger trainers' behaviors such as motivating their athletes and rewarding success can be seen as an significant factor on the performance of their athletes. From this point of view, it can be said that the results acquire are also valuable in terms of some views coach-athlete relationship and can be seen as a factor that can affect athlete performance.

Results and recommendations

As a result, it has been observed that coaches with higher emotional intelligence levels are better at guiding the athletes to gain the necessary skills and appreciating the athletes for their successful performance. Similarly, it has been seen that the development of leadership characteristics can be achieved by developing emotional intelligence characteristics. In this context, it is recommended to organize emotional intelligence skills training programs in addition to social skills development programs for coaches. Additionally, it is recommended that these training programs be transferred to the trainers by the trainers in the seminars organized by the sports branches in certain time periods. Moreover, the inclusion of emotional intelligence skills training programs in coaching promotion



programs and exams can provide multi-faceted development of coaches. In the study, only the opinions of the trainers were consulted. The research can be repeated in the sample of sports managers. In this study, data collection tools that determine emotional intelligence and leadership characteristics were preferred within the scope of personal characteristics approach (self-evaluation of coaches). In future research, research can be organized with data collection tools organized within the scope of talent approach or mixed approach. Finally, the recommendations are expected to shed light on coaches.

Giriş

Sporcuların çok yönlü gelişimini sağlayan antrenörler özel kurumlarda görev yapabildikleri gibi devlet kurumlarında da görev alabilmektedirler. Bu devlet kurumlarının başında Spor Hizmetleri Genel Müdürlükleri'ne (SHGM) bağlı merkez ve taşra teşkilatında bulunan Gençlik ve Spor İl/İlçe Müdürlükleri (GSİM) gelmektedir. Antrenörler bu kuruma bağlı olarak; fahri, sözleşmeli, sürekli işçi ve kadrolu olarak görev yapabilmektedirler. Hem performans sporcusu yetiştirerek ilgili spor kulüplerine destek veren antrenörler hem de çeşitli projeler ile sporun tabana yaygınlaştırılmasına, sporcuyu sayısının artırılmasına katkı sağlamakta, üstlendikleri bu sorumluluklar ile ülkemizde sporun gelişmesine vesile olmaktadır. Sporcuların teknik, taktik, kondisyon ve psikolojik becerilerini en üst seviyeye çıkarmakla görevli antrenörlerin alan bilgilerinin yanı sıra bazı becerilerinin de yeterli düzeyde olması beklenebilir.

Antrenörler çeşitli stresörlerle (müsabaka hazırlığı vb.) karşılaşır ve stresörlerle nasıl başa çıkacaklarının farkında olmalıdırlar. Bu nedenle sporcularıyla çalışmayı kolaylaştırmak için duygusal iklimler (yani takım üyelerinin çoğunluğunun belirli bir durumda hissettikleri) oluşturdukları söylenebilir. Kısacası bir antrenörün görevini sürdürürken etkili olabilmesi için duygusal zekaya ihtiyaç duyduğu söylenebilir (Chan ve Mallett, 2011). Bir başka ifade ile duyguları tanıma, duyguların kontrolü, empati ve etkili iletişim gibi yapıları içerisinde barındıran duygusal zekâ (DZ) kavramı, antrenörün takım içerisindeki etkinliği ve verimliliği açısından oldukça önem taşımaktadır (Thelwell, vd., 2008). Bu araştırmada kullanılan Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği (DZÖÖ) de kişinin duygusal yeterlilikleriyle alakalı kendini algılaması şeklinde tanımlanabilir. Duygusal zekâ düzeyi yüksek olan (yüksek özyeterlik) bireyler, stresi tehdit oluşturan bir durum olarak algılamaz bunun yerine ortamı mücadele edebileceği bir fırsat olarak görmeye çalışır. Yüksek duygusal zekâlı bireylerin zorlu şartlar altında baş edebilme kapasiteleri daha yüksektir ve mevcut ortamı bir tehditten ziyade bir gelişme olarak görmeyi tercih ederler (Mikolajczak ve Limunet, 2008).

Geçmişten günümüze sporda liderlik konusu birçok araştırmaya konu olmuştur. Liderliğin belirli amaçlar çerçevesinde bireyleri etkileyen, yönlendiren bir süreç olduğu bilinmektedir. Literatür incelendiğinde, liderlik ile ilgili yapılmış çalışmaların sporcular, antrenörler, beden eğitimi öğretmenleri ve yöneticiler üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Liderlik, spor takımlarının performansını ve başarısını etkileyen faktörlerden biridir. Antrenörler oyuncularını teknik, taktiksel, fiziksel ve fizyolojik yönden geliştiren bu amaç doğrultusunda eğitim alan kişilerdir (Konter, 1996). Bu açıdan yaklaşıldığında spor takımlarının sevk ve idaresinde önemli katkıları olan antrenörlerin lider olarak düşünülmesi mümkündür.

Sporcularını ortak amaçlar doğrultusunda yönlendiren, geliştiren onlara liderlik eden antrenörlerin liderlik özellikleri (LÖ) düzeylerinin belirlenmesi önemlidir. Literatürde farklı liderlik yaklaşımları sonucunda birçok liderlik teoremi bulunmaktadır. Bu araştırmada durumsallık yaklaşımı çerçevesinde ele alınan Yol-Amaç Teorisi ve Spor Liderliğinin Çok Boyutlu Modeli araştırmaya ışık tutacaktır. Yol Amaç Teorisi, liderin astlarının kendi güçleriyle iş ortamındaki mevcut gücünü nasıl etkileyeceğini ve bu iki hedef grup arasında nasıl bir yol çizeceğini araştırır. Kuramın temelinde, liderin takipçilerini nasıl etkilediği, işle alakalı hedefleri nasıl sezdiği ve hedefe ulaşma yollarının nerelerden geçtiği konuları tartışılmaktadır (Can, 1999). Bu kuramda lider durumun şartlarına göre farklı davranışlarda bulunabilir (Sökmen ve Soylu, 2009). Farklı şartlarda farklı liderlik özelliklerinin ön plana çıktığı yol-amaç teoreminin, antrenörlerin antrenman ve müsabaka şartlarında farklı liderlik davranışlarını sergileyebilecek olması adına araştırma için neden temel alındığının bir göstergesidir.

Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışmanın sorunsalı; sporcularını duygusal olarak geliştiren ve yönlendiren antrenörlerin, kendi duygu durumlarını kontrol edip edemedikleri ve farklı durum ya da koşullarda liderlik özelliklerini ne ölçüde sergiledikleridir. Günümüzde farklı liderlik özelliklerine sahip olan antrenörlerin bu liderlik özelliklerini sergileyerek sporcularını ortak amaçlar çerçevesinde motive etmesi beklenebilir. Antrenörlerin motivasyon ve gelişimlerine katkı sağlayan, antrenmanlar ve müsabakalar sırasında doğru karar alma sürecinde rolü olan en önemli yapılardan biri olarak duygusal zekâ kavramı düşünülebilir. Antrenörlerin duygusal zekâ ve liderlik özelliklerinin incelenmesi ile kendi yeterliliklerini algılama düzeyleri ortaya konulacaktır. Bu sayede antrenörlük süreci ile ilgili varsa belirlenecek eksikliklerin tespiti ile çeşitli öneriler sunulacaktır. Dolayısıyla tüm yaş gruplarına hitap eden

antrenörlerin duygusal zekâ ve liderlik özelliklerinin ortaya konulması ile bu kavramlar arasındaki ilişkinin analiz edilmesi önem arz etmektedir. Antrenörlerin performansını doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği ileri sürülen yukarıda bahsi geçen kavramlar bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın iki temel amacı olduğu ileri sürülebilir: Antrenörlerin duygusal zekâ ve liderlik özelliklerinin düzeyini tespit etmek ve duygusal zekâ ve liderlik özellikleri arasında ilişkinin rolünü belirlemek.

Literatür taraması

Alanyazında yer alan bazı araştırma sonuçlarına göre, duygusal zekâyâ sahip olmanın liderliği etkilediği ortaya konmuştur (Karadavut ve Çetin, 2018; AlHashmei ve Hajee, 2013; Fazeli, vd., 2011). 1990'lı yıllardan bu yana yapılan çeşitli araştırmalarda sosyal ve duygusal zekanın bazı öğelerinin başarılı liderlerin benzer özellikleri olduğu tespit edilmiştir (Özdiñ, 2020). Dulewicz ve Higgs (2000) duygusal zekâ düzeyinin kariyer gelişimindeki rolünü incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmasında 100 yönetici kullanmış, çalışma sonucunda bireylerin duygusal zekâ düzeylerinin çalışma hayatlarında başarının bir göstergesi olduğunu vurgulamışlardır. Araştırmaların spor alanında beden eğitimi öğretmenleri, spor yöneticileri, hakemler ve sporcular üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Özdayı, 2011; Özdiñ, 2014; Aygün, 2018; Çelikdağ, 2018; Şimşek, 2018). Yukarıda geçen kavramları beraber olarak inceleyen literatürde az sayıda araştırma olmasının yanında, antrenörler kapsamında inceleyen araştırmalar da sınırlıdır (Ertaş ve Kırac, 2019; Hwang vd., 2013; Okumuş ve Şahin, 2018). Bu sebeple bu çalışmanın literatüre bir fark yaratacağı düşünülmektedir. Bunun yanında, bu çalışma ile antrenörlerin, duygusal zekâ ve farklı liderlik özelliklerinin önemini daha iyi özümsemeleri sağlanabilir.

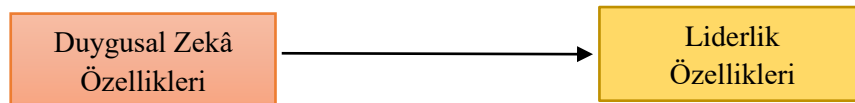
Yöntem

Araştırma modeli

Bir çalışma geçmiş veya şimdiki bir olayı var olduğu gibi ele alıyor ve tasvir etmeye yönelik ise tarama modellerinden yararlanır. Birçok öğeden oluşan bir evrende genel bir yargıya varabilmek için evrenden alınacak bir örneklem üstünde çalışma yapılması hususunda genel tarama modeli kurulur. Ayrıca iki ya da daha fazla değişken söz konusu olduğunda, değişkenler arasındaki ilişkinin varlığı, yönü ve şiddetini belirlemeye yönelik araştırmalarda ise ilişkisel tarama modeli kullanılır (İslamoğlu ve Alnaçık, 2019). Deneysel olmayan nicel araştırma yaklaşımlarımdan tarama araştırmalarının çoğu betimleme, ilişki ve fark sorularını bütünlük içerisinde inceler (Gliner vd., 2015). Bu araştırmada genel tarama ve ilişkisel tarama modellerinden faydalanılmıştır.

Duygusal zekâ özelliklerinin liderlik özellikleri üzerine etki ve ilişkisini belirlemek amacıyla Şekil 1'de araştırma modeli geliştirilmiştir.

Şekil 1: Araştırma modeli



Hipotezler

H₀: Duygusal yönden nispeten daha güçlü olma durumu antrenörlerin liderlik özellikleri üzerinde farklılık göstermez.

H₀: Antrenörlerin duygusal zekâ özellikleri ile liderlik özellikleri arasında ilişki yoktur.

Veri toplama yöntem ve araçları

Çalışma kapsamında -uygulama aşamasında- zaman ve masraf faktörleri göz önünde bulundurulduğundan anket ve ölçeklerin hem birebir uygulanması hem de internet ortamında uygulanmasının araştırmacı tarafından doğru olacağı düşünülmüştür. Anket ve ölçekler internet ortamında gerekli izinler alındıktan sonra bir ay boyunca açık tutulmuştur. Veri toplama sürecinde belirli aralıklar ile (15 günde bir) çoğunluğu telefon yolu ile olmak üzere hatırlatmalar yapılmıştır. Bu girişimler Gençlik ve Spor İl Müdürleri ve Şube Müdürleri aracılığı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada yer alan antrenörlerden veri toplamak amacı ile anket kullanılmıştır. Anket formu; kişisel bilgi formu, DZÖÖ ve SİLÖ ölçeği olmak üzere toplamda üç kısımdan meydana gelmektedir.

Kişisel bilgi formu

Bu bölümde çalışmada yer alan antrenörlerin sosyo-demografik durumlarını içeren değişkenlerden oluşmaktadır. Bu değişkenler yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, hizmet yılı, çalışma şekli, antrenörlük kademesi, spor dalı türü, çalışılan bölge ve il olarak belirlenmiştir.

Duygusal zekâ özellikleri ölçeği kısa formu

Araştırmada Petrides ve Furnham'ın (2000) geliştirdiği Duygusal Zekâ Özellikleri Ölçeği Kısa Formu kullanılmıştır. Ölçeğin hedefi, bireyin duygusal uygunluklarıyla alakalı kendini farketme seviyesini ortaya koymaktır. Deniz, Özer ve Işık (2013) tarafından ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması gerçekleştirilmiştir. Ölçek toplamda 20 madde ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. DZÖÖ-KF'nun ölçeğin tümü için Cronbach Alfa katsayısı 0.81, test-tekrar test güvenilirlik katsayısı 0,86 olarak bulunmuştur (Deniz vd., 2013). Bu araştırmada DZÖÖ-KF'nun 20 maddelik güvenilirlik tahlilinde Cronbach Alfa katsayısı 0,84 şeklinde bulunmuştur. Her ne kadar ölçek toplam puan verse de tüm alt boyutların güvenilirlik analizleri tek tek incelenmiştir. Sonuçlar tüm değerlerin güvenilirlik düzeyinin $.60 \leq \alpha \leq .84$ aralığında olduğunu göstermiştir. Güvenirlik analizi sonucunu yorumlamada Kline (1999) bu çalışmada kullanılan DZÖÖ-KF gibi psikolojik içerikli ölçekler için $\alpha \geq .60$ aralığının güvenilir olarak kabul edilebileceğini belirtmektedir. Üniversite öğrencileri üzerinde uyarlanan ölçeğin, antrenörler üzerinde de uygun sonuçlar verip vermeyeceği bağlı olarak üç alan uzmanının fikri alınmıştır. Uzmanların görüşleri neticesinde ölçme aracının uygulaması yönünde karar verilmiştir.

Spor İçin Liderlik Ölçeği

Araştırmada Chelladurai ve Saleh (1980)'in geliştirdiği ve Teques vd. (2020), yenileyerek kısa formunu oluşturduğu antrenörün kendi lider davranışını değerlendirmesi için oluşturulan Spor İçin Liderlik Ölçeği (SİLÖ)'nin kısa formu kullanılmıştır. Ölçeğin uzun formu 5'li likert yapıda düzenlenmiştir. Kısa formunda da yine 5'li likert yapı kullanılmıştır.

Değerlendirme: Bir boyuttaki maddelerin puanlarının toplamı madde sayısına bölünerek kişinin o boyuttaki puanı elde edilir.

Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları; demokratik davranış için, 0,80, otoriter davranış için, 0,20, eğitim ve öğretim için, 0,77, sosyal destek için, 0,64, pozitif geri bildirim için, 0,65 bulunmuştur. Analiz sonuçları, 5 faktör ile açıklanan varyansın toplam yüzdesinin ortalama %41 olduğunu göstermektedir (Tiryaki ve Toros Kazak, 2001).

Ölçeğin Türkçe uyarlamasında yer alan güvenilirlik değerleri incelenmiş ve otoriter davranış alt boyut değerlerinin oldukça düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Her ne kadar alanyazındaki diğer çalışmalarda bu değer düşüklüğünün madde sayısındaki azlıktan kaynakladığı ifade edilse de araştırmacı ölçeğin orijinal formunu kullanmayı tercih etmiştir. Bu noktadan hareketle ölçeğin uzun formunun faktör analiz değerlerinin istenilen/beklenen düzeyde çıkmaması üzerine ölçeğin kısa formunun kullanılmasına karar verilmiştir. SİLÖ-Kısa formunun geçerlik ve güvenilirlik analizleri Teques, vd., (2021) tarafından yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda (antrenörün kendini değerlendirmesi formunun) 15 maddelik modelin kabul edilebilir seviyede değerler taşıdığı görülmüştür (CFI=.913, RMSEA=.072). Güvenirlik analizi her alt boyut için teker teker analiz edildi ve CR değerlerinin, Eğitim ve Öğretim=0.76, Demokratik Davranış=0.87, Otokratik Davranış=0.73, Sosyal Destek=0.85 ve Pozitif Geri Bildirim=0.75 olduğu görülmüştür. Ölçeğin kısa formunun geçerli ve güvenilir olduğunun görülmesi üzerine araştırmacılardan gerekli izinlerin alınması sonrasında ölçek Türkçeye çevrilmiş ve gerekli analizler uygulanmaya başlanmıştır.

Spor için liderlik ölçeği-kısa formuna ilişkin yapılan geçerlik ve güvenilirlik analizleri

SİLÖ-kısa formunun geçerlik seviyesinin tespitine bağlı olarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmış; güvenilirlik seviyesinin ortaya koyulmasına yönelik ise Mc Donald's omega katsayıları hesaplanmıştır. Faktör analizleri öncesinde bir takım sayıltı ve gerekliliklerin tespiti gereklidir. Bu tespitler; örneklem büyüklüğü, normallik, çoklu doğrusallık, kayıp değerler ve tekillik değerleridir (Çokluk vd., 2012).

Örneklem Büyüklüğü: Örneklem büyüklüğünün belirlenmesine ilişkin literatürde farklı görüşler bulunmaktadır. Çoşkun vd. (2017), faktör analizi için 100 veya daha fazla örneklem boyutlarının tercih

edildiğini, bazı araştırmacıların ise örnek boyutunun ölçekte yer alan madde sayısının 5, 10, 20 katı olması gerektiğini ileri sürdüklerini belirtmişlerdir. Bu hususta Kline (2011) örneklem büyüklüğünün değişken (madde) çokluğunun 10 katı kadar olması gerektiği fikrini ileri sürmektedir. Bu çalışmada da öne sürülen bu yaklaşımlar çerçevesinde faktör analizleri için hipotez testlerinde kullanılacak örneklem haricinde rastgele yöntem ile seçilen 456 antrenörden veri toplanmıştır.

Kayıp Değerler: Analiz öncesinde kayıp değerler için gerekli kontroller yapılmış olup tespit edilen kayıp değerler analiz dışında tutulmuştur.

Normallik Dağılımı: Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) analizine girmeden önce verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığına kontrol edilmiştir. Bu amaçla skewness ve kurtosis değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değer aralıklarının ± 2 aralığında tespit edilmesi sonucu verilerin normal dağılıma sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (George ve Mallery, 2016).

Çoklu Bağlantı (Multicollinearity) ve Tekillik (Singularity): Değişkenler arası ilişkide iki durum söz konusudur. Çoklu bağlantı, değişkenler arasındaki korelasyonun ,90 üzerinde olması durumudur. Tekillik ise korelasyon katsayısının 1,00 olmasıdır (Şencan, 2005).

Çeviri Süreci: Orijinal ölçek, test yapısı konusuna hâkim üç uzman tarafından Türkçeye çevrilmiştir. İlk olarak ölçekte bulunan maddelerin anlamsal (kelimelerin anlamları), deneysel ve kavramsal bakımdan denkliği uzman bir dil bilimci tarafından incelendikten sonra maddeler beden eğitimi ve spor programından iki uzman tarafından da incelenmiştir.

Güvenirlilik Analizi: Yapı güvenirliliği ölçme aracında yer alan maddelerin genel güvenirliliği belirlemek amacı ile kullanılan yöntemdir (Raykov, 1998). Güvenirlilik analizinde iç tutarlılık katsayısı olarak ifade edilen Cronbach's Alpha katsayısının araştırmalarda oldukça fazla tercih edildiği bilinmektedir. Bununla birlikte, metodologlar Cronbach's Alpha'nın daha genel formu olan McDonald's omega (ω) ile karşılaştırıldığında en uygun güvenirlilik ölçüsü olmadığı konusunda uyarılmaktadırlar (Hayes ve Coutts, 2020). Cronbach's Alpha katsayısı madde sayısından etkilendiği için SİLÖ-Kısa Versiyonunun güvenilir olup olmadığını belirlemek amacı ile Mc Donald's omega değerleri incelenmiştir. Hair vd., (2016) ölçeklerden ulaşılan dataların güvenilir olması için Composite Reliability ve McDonald's omega değerlerinin 0,6 ve üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir. Cronbach Alfa gibi, omega güvenirliliği için kabul edilebilir veya yeterli seviyelerde evrensel olarak kabul edilmiş bir kılavuz yoktur, ancak ω ve ω_s katsayıları alfa katsayılarıyla aynı standartları karşılamalıdır ve ω_h ve ω_{hs} katsayıları minimumda .50'yi geçmelidir, ancak .75 tercih edilebilir (Reise, 2012; Reise vd., 2013).

Tablo 1: Spor için liderlik ölçeği-kısa versiyonuna ait omega ve cronbach alfa değerleri

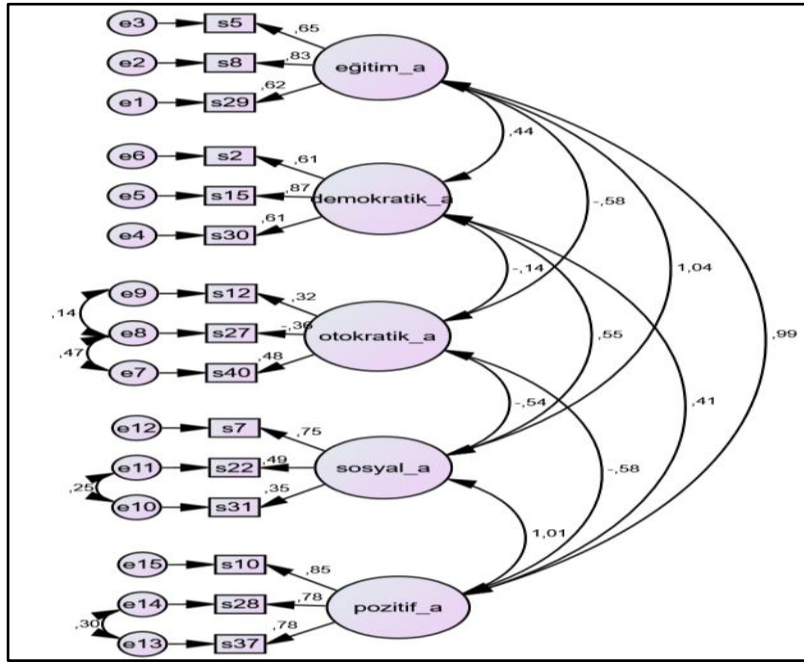
Değişkenler	Mc Donald's Omega Katsayıları	Cronbach Alfa Katsayıları
Eğitim-Öğretim	$\omega=0,741$	$\alpha=0,745$
Demokratik Davranış	$\omega=0,736$	$\alpha=0,730$
Otokratik Davranış	$\omega=0,806$	$\alpha=0,792$
Sosyal Destek	$\omega=0,606$	$\alpha=0,611$
Pozitif Geri Bildirim	$\omega=0,868$	$\alpha=0,863$

Tablo 1'deki değerler incelendiğinde yapı güvenirliliği analizi sonucunda, Eğitim-Öğretim alt boyutu .74, Demokratik Davranış alt boyutu .73, Otokratik Davranış alt boyutu .80, Sosyal Destek alt boyutu .60 ve Pozitif Geri Bildirim alt boyutu .86 olarak bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar alt boyutların yapı güvenirliliğine sahip olduğunu göstermektedir.

SİLÖ'ne ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

SİLÖ'nün geçerliliğini test etmek amacıyla DFA'dan faydalanılmıştır. Analizler IBM SPSS 26.0 ile AMOS 24 paket programları vasıtası ile gerçekleştirilmiştir. Analizler gerçekleştirilirken bazı maddeler arasında kovaryanslar oluşturulmuştur. Bu noktada Amos programının sunduğu modifikasyon değerleri dikkate alınmıştır.

Şekil 2: Spor için liderlik ölçeği analiz değerleri



Ölçeğin mevcut araştırmada kullanılan veri setine uygunluğunu değerlendirebilmek amacı ile farklı uyum indekslerinden yararlanılmıştır. Bu noktada araştırmacı da pek çok çalışmada kullanılan uyum indekslerini tercih etmiştir (Öztürk ve Kırac, 2019; Dinç ve Ekinci, 2019; Mishra ve Datta, 2011; Schreiber vd., 2006).

Tablo 2: Uyum iyiliği değer aralıkları

Ölçütler	Uyum İyiliği	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 5$
GFI	$,90 \leq GFI \leq 1$	$,80 \leq GFI \leq 1$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq ,05$	$0 \leq RMSEA \leq ,08$
CFI	$,97 \leq CFI \leq 1$	$,90 \leq CFI \leq 1$
IFI	$,95 \leq IFI \leq 1,00$	$,90 \leq IFI \leq ,95$
AGFI	$,90 \leq AGFI \leq 1$	$,80 < AGFI \leq 1$
PNFI		PNFI > 0,50
PGFI		PGFI > 0,50
SRMR		SRMR < 0,10

Kaynaklar: (Öztürk ve Kırac, 2019; Dinç ve Ekinci, 2019; Mishra ve Datta, 2011; Schreiber vd., 2006)

Tablo 3: Spor için liderlik ölçeği-kısa formuna ait uyum iyiliği değerleri

Ölçütler	Sonuçlar	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/df	3,528	$2 < \chi^2/df \leq 5$
GFI	,925	$,80 \leq GFI \leq 1$
RMSEA	0,75	$0 \leq RMSEA \leq ,08$
CFI	,927	$,90 \leq CFI \leq 1$
IFI	,928	$,90 \leq IFI \leq ,95$
AGFI	,881	$,80 < AGFI \leq 1$
PNFI	,653	PNFI > 0,50
PGFI	,586	PGFI > 0,50
SRMR	0,79	SRMR < 0,10

Modelin uyum indekslerinin RMSEA = .075 ve $\chi^2/sd = 3,528$ olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca diğer uyum indekslerinin ise GFI=.925, CFI=.927, AGFI=.881 olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar modelin iyi bir uyum gösterdiğine işaret etmektedir. Sonuçlar, ölçme aracının özgün formunda bulunan faktör yapılarının bu araştırma boyutunda doğrulandığını böylece ölçme aracının yeterince geçerliliği sağladığını göstermektedir.

Evren ve örneklem

Araştırmanın evrenini tespit edebilmek amacı ile toplam antrenör sayısını öğrenmek için Gençlik ve Spor Bakanlığı Personel Genel Müdürlüğüne dilekçe ile başvuruda bulunulmuş ve 2020 yılı itibari ile ülkemizde (81 il ve ilçe) görev yapan antrenör sayısı tespit edilmiştir. Böylelikle **araştırmanın evreninin** 2020 yılı dâhil olmak üzere toplam 4.489 antrenörden oluştuğu kabul edilmiştir.

Araştırmanın örneklem büyüklüğünü belirlemek için örneklem büyüklüğü hesaplama formüllerinden yararlanılmıştır.

Örnek boyutunu hesaplarken ana popülasyonun varyansı bilinmiyorsa, örnek boyutunu hesaplamak için aşağıdaki formül kullanılabilir (İslamoğlu ve Almaçık, 2019).

$$n = \frac{Nz^2 \cdot pq}{Nd^2 + z \cdot pq}$$

N= Ana kitle büyüklüğü,

p= Rastgele seçilmiş bir örnekte belirli bir niteliğe sahip olanların oranı

q= 1-p

d= Duyarlılık seviyesi

z= Varsayımın güven aralığı

4.489 birimlik ana kitleden çekilecek bir örnekte ana kitle ortalamasını tahmin ettiğimizde, %5 duyarlılık, %95 güven aralığı, z değeri= 1.96, evrende görülme değeri 0,5 (p) ve görülme değeri kabul edildiğinde, araştırmamız örneklemini için en az **368** katılımcıya ihtiyaç duyulmuştur.

$$n = \frac{4.489 \cdot (1,96^2) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{4 \cdot 4.489 \cdot (0,05)^2 + 1,96 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} = 368$$

Çoşkun, Altunışık ve Yıldırım (2017: 143), örnekleme konusunda hata riskini azaltmak için şu hususlara vurgu yapmaktadır: 30-500 arasındaki örneklem büyüklükleri birçok araştırma için uygundur. Ayrıca örneklerin alt grupları için her alt grupta en az 30 katılımcı olması gerekir.

Araştırmada toplam 643 antrenörden veri alınmıştır. 39 antrenörün verileri eksik, hatalı ve geliş güzel doldurduğu tespit edilmiş ve çalışma kapsamı dışında tutulmuştur. Böylece Tablo 4'te görüldüğü üzere araştırmanın örneklem grubunu 604 antrenör oluşturmuştur. Belirlenen çalışma evrenini temsil edebilecek yeterlilikte örneklem sayısının elde edildiği görülmektedir.

Araştırmada olasılıklı örnekleme metodlarından biri olarak görülen alanlara göre örnekleme metodundan faydalanılmıştır. Örnekleme yöntemi çerçevesinde yedi bölgeden belirlenen pilot illerde antrenörlere uygulamalar yapılmış ve veriler toplanmıştır. Belirlenen plan doğrultusundaki uygulama yapılan bölgeler ve iller Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Alan örnekleme yöntemine göre araştırmanın evren ve örneklemini

Birim	Evren	Örneklem
İstanbul GHSİM	163	94
Kocaeli GHSİM	87	12
Balıkesir GHSİM	48	14
Ankara GHSİM	246	61
Konya GHSİM	113	51
Yozgat GHSİM	37	15
Rize GHSİM	49	44
Trabzon GHSİM	92	25
Bolu GHSİM	61	34
İzmir GHSİM	137	46

Manisa GHSİM	65	10
Afyon GHSİM	32	21
Hatay GHSİM	56	13
Osmaniye GHSİM	48	15
K. Maraş GHSİM	82	19
Erzurum GHSİM	81	19
Erzincan GHSİM	44	15
Elazığ GHSİM	43	12
Diyarbakır GHSİM	92	62
Mardin GHSİM	47	11
Adıyaman GHSİM	55	11
Genel Toplam	1678	604

Araştırmaya Dâhil Olma Kriterleri

20-65 yaş aralığında, Gençlik ve Spor İl ve İlçe Müdürlüklerinde çalışan, kadrolu, sözleşmeli ve sürekli işçi statüsünde olan antrenörler araştırmaya dâhil edilmiştir.

Araştırmadan Dışlanma Kriterleri

Özel kulüplere bağlı olarak çalışan, fahri antrenör statüsünde olan antrenörler araştırmaya dahil edilmemiştir.

Verilerin analizi

SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 26.0 programından faydalanılarak veriler çözümlenmiştir. Tablo ve grafiklerin çizimi MS Excel paket programı ile yapılmıştır. Verilerin normallik varsayımları incelenmiş ve sonuçlar aşağıda detaylıca aktarılmıştır. Ayrıca varyansların homojenliğinin kontrolü için yapılan levne testi sonuçları incelenmiştir.

Tablo 5: Normallik dağılımı sonuçları

Alt Boyutlar	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Eğitim_Öğretim	0,192	604	0,00	0,814	604	0,00
Demokratik_Davranış	0,105	604	0,00	0,963	604	0,00
Otokratik_Davranış	0,117	604	0,00	0,975	604	0,00
Sosyal_Destek	0,147	604	0,00	0,928	604	0,00
Pozitif_Geribildirim	0,255	604	0,00	0,693	604	0,00
İyi_Oluş	0,133	604	0,00	0,901	604	0,00
Öz_Kontrol	0,099	604	0,00	0,942	604	0,00
Duygusalılık	0,122	604	0,00	0,975	604	0,00
Sosyalılık	0,091	604	0,00	0,959	604	0,00
Toplam_DZ	0,123	604	0,00	0,924	604	0,00

a Lilliefors Significance Correction

Araştırmada LÖ ölçeğinin kısa formu kullanılmıştır. Bu doğrultuda orijinal ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmış ve raporlaştırılmıştır (Bkz: Tablo 1-2-3). Ayrıca DZÖÖ-Kısa formun güvenilirlik sonuçları araştırmanın veri toplama araçları bölümünde açıklanmıştır.

Verilerin analizinde ilk olarak 604 antrenörün yanıtlamış oldukları ölçeklerin cevaplarının puan ortalamaları doğrultusunda; tanımlayıcı istatistikler, Spearman korelasyon analizleri ve Tek Yönlü MANOVA testi yapılmıştır. Veriler $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde bir fark olup olmadığına bakılmıştır. MANOVA testinin ana varsayımlarından biri olarak görülen bağımlı değişkenlerin vektörlerinin çok değişkenli normal dağılıma sahip olmasıdır. Bu varsayım Box's M testi ile kontrol edilir. Bu testin (sig.) sonuçları 0,05'in altındaysa, bu varsayım koşulu ihlal edilir. Box's M testi büyük verilere oldukça duyarlıdır ve sonuçları anlamlı çıkartabilir. Bu yüzden bu testin sonuçlarının Levene testi ile değerlendirilmesi faydalı olur (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019). Böylelikle Tek Yönlü MANOVA testinin varsayımları için gerekli kontroller yapılmış ve hipotez testleri kısmında detaylı olarak aktarılmıştır.

Özdamar (2015), örnek hacmi fazla ($n > 25$) homojen verilerde yapılan güç karşılaştırmalarında Shapiro-Wilk testi ve Anderson Darling testini normallik kontrolü yaparken uygulanması gereken testler olarak belirtmiştir. Bu çalışmada Shapiro Wilk testi tercih edilmiştir. Ayrıca verilerin normalliğin kontrolünde grafiksel yöntemlerden de faydalanılmış ve bu kapsamda histogramlar incelenmiştir. Gerekli kontroller sonucu verilerin normal dağılım göstermedikleri tespit edilmiştir.

Etik kurul onayı

Araştırmanın etik kurul belgesi Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından (27/11/2019-E.8738) alınmıştır. Araştırma izni ise GSB bilimsel araştırma ve yayın etiği kurulu tarafından 02/09/2020 tarihinde alınmıştır.

Bulgular

Antrenörlerin bazı demografik bilgileri Tablo 6’da gösterilmektedir.

Tablo 6: Antrenörlerin tanımlayıcı özellikleri

Değişkenler		Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	170	28,1
	Erkek	434	71,9
Hizmet Yılı	1-5 Yıl	227	37,6
	6-10 Yıl	212	35,1
	11-15 Yıl	93	15,4
	16 Yıl ve Üzeri	72	11,9
Antrenörlük Kademesi	1. Kademe	69	11,4
	2. Kademe	204	33,8
	3. Kademe	255	42,2
	4. Kademe	56	9,3
	5. Kademe	20	3,3
Spor Dalı Türü	Bireysel Sporlar	382	63,2
	Takım Sporları	222	36,8
Lisanslı Olarak Spor Yapma Durumu	Evet	540	89,4
	Hayır	64	10,6

Tablo 6’ya göre antrenörlerin; %28,10’u ($n=170$) kadın, %71,90’ı ($n=434$) erkek, %37,60’ı ($n=227$) 1-5 yıl çalışan, %35,10’u ($n=212$) 6-10 yıl çalışan, %15,40’ı ($n=93$) 11-15 yıl çalışan, %11,90’ı ($n=72$) 16 yıl ve üzeri çalışan antrenörlerden oluşmaktadır. Antrenörlerin, %11,40’ı ($n=69$) 1. kademe, %33,80’i ($n=204$) 2. kademe, %42,20’si ($n=255$) 3. kademe, %9,30’u ($n=56$) 4. kademe, %3,30’u ($n=20$) 5. kademe; %63,20’si ($n=382$) bireysel sporları çalıştırmış, %36,80’i ($n=222$) takım sporlarını çalıştırmış, %89,40’ı ($n=540$) daha önce lisanslı olarak spor yapmış, %10,60’ı ($n=64$) daha önce lisanslı olarak spor yapmamıştır.

Duygusal zekâ ve liderlik özellikleri ölçekleri alt boyutlarının tanımlayıcı istatistikleri

Tablo 7: Antrenörlerin liderlik özellikleri ölçeği puan ortalamaları

Alt Boyutlar	N	Ort	SS	Minimum	Maksimum
Eğitim-Öğretim	604	3,39	0,67	0	4
Demokratik Davranış	604	2,58	0,90	0	4
Otokratik Davranış	604	1,70	0,78	0	4
Sosyal Destek	604	2,97	0,79	0	4
Pozitif Geri Bildirim	604	3,53	0,71	0	4

Tablo 7’deki değerler incelendiğinde, liderlik özelliği ölçek puan ortalamalarının 0-4 puan aralığında olduğu görülmektedir. Antrenörlerin LÖ alt boyutlarında en yüksek puan ortalamasına pozitif geri

bildirim ($\bar{x}=3,53\pm 0,71$) alt boyutunun, en düşük puan ortalamasına ise otokratik davranış ($\bar{x}=1,70\pm 0,78$) alt boyutunun sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Antrenörlerin duygusal zekâ özellikleri ölçeği puan ortalamaları

Alt Boyutlar	N	Ort	SS	Minimum	Maksimum
Öznel İyi Oluş	604	22,18	4,90	4	28
Öz Kontrol	604	22,01	4,49	5	28
Duygusallık	604	20,46	3,86	7	28
Sosyallik	604	21,55	4,29	5	28
Toplam DZ	604	22,59	4,38	4	28

Tablo 8'deki değerler incelendiğinde, DZÖÖ toplam puanlarının 4-28 puan aralığında olduğu görülmektedir. Antrenörlerin DZÖ alt boyutlarında en yüksek puan ortalamasına öznel iyi oluş ($\bar{x}=22,18\pm 4,90$) alt boyutunun, en düşük puan ortalamasına ise duygusallık ($\bar{x}=20,46\pm 3,86$) alt boyutunun sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca toplam duygusal zekâ skorunun ise ($\bar{x}=22,59\pm 4,38$) olduğu görülmektedir.

Hipotez testleri

Duygusal zekâ düzeyinin antrenörlerin liderlik özelliklerine etkisi

Kategorik DZÖ düzeylerinin LÖ ölçeği alt boyutları üzerinde etkili olup olmadığı belirlemek üzere gerçekleştirilen MANOVA testi Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9: Antrenörlerin duygusal zeka düzeylerinin liderlik özelliklerine etkisini gösteren MANOVA sonuçları

Wilks' Lambda	F	Hipotez df	Hata df	P
0,949	3,160	10	1194	0,001

MANOVA testinin uygulanabilmesi için zorunlu görülen varsayımlar analizler öncesinde incelenmiştir. Bu çerçevede, varyans-kovaryans matrisinin tek değişkenli ve çok değişkenli normalliği, doğrusallığı, homojenliği ve araştırma verileriyle ilgili çoklu bağlantı sorununun olup olmadığı incelenmiştir (Büyüköztürk, 2013; Pallant, 2005). Bu doğrultuda Box's M test sonuçları incelenmiştir. Test sonuçlarında anlamlılık değeri 0.001'den daha büyükse bu varsayım sağlanmış demektir (Pallant, 2005). Mevcut çalışmada Box's M değerinin 0.016 bulunması bu varsayımın uygunluğunun göstergesidir. Tek değişkenli normallik durumları için bağımlı değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Yapılan ön analizler sonucunda herhangi bir ihlal tespit edilmemiştir. Ayrıca levene testi ile varyansların homojenliği kontrol edilmiş, bağımlı değişkenler arasında homojenliğin ihlali tespit edilen değişkenler için uygun testler seçilmiştir.

LÖ ölçeğinin alt boyutları üzerinde yapılan MANOVA sonuçları, antrenörlerin DZ düzeyine bağlı olarak liderlik özelliği ölçeğinin alt boyutlarında manidar farklılık göstermektedir (WilksL(λ)=,949; F(10,1194)=3,160; $p<0,05$). Bu bulgu, alt boyutlarda elde edilen puanlarda meydana gelen doğrusal bileşenden alınacak puanların DZ düzeyine göre değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

MANOVA testinde anlamlı farklılık olduğu için grup ortalamalarının DZ düzeyine göre nasıl farklılaştığını incelemek amacıyla Anova testi incelenmiş ve sonuçlar Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: Antrenörlerin duygusal zekâ düzeylerine göre liderlik özelliklerini gösteren ANOVA sonuçları

Alt Boyutlar	Duygusal Zekâ Düzeyleri	n	Ort	SS	F	P	Fark
Eğitim-Öğretim	Düşük	110	3,20	0,79	5,870	0,003	3-2>1
	Orta	309	3,41	0,64			
	Yüksek	185	3,48	0,64			

Demokratik Davranış	Düşük	110	2,71	0,88	2,011	0,135	
	Orta	309	2,58	0,90			
	Yüksek	185	2,49	0,92			
Otokratik Davranış	Düşük	110	1,84	0,70	2,296	0,102	
	Orta	309	1,66	0,80			
	Yüksek	185	1,67	0,78			
Sosyal Destek	Düşük	110	3,00	0,78	0,297	0,743	
	Orta	309	2,94	0,76			
	Yüksek	185	2,99	0,84			
Pozitif Geri Bildirim	Düşük	110	3,32	0,86	6,114	0,002	3-2>1
	Orta	309	3,56	0,65			
	Yüksek	185	3,60	0,68			

ANOVA sonuçları değerlendirildiğinde, antrenörlerin eğitim-öğretim ($F_{(2,601)} = 5,87$, $p = 0,003$) ve pozitif geri bildirim alt boyutlarında ($F_{(2,601)} = 6,114$, $p = 0,002$) anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bağımlı değişkenler için elde edilen sonuçlar ayrı ayrı ele alındığında $\alpha = 0,017$ düzeyinde Bonferroni ayarlanmış alfa düzeyi kullanarak yapılan değerlendirmelere göre eğitim- öğretim alt boyutunda, yüksek ($\bar{x} = 3,48$) ve orta ($\bar{x} = 3,41$) duygusal zekâ düzeyine sahip antrenörlerin düşük ($\bar{x} = 3,20$) duygusal zekâya sahip antrenörlere göre puan ortalamaları anlamlı bir şekilde yüksek bulunmuştur. Benzer şekilde pozitif geri bildirim alt boyutunda, yüksek ($\bar{x} = 3,60$) ve orta ($\bar{x} = 3,56$) duygusal zekâ düzeyine sahip antrenörlerin düşük ($\bar{x} = 3,32$) duygusal zekâya sahip antrenörlere göre puan ortalamaları anlamlı bir şekilde yüksek bulunmuştur.

Duygusal zekâ-liderlik özellikleri ilişkisi

Antrenörlerin DZ ve LÖ alt boyutları arasında manidar bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla $\alpha = 0,05$ anlamlılık düzeyinde Spearman brown sıra farkları korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Normallik ve doğrusallık varsayımları, yapılan ön analizler ile kontrol edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 11’de sunulmaktadır.

Tablo 11: Duygusal zekâ ve liderlik özellikleri ölçeği altboyutlarının spearman test sonuçları

Değişkenler		DZ Toplam Puan	İyi Oluş	Öz Kontrol	Duygusallık	Sosyallik
Eğitim-Öğretim	r	,143**	,168**	,180**	,115**	,165**
	p	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000
	n	604	604	604	604	604
Demokratik Davranış	r	-,095*	0,031	-,083*	-0,027	-0,033
	p	0,020	0,443	0,041	0,511	0,415
	n	604	604	604	604	604
Otokratik Davranış	r	-0,043	-0,065	-,094*	-,165**	-,082*
	p	0,289	0,111	0,021	0,000	0,044
	n	604	604	604	604	604
Sosyal Destek	r	0,014	0,071	0,057	0,071	0,001
	p	0,723	0,082	0,164	0,083	0,972
	n	604	604	604	604	604
Pozitif Geri Bildirim	r	,105*	,156**	,180**	,163**	,193**
	p	0,010	0,000	0,000	0,000	0,000
	n	604	604	604	604	604

** $p < 0,01$ * $p < 0,05$

Sonuçlar incelendiğinde; eğitim-öğretim alt boyutu ile öznel iyi oluş ($r = .16^{**}$; $p < .05$); öz kontrol ($r = .18^{**}$; $p < .05$); duygusallık ($r = .11^{**}$; $p < .05$); sosyallik ($r = .16^{**}$; $p < .05$); alt boyutları ve toplam DZ skorları ($r = .14^{**}$; $p < .05$) arasında pozitif yönde zayıf düzeyde manidar bir ilişki ortaya koydukları görülmektedir. Demokratik davranış alt boyutu ile öz kontrol alt boyutu ($r = -.08^{*}$; $p < .01$) ve toplam DZ puanları ($r = -.09^{*}$; $p < .01$); negatif yönde zayıf manidar bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Otokratik davranış alt boyutu ile öz kontrol alt boyutu ($r=-.09^*$; $p<.05$); duygusallık ($r=-.16^{**}$; $p<.05$) ve sosyallik ($r=-.08^*$; $p<.01$) alt boyutu arasında negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Sosyal destek alt boyutu ile DZÖ alt boyutları arasında manidar bir ilişki tespit edilmedi.

Pozitif geri bildirim alt boyutu ile öznel iyi oluş ($r=.15^{**}$; $p<.05$); öz kontrol ($r=.18^{**}$; $p<.05$); duygusallık ($r=.16^{**}$; $p<.05$); sosyallik ($r=.19^{**}$; $p<.05$); alt boyutları ve toplam DZ skorları arasında ($r=.10^{**}$; $p<.05$); pozitif yönde zayıf düzeyde manidar bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tartışma

Literatürdeki bazı araştırmaların üzerinde yoğunlaştığı nokta, bir liderin öncelikli sorumluluğunun çalışanlarının duygularını yönetmesi gerekliliği üzerinedir. Bu sebepten ötürü liderlerin ortalama duygusal zekâ yeteneğine sahip olması gerektiği hatta yüksek DZ seviyesine sahip olan liderlerin sorunların ve çatışmaların çözülmesinde etkili olduğu söylenebilir (Özdinç, 2020). Antrenörleri sporcularını ortak amaçları çerçevesinde yöneten ve yönlendiren liderler olarak ele alan bu araştırmanın amacı, antrenörlerin DZ ve LÖ düzeylerini ortaya koymak ve antrenörlerin DZ düzeyleri ile LÖ ilişkisini incelemektir.

Antrenörlerin LÖ alt boyut puan ortalamaları betimsel istatistik sonuçları yorumlandığında, eğitim-öğretim ve pozitif geri bildirim alt boyut ortalamalarının en yüksek değerlere sahip oldukları görüldü. Bir başka ifade ile antrenörlerin, sporculara maksimum fiziksel potansiyellerine ulaşmalarında yardımcı olmaları için eğitim ve talimat vermeleri, sporcuların kendilerine gerekli becerileri nasıl kazanacakları konusunda onlara talimat yönlendirmeleri ve sporun tekniklerini ve taktiklerini öğretmeleri noktasında kendilerini yeterli gördükleri söylenebilir. Benzer şekilde antrenörlerin, sporcuların gösterdikleri performans ve katkılarından ötürü onları takdir etmeleri ve onlara iltifat etmeleri, sporcularına olumlu geri bildirimlerde bulunmaları noktasında kendilerini yeterli algıladıkları söylenebilir. Fakat sporcularının karar alma süreçlerine katkı sağlamaları noktasında ise pek de demokratik bir davranış içerisinde olmadıkları görüldü. Özbey ve Yılmaz (2021) ve Chee (2017)'nin araştırmalarındaki betimsel istatistikler ile karşılaştırıldığında bu araştırmadaki ortalamaların daha düşük seviyede oldukları söylenebilir.

Antrenörlerin DZÖ alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde, puan ortalamalarının 4-28 puan aralığında olması göz önünde bulundurularak antrenörlerin nispeten yüksek düzeyde puan ortalamalarına sahip olduğu söylenebilir. Dahası, alt boyutlar arasında en yüksek ortalamaya öznel iyi oluşun sahip olduğu, en düşük ortalamaya ise duygusallığın sahip olduğu görüldü. Bir başka ifade ile antrenörlerin sahip oldukları kişisel özelliklerini ve donanımlarını olumlu değerlendirdikleri, hayattan oldukça memnuniyet duydukları söylenebilir. Benzer şekilde antrenörlerin motivasyon, uyum ve hayatlarını düzenleme noktasında olumlu algılara sahip oldukları düşünülebilir. Antrenörlerin duygularını tanıma ve gösterme ile diğer insanlarla duygusal bağ kurma özelliklerini nispeten daha düşük düzeyde yeterli gördükleri söylenebilir. Şimşek (2018) antrenörler üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında da mevcut araştırma sonuçları ile benzer sonuçlara ulaşmıştır.

Araştırma sonuçları, antrenörlerin liderlik özelliklerinin duygusal zekâ düzeylerine bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Bu duruma göre H_0 hipotezi reddedilmiştir. Orta ve yüksek DZ düzeyine sahip antrenörlerin düşük duygusal zekaya sahip olan antrenörlerden eğitim-öğretim ve pozitif geri bildirim alt boyutlarında farklılaştığı görülmüştür. Bir başka ifade ile motivasyonu ve uyum sağlama yeteneği yüksek, duygularını kontrol ve ayırt edebilen, stresle daha iyi başa çıkabilen antrenörlerin sporcuların gerekli becerileri kazanma noktasında onları yönlendirmesinde ve sporcuların gösterdikleri başarılı performanstan ötürü onları takdir etme noktasında daha iyi oldukları söylenebilir. Duygusal yönden nispeten daha güçlü antrenörlerin sporcularını motive etme, başarıyı ödüllendirme gibi davranışlarda bulunması sporcularının performansları üzerinde önemli bir etken olarak görülebilir. Bu açıdan yaklaşıldığında elde edilen sonuçların antrenör-sporcu ilişkisi açısından da değerli olduğu ve sporcu performansını etkileyebilecek bir faktör olarak görülebileceği söylenebilir.

Duygusal zekâsı yüksek olan liderler ekibinde çalışan bireylerin duygularının farkına varabilir. Bu farkındalık ortak amaç ve hedefler için harekete geçmeyi daha cazip hale getirebilir (Vardarlier ve

Yapıcı, 2020). Nitekim literatürde duygusal zekânın liderlik davranışları üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu araştırmalar mevcuttur (Arslan ve Kılıç, 2021). Amram (2009) araştırmasında duygusal zekânın liderlik etkinliği üzerinde katkıda bulunduğunu vurgulamıştır. Osborne (2012) araştırmasında DZ ile liderlik arasında anlamlı ilişkiler tespit etmiştir. Saeed (2017) karate sporcuları örnekleminde yürütmüş olduğu araştırmada DZ ile liderlik arasında anlamlı ilişkiler tespit etmiştir. Rego, vd., (2007) çok sayıda çalışmayı tartışılar ve dönüştürücü liderlerin etkinliğinin duygusal zekâdan kaynaklandığını öne sürdüler. Elde edilen bu sonuçlar araştırmamız bulguları ile örtüşmektedir.

Her ne kadar zayıf düzeyde ilişkili olsa da duygusal yönden güçlenen antrenörlerin teknik-taktik becerileri aktarmada ve sporcularını performanslarından ötürü takdir etmede daha başarılı oldukları söylenebilir. Bu duruma göre H_0 hipotezi reddedilmiştir. Bu duruma karşın duygusal açıdan güçlü olmanın demokratik ve otokratik davranışlar üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir korelasyonunun olmadığı hatta negatif yönlü korelasyonunun olduğu görülmüştür. Bir başka ifade ile duygusal zekâ alt boyutları ile antrenörlerin karar tarzı faktörleri negatif yönlü ilişkilidir.

Korelasyon testlerinde iki değişken arasında nedensellik belirlemek olanaksızdır. Yani değişkenin hangisi neden, hangisinin sonuç olduğunu söyleyemeyiz (İslamoğlu ve Alnıçık, 2019). Bu nedenle değişkenler arasında yorumlamalar yapılırken yalnızca çıkarımlarda bulunulmuştur. Ayrıca büyük örneklemlerde oldukça küçük korelasyon katsayıları anlamlı çıkabilir (Pallant, 2005). Bu durum araştırmamız örnekleminde geçerlidir. Yani anlamlı fakat oldukça düşük düzeyde korelasyon görülmesinin bir nedeni olarak örneklem büyüklüğü gösterilebilir.

Çelikdağ (2018) beden eğitimi öğretmenleri örnekleminde yapmış olduğu araştırmasında DZ ile karizmatik liderlik arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Delice ve Günbeyi (2013) polis örnekleminde yürütmüş olduğu araştırmada duygusal zekâ düzeyleriyle liderlik davranışları arasında pozitif, kuvvetli ve istatistikî bakımdan manidar bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Yapılan bir başka çalışmada üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ puanlarıyla liderlik puan ortalamaları arasında pozitif yönde manidar bir ilişki saptamıştır. (Ertaş ve Kıraç, 2019). Özdemir ve Özkul (2016) çalışan bireyler üzerinde düzenlediği araştırmasında duygusal zekâ boyutlarıyla liderlik uygulamaları arasında pozitif yönlü ve manidar bir ilişki olduğunu ifade etmiştir. Hwang vd (2013) antrenörlerin duygusal zekası, antrenörlük yeterliliği ve liderlik tarzı arasındaki ilişkileri araştırmış, liderlik özelliklerinin duygusal zeka ile ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmamız bulguları ile literatürde yer alan çalışmaların yüksek oranda örtüştüğü söylenebilir.

Sonuç ve öneriler

Sonuç olarak, antrenörlerin duygusal zekâ ve liderlik özelliklerini algılama düzeylerinin olumlu seviyelerde olduğu görülmüştür. Ancak duygusallık boyutunda nispeten daha düşük ortalamalar dikkat çekmektedir. Duygusal zekâ düzeyleri daha yüksek olan antrenörlerin, sporcuların gerekli becerileri kazanma noktasında onları yönlendirmelerinde ve sporcuların gösterdikleri başarılı performanstan ötürü onları takdir etme noktasında daha iyi oldukları gözlemlenmiştir. Dahası, antrenörlerin duygusal zekâ düzeyleri onların liderlik düzeyleri üzerinde farklılık yaratmış ve duygusal zekâ ile liderlik özellikleri arasında düşük düzeyde manidar ilişkiler bulunmuştur.

Bu bölümde, öneriler iki başlık olarak sınıflandırılmıştır. Bunlar; araştırmaya ve uygulamaya dönük önerilerdir. Araştırmaya dönük öneriler: Araştırmanın evrenini SHGM merkez ve taşra teşkilatında görev yapan antrenörler oluşturmaktadır. Araştırma, özel kulüplerde çalışan antrenörleri de kapsayacak şekilde daha geniş bir evren-örneklem çerçevesinde düzenlenebilir. Araştırma kapsamında sadece antrenör görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma, spor yöneticileri örnekleminde tekrarlanabilir. Bu araştırmada duygusal zekâ ve liderlik özelliklerini belirleyen veri toplama araçları kişisel özellikler yaklaşımı kapsamında (antrenörlerin kendini değerlendirmesi) tercih edilmiştir. İleride yapılacak olan araştırmalarda yetenek yaklaşımı ya da karma yaklaşım kapsamında düzenlenen veri toplama araçları ile araştırmalar düzenlenebilir. Ayrıca tercih edilebilecek diğer veri toplama araçları ile sporcuların antrenörlerini değerlendirmeleri incelenebilir. Duygusal zekâ ve liderlik özelliklerini ele alan nitel çalışmalar yapılabilir. Dahası, antrenörlere duygusal zekâ beceri eğitimleri gibi eğitim programları uygulanarak antrenörlerin gelişimleri takip edilebilir.

Uygulamaya dönük öneriler: Araştırma sonucunda, SHGM Merkez ve Taşra teşkilatında görev yapan antrenörlerin duygusal zekâ özellikleri duygusallık nispeten düşük puan ortalamalarına sahip oldukları saptanmıştır. Buradan hareketle, SHGM ve GSİM düzenli aralıklarla psiko-eğitim programları düzenlemesi önerilmektedir. Antrenörlerin duygusallık becerilerinin desteklenmesi ve iletişim becerilerinin artırılması amacı ile sadece antrenörlerin duygusal gelişimleri sağlanmayacak aynı zamanda antrenör-sporcu ilişkilerinin de olumlu anlamda gelişmesi sağlanacaktır.

Araştırma sonucunda duygusal zekâ özelliklerinin gelişimleri ile liderlik özelliklerinin gelişiminin sağlanabileceği görülmüştür. Bu kapsamda antrenörlere sosyal beceri geliştirme programlarının yanı sıra özellikle duygusal zekâ beceri eğitim programlarının düzenlenmesi önerilmektedir. Ayrıca bu eğitim programlarının belirli zaman dilimlerinde spor dallarının düzenlenmiş olduğu seminerlerde eğitimciler tarafından antrenörlere aktarılması önerilmektedir. Dahası, antrenör kademe yükseltme programlarında ve sınavlarında duygusal zekâ beceri eğitim programlarının dahil edilmesi ile antrenörlerin çok yönlü gelişimi sağlanabilir.

Kaynakça

- AlHashmei, S. E. ve Hajee, Z. R. (2013). The relationship between leadership, educational level and emotional intelligence. A Case Study in Bahrain. *Prabandhan: Indian Journal of Management*, 6(1), 24-32.
- Amram, J. Y. (2009). *The contribution of emotional and spiritual intelligences to effective business leadership*. (Unpublished PhD Dissertation). Institute of Transpersonal Psychology. Palo Alto, California.
- Arslan, A. ve Kılıç, M. (2021). Farklı spor branşlarındaki sporcuların duygusal zekâ ve liderlik davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Modern Leisure Studies*, 3(1), 12-34.
- Aygün, M. (2018). *Buz hokeyi sporcularının duygusal zekâ ve liderlik özelliklerinin sportif sürekli kendine güven üzerine etkisi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Büyüköztürk, Ş. (2013). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Can, H. (1999). *Organizasyon ve Yönetim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Chan, J. T. ve Mallett, C. J. (2011). The value of emotional intelligence for high performance coaching. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 6(3), 315-328.
- Chee, H. K., Rasyid, N. M., Tengah, R. Y., ve Low, J. F. L. (2017). Relationship between leadership style and performance of Perak Sukma athletes and coaches. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 9(6S), 1323-1333.
- Chelladurai, P. ve Saleh, S. D. (1980). Dimensions of leader behavior in sports: Development of a leadership scale. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 2(1), 34-45.
- Çelikdağ, C. (2018). *Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin duygusal zekâ düzeyleri ile liderlik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik spss ve lisrel uygulamaları* (2. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Çoşkun, R., Altıışık, R. ve Yıldırım, E. (2017) *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Delice, M. ve Günbeyi, M. (2013). Duygusal zekâ ve liderlik ilişkisinin incelenmesi: Polis teşkilatı örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), 209-239.
- Deniz, M.E., Özer, E. ve Işık, E., (2013). Trait emotional intelligence questionnaire–short form: validity and reliability studies. *Education and Science*, 38(169), 407-419.
- Dinç, S., ve Ekinci, M. (2019). Turkish adaptation, validity and reliability of compassion fatigue short scale. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 11(Ek 1), 192-202.
- Dulewicz V., ve Higgs M. (2000). Emotional intelligence: a review and evaluation study. *Journal of Managerial Psychology*, 15(4), 341-372.
- Ertaş, H., ve Kırac, R. (2019). Sağlık yönetimi öğrencilerinin liderlik ve duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi. *Ekev Akademi Dergisi*, 23(80), 247-262.
- Fazeli, Z., Farhangdoost, Y., ve Fazeli, S. A. (2011). The relationship between emotional intelligence and transformational leadership for managers of their anianministry of agriculture. *Journal of American Science*, 7(11), 116-121.

- George, D., ve Mallery, M. (2016). *IBM SPSS statistics 23 step by step a simple guide and reference (14th edition)*. New York: Routledge.
- Gliner, A. J., Morgan A. G. ve Leech, L. N. (2015). *Uygulamada araştırma yöntemleri*, (S. Turan, Çev.) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hair Jr, F. J., Hult, G., Ringle, C., ve Sarstedt, M. (2016). *Specifying the path model and examining data. A primer on partial least squares structural equation modeling*. New Delhi: Sage Publications.
- Hayes, A. F., ve Coutts, J. J. (2020). Use omega rather than Cronbach's alpha for estimating reliability. *But Communication Methods and Measures*, 4(1), 1-24.
- Hwang, S., Feltz, D. L., ve Lee, J. D. (2013). Emotional intelligence in coaching: Mediation effect of coaching efficacy on the relationship between emotional intelligence and leadership style. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 11(3), 292-306.
- İslamoğlu, A. H., ve Alnaçık, Ü. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Karadavut, Y., ve Çetin, Ş. (2018). Duygusal zekânın liderlik üzerine etkisi: Okul yöneticileri üzerine bir araştırma. *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 359-386.
- Kline, P. (1999). *The Handbook of psychological testing* (2rd ed.). London: Routledge.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd. Ed.). New York and London: The Guilford Publications Press.
- Konter E. (1996). *Bir lider olarak antrenör* (1. Basım). İstanbul: Alfa Yayın.
- Mikolajczak, M., ve Limunet, O. (2008). TEQ and the cognitive appraisal of stressful events: An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 44(7), 144-153.
- Mishra, P., ve B, Datta. (2011). Perpetual asset management of customer-based brand equity-the pam evaluator. *Current Research Journal of Social Sciences*, 3(1), 34-43.
- Okumuş, A., ve Şahin, M. (2018). The relationship of emotional intelligence and institutional culture with organizational cynicism. *Journal of Human Sciences*, 15(4), 2635-2643.
- Osborne, A. M. (2012). *The relationship between emotional intelligence and leadership practices among physicians*. (Doctoral Dissertation). Available from ProQuest Dissertations & Theses: Full Text (3523050).
- Özbey, Ö., ve Yılmaz, B. (2021). Türkiye olimpik hazırlık merkezlerinde görev yapan antrenörlerin liderlik ve iletişim beceri düzeylerinin sporcular tarafından değerlendirilmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 19(3), 96-106.
- Özdamar, K. (2015). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Ankara: Nisan Yayınevi.
- Özdayı, N. (2011). *Futbol hakemlerinin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi.
- Özdemir, K. ve Özkul, A. (2016). Duygusal zekâ boyutları ile liderlik uygulamaları arasındaki ilişki: savunma sanayi sektöründe beyaz yaka çalışanlar üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1449-1463.
- Özdiñç, Ö. (2014). *Türkiye'deki spor örgüt yöneticileri üzerinde duygusal zekâ ve liderlik davranışları ilişkisinin incelenmesi*. (Yayınlanmış Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi.
- Özdiñç, Ö. (2020). *Günlük yaşamda, sporda ve liderlikte duygusal zekâ*. İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Öztürk, Y. E. ve Kırış, R. (2019). *Hekim merhameti önündeki engeller ölçeğinin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması*. 4. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yönetimi Kongresi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Pallant, J. (2005). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for windows*. Australia: Australian Copyright.
- Petrides, K. V., ve Furnham, A. (2000). On the dimensional structure of emotional intelligence. *Personality and individual differences*, 29(2), 313-320.
- Raykov, T. (1998). Coefficient alpha and composite reliability with interrelated nonhomogeneous items. *Applied Psychological Measurement*, 22(4), 375-385.
- Rego, A., Sousa, F., Pina e Cunha, M., Correia, A., ve Saur-Amaral, I. (2007). Leader self-reported emotional intelligence and perceived employee creativity: An exploratory study. *Creativity and innovation management*, 16(3), 250-264.

- Reise, S. P. (2012). The rediscovery of bifactor measurement models. *Multivariate Behavioral Research*, 47(5), 667–696.
- Reise, S. P., Bonifay, W. E., ve Haviland, M. G. (2013). Scoring and modeling psychological measures in the presence of multidimensionality. *Journal of Personality Assessment*, 95(2), 129–140.
- Saeed, Y. R. (2017). *Leadership behavior and its relationship with the emotional intelligence for the karate athletics: The clubs of Kurdistan region of Iraq* (Unpublished Master Thesis). Near East University Institute Of Health Sciences, Nicosia.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., ve King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of educational research*, 99(6), 323-338.
- Sökmen, A., ve Soylu, Y. (2009). Yol amaç modeli kapsamında önderlik davranışlarının incelenmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 4(15), 2381-2402.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Şimşek, Ö. C. (2018). *Ankara gençlik hizmetleri ve spor il müdürlüğü'nde çalışan antrenörlerin duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi.
- Teques, P., Silva, C., Rosado, A., Calmeiro, L., ve Serpa, S. (2021). Refining the short version of the Leadership Scale for Sports: factorial validation and measurement invariance. *Psychological Reports*, 124(5), 2302-2326.
- Thelwell, R. C., Lane, A. M., Weston, N. J., & Greenlees, I. A. (2008). Examining relationships between emotional intelligence and coaching efficacy. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 6(2), 224-235.
- Tiryaki, Ş., ve Toros (Kazak), Z. (2001, 11-12 Ekim). Spor için liderlik ölçeği'nin koçun davranışlarını algılaması versiyonunun geçerlik ve güvenilirlik çalışması: Ön bulgular. *II. Uluslararası Spor Psikolojisi Sempozyumu*, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Vardarlier, P., ve Yapıcı, H. K. (2020). Duygusal zekâ ve liderlik. *Muhakeme Dergisi*, 3(1), 9-28.

Etik kurul onayı

Araştırmanın etik kurul belgesi Kütahya Dumlupuna Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından (27/11/2019-E.8738) alınmıştır. Araştırma izni ise GSB bilimsel araştırma ve yayın etiği kurulu tarafından 02/09/2020 tarihinde alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Tüketici sinizmine yönelik kavramsal bir model önerisi A conceptual model proposal for consumer cynicism

Gönderim Tarihi / Received: 08.01.2023

Kabul Tarihi / Accepted: 26.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1231202](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1231202)

Zübeyir ÇELİK**1

Cemal GÜMÜŞ²

ÖZ: Tüketici sinizmi, işletmelere karşı hissedilen aldatılma korkusu, güvensizlik, endişe, kaygı gibi olumsuz duygularla açıklanmaktadır. Tüketici sinizminin öncüllerinin ve sonuçlarının saptanması, tüketiciler ve işletmeler arasında güvene dayalı bir iletişimin ve ilişkinin ortaya çıkmasına katkı sunabilmektedir. Ulusal literatür incelendiğinde tüketici sinizmiyle ilgili sınırlı sayıda çalışmaya rastlanılmış ve bu çalışmaların önemli bir kısmının son yıllarda gerçekleştirilmiş olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın amacı, ulusal literatürdeki diğer çalışmalardan farklı olarak tüketici sinizmi için kavramsal bir model önermektir. Bu amaçla tüketici sinizmi ile ilgili ulusal literatür SPAR-4-SLR Protokolü kullanılarak sistematik olarak taranmıştır. Literatür taraması sonucunda 18 çalışmanın içerik analizi yapılmıştır. 18 bilimsel çalışmanın içerik analizi yapılarak, tüketici sinizminin öncülleri ve sonuçları ile tüketici sinizminin önemli ölçüde farklılık gösterdiği tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin bibliyometrik veriler elde edilmiştir. UCINET ve NetDraw programları kullanılarak elde edilen bibliyometrik veriler için görselleştirmeler yapılmıştır. Sonuç olarak elde edilen bulgulara dayalı olarak tüketici sinizmi için kavramsal bir model geliştirilmiş ve önerilmiştir. Çalışma sonuçlarının tartışılması sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici sinizmi, Kavramsal model önerisi, SPAR-4-SLR, UCINET, NetDraw

ABSTRACT: Consumer cynicism is explained by negative emotions such as fear of being deceived, insecurity, anxiety, and anxiety felt towards businesses. Identifying the antecedents and consequences of consumer cynicism may contribute to the emergence of a trust-based communication and relationship between consumers and businesses. When the national literature is examined, a limited number of studies on consumer cynicism have been found and it has been seen that a significant part of these studies have been done recently. The aim of this study is to propose a conceptual model for consumer cynicism, unlike other studies in the national literature. For this aim, the national literature on consumer cynicism was systematically searched using the SPAR-4-SLR Protocol. As a result of the literature review, content analyzes of 18 studies were made. By conducting content analysis of 18 scientific studies, bibliometric data were obtained on the antecedents and consequences of consumer cynicism, as well as on the demographic characteristics of consumers, where consumer cynicism differs significantly. Visualizations were made for bibliometric data obtained using UCINET and NetDraw programs. As a result, a conceptual model for consumer cynicism was developed and proposed based on the findings. Discussion of the results of the study was provided.

Keywords: Consumer cynicism, Conceptual model proposal, SPAR-4-SLR, UCINET, NetDraw

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi/İşletme Bölümü/Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, zubeyircelik@yyu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1692-9378>

² Öğr. Gör. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek Meslek Yüksekokulu/Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, cemalgumus@beun.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0283-1073>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Today, there is an opinion that offering core product features, although very high quality, is not enough for businesses/brands to maintain their existence successfully. In line with this view, it is stated that if only physiologic satisfaction will be weak in creating brand loyalty in consumers, the consumer can easily turn to other alternatives, but if psychological / emotional bonds are created between the brand and the consumer, consumers will not turn to alternatives that easily (Koç, 2019: 41). For this reason, it is possible that cynical consumer attitudes affect not only the future purchasing behavior of the individual, but also the attitudes and behaviors of the environment in the sphere of influence. When the literature is examined, the subject of consumer cynicism can be considered as a subject that is not widely addressed by businesses, and has begun to be discussed theoretically in the marketing literature in recent years.

Cynicism has undergone many changes since its emergence. In today's modern culture, the concept of cynicism is encountered in the marketing literature with negative connotations such as empty promise, distrust, dissatisfaction, unethical marketing practices and risk (Akçay, 2021; Sarıyer, 2021; Aydın, 2022; Gümüş, 2022). According to Helm (2006), who first discussed the concept of cynicism in terms of consumers in the relevant literature, consumer cynicism; It is defined as “a consistent and learned attitude of consumers towards businesses that occurs when opportunistic businesses harm the consumer market.” Chu and Chylinski (2006) consumer cynicism; It defines it as “an attitude of suspicion towards the market based on the belief that businesses act in their interests.” According to Bertilsson (2015), consumer cynicism; “a potential threat and problem for marketing managers; for consumers, it is expressed as a potential resistance to markets and/or marketing actions. According to Chylinski and Chu (2010), who investigated the antecedents and consequences of consumer cynicism, the main causes of consumer cynicism are; It is the disparity between the benefits expected by the consumer and the benefits they derive from the goods and services offered by the businesses. As a result of these conflicts, consumers feel suspicious and dissatisfied, and this process between the business and the consumer turns into a vicious circle and over time, consumer cynicism emerges. This process first takes the form of being careful toward the business/brand, then continues with complaints, a negative word of mouth, abandonment behaviors, and finally, exhibiting cynical consumer behaviors with feelings of hostility and revenge. Hence, being aware of cynical consumer behaviors, taking precautions or developing solutions without increasing the severity of cynicism can have remarkable results for businesses/brands.

Methodology

In the research, the SPAR-4-SLR Protocol was used to systematically scan the national literature. The content analysis of 18 scientific studies that were reached and evaluated as a result of the systematic literature review of the national literature were made and the variables used in these studies were determined. It was supported by previous studies that content analysis was sufficient within the scope of 18 scientific studies (Reyes-Menendez et al., 2019). Consequently, thanks to the content analysis of these scientific studies, bibliometric data on the antecedents and results of consumer cynicism, as well as the control variables (or demographic characteristics) in which consumer cynicism differs, were obtained. UCINET and NetDraw programs were used to visualize the data. Hence, the aim of this study is to propose a conceptual model for consumer cynicism based on the evaluation of the bibliometric data obtained.

Findings and discussion

Based on the content analysis of 18 scientific studies evaluated as a result of systematic literature review, the findings on the antecedents and consequences of consumer cynicism, which differ significantly in terms of control variables/demographic characteristics, are given under this heading. Consequently, a conceptual model developed for consumer cynicism is proposed under this heading, based on the findings.

Results and recommendations

Businesses/brands should avoid all actions that will raise doubts among consumers about their reliability, and should adopt a marketing strategy based on honesty. However, in this way, it may be possible for them to eliminate the negative impact and negative perceptions that cynicism may have on consumers (Ketron, 2016: 35). As managers or marketing policy responsables in businesses exhibit sustainable ethical behaviors in their decisions and actions, they can prevent the formation of consumer cynicism. What's more, by following the antecedents and consequences of cynical consumer behaviors that may occur against the business/brand, they can take quick measures, prevent the severity of cynicism before it increases, or direct the behavior of consumers.

In this study, the antecedents and consequences of consumer cynicism were determined within the framework of control variables as a result of the content analysis of the studies in the national literature and a conceptual model was proposed. Based on the premises on the conceptual model, the causes of consumer cynicism were determined and the possible effects of control variables on the results of consumer cynicism were included. The purpose of the model is to lay the groundwork for preventing the formation of consumer cynicism, reducing the severity of existing cynical consumer behaviors and directing consumer behaviors by enabling businesses to deal with the issue of consumer cynicism more frequently. In addition, it is aimed that the model brought to the literature will guide the researchers who are interested in the subject of consumer cynicism. As a matter of fact, researches on consumer cynicism in recent years have made significant contributions to understanding consumer behaviors such as purchase intention, negative word of mouth, consumer boycotts, and abandonment of the business/brand (Atılğan et al., 2017; Kurtuluş et al., 2021; Yazıcı Ayyıldız and Baykal, 2021; Akçay, 2021; Durmuş, 2022). Hence, considering that it is represented by a limited number of studies in the national literature, it is believed that if the proposed conceptual model is tested, it will provide important information for both businesses and researchers in terms of understanding the cynical behavior of consumers.

Giriş

İşletmelerin temel amaçları arasında tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak ile kârlılıklarını sürdürebilmek yer almaktadır. Dolayısıyla müşterilerin mübadele süreçleri boyunca elde etmeyi bekledikleri faydalara ilave olarak değer birlikte oluşturulması yoluyla memnuniyetlerini tesis etmek ve bu yolla sadakatlerini kazanmak oldukça önemlidir (Gümüş ve Aksoy, 2022: 330). Bugünün tüketicileri, bilhassa teknolojiye erişimin yaygınlaşmasıyla birlikte hemen hemen her gün tüketim ilişkileri içerisinde çeşitli deneyimler yaşamaktadır. Bu deneyimler bağlamında işletmeler, memnun olmayan tüketicilerin tekrarlayan memnuniyetsizleri neticesinde sinik birer tüketiciye dönüşmeleri tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedir. Karşılanmayan beklentiler, şüphe, aldatılma, mağduriyet, hayal kırıklıkları ve diğer başka sebeplerle ortaya çıkabilecek tatminsizlikler, bu olumsuz deneyimleri yaşayan tüketicilerin işletmeye/markaya karşı sinik bir tutum geliştirmesine sebep olabilmektedir (Akçay ve Özdemir, 2019: 222). Günümüzde, çok kaliteli de olsa yalnızca çekirdek ürün özelliklerini sunmanın işletmelerin/markaların başarılı bir şekilde varlıklarını sürdürmelerinde yeterli olmadığına ilişkin bir görüş bulunmaktadır. Bu görüş doğrultusunda, sadece fizyolojik memnuniyeti sağlamanın tüketicilerde marka sadakati oluşturma konusunda zayıf kalacağı, tüketicinin kolaylıkla başka alternatiflere yönelebileceği, fakat marka ile tüketici arasında psikolojik/duygusal bağlar oluşturulduysa tüketicilerin alternatiflere o kadar da kolay yönelmeyeceği belirtilmektedir (Koç, 2019: 41). Bu nedenle, sinik tüketici tutumlarının yalnızca bireyin gelecekteki satın alma davranışlarını değil aynı zamanda etki alanında yer alan çevresinin de tutum ve davranışlarını etkilemesi söz konusu olabilmektedir.

Sinik tüketici davranışlarını açıklamaya çalışmak son zamanlarda araştırmacıların ilgisini çeken dikkat çekici bir konudur (Aydın, 2022: 402; Pir, 2022: 346). Günlük yaşamda sinik tüketiciler işletmeler hakkında olumsuz inanç ve yargılara sahip olabilmektedir (Tokgöz, 2020: 40). Sinik tüketiciler, kendi çıkarları için hareket eden işletmelere güvenmezler ve kendilerini kandırdıklarına inanmaktadırlar (Sarıyer, 2021: 494). Ancak tüketici sinizmi sadece işletmelere karşı bir güven kaybı olmayıp, çok daha farklı boyutlarda davranışlara dönüşebilmektedir (Güven, 2016: 167). Örneğin bir çalışmada tüketicilerin sinik tutumlarının elektronik ağızdan ağıza pazarlama niyetlerini ve satın alma niyetlerini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021: 1530). Başka bir çalışmada, tüketici sinizminin ahlaki çözümü (uzaklaşma) olumlu yönde etkilediği açıkça görülmektedir (Narwal ve Rai, 2022: 541).

Literatür incelendiğinde, tüketici sinizmi konusu işletmelerce yaygın olarak ele alınmayan, bunun yanında pazarlama literatüründe de son yıllarda teorik açıdan ele alınmaya başlanan bir konu olarak değerlendirilebilmektedir. Ulusal literatür incelendiğinde, tüketici araştırmalarında tüketici sinizmi konusuna ilişkin sınırlı sayıda bilimsel çalışmanın yapılmış olduğu görülebilecektir (Güven, 2016; Atılğan vd., 2017; Akgüç Çetinkaya ve Ceng, 2018; Atalay ve Bozoklu, 2018; Kerse ve Meriç, 2018; Andaç, 2019; Ceylan ve Köse, 2019; Çam, 2019; Gökteş, 2019; Bozoklu ve Ermeç, 2020; Özkaya ve Ülker, 2020; Tokgöz, 2020; Akçay, 2021; Aydın, 2021; Çerçi, 2021; Kurtuluş vd., 2021; Sarıyer, 2021; Utkuğ, 2021; Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021; Aydın, 2022; Durmuş, 2022; Gümüş, 2022; Kıcı ve Anık, 2022; Pir, 2022). Bununla birlikte, bu çalışmada tüketici sinizmi üzerine yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak, ulusal literatürün sistematik şekilde taranması yoluyla tüketici sinizmi için kavramsal bir model önerilmesi amaçlanmaktadır.

Literatür taraması

Sinizm kavramı ve tüketici sinizmi

Antik Yunan felsefesinde yer alan bir düşünce okulu ve yaşam biçimi olarak ortaya çıkan sinizmin kökenine ilişkin literatürde bir uzlaşma bulunmamakla birlikte, Yunanca “köpekler” (kynos) kelimesi ile etimolojik açıdan yakın olabileceği düşünülmektedir (Dean, Brandes ve Dharwadkar, 1998: 342). Sinizm kavramının savunucularına göre insanlar genellikle bencil ve sahtekâr kabul edilmekle birlikte bu öğretiyi yaşam biçimi olarak benimseyenlerin erdemli, kanaatkâr, saf ve dürüst bir yaşam sürmeyi amaç edindikleri ifade edilmektedir (İndibara ve Varshney, 2021: 78). Sinizm kavramı, Türk Dil Kurumunun Türkçe sözlüğünde “İnsanın erdem ve mutluluğa, hiçbir değere bağlı olmadan bütün gereksinimlerden sıyrılarak kendi kendine erişebileceğini savunan Antisthenes'in öğretisi, kinizm.” şeklinde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, t.y.).

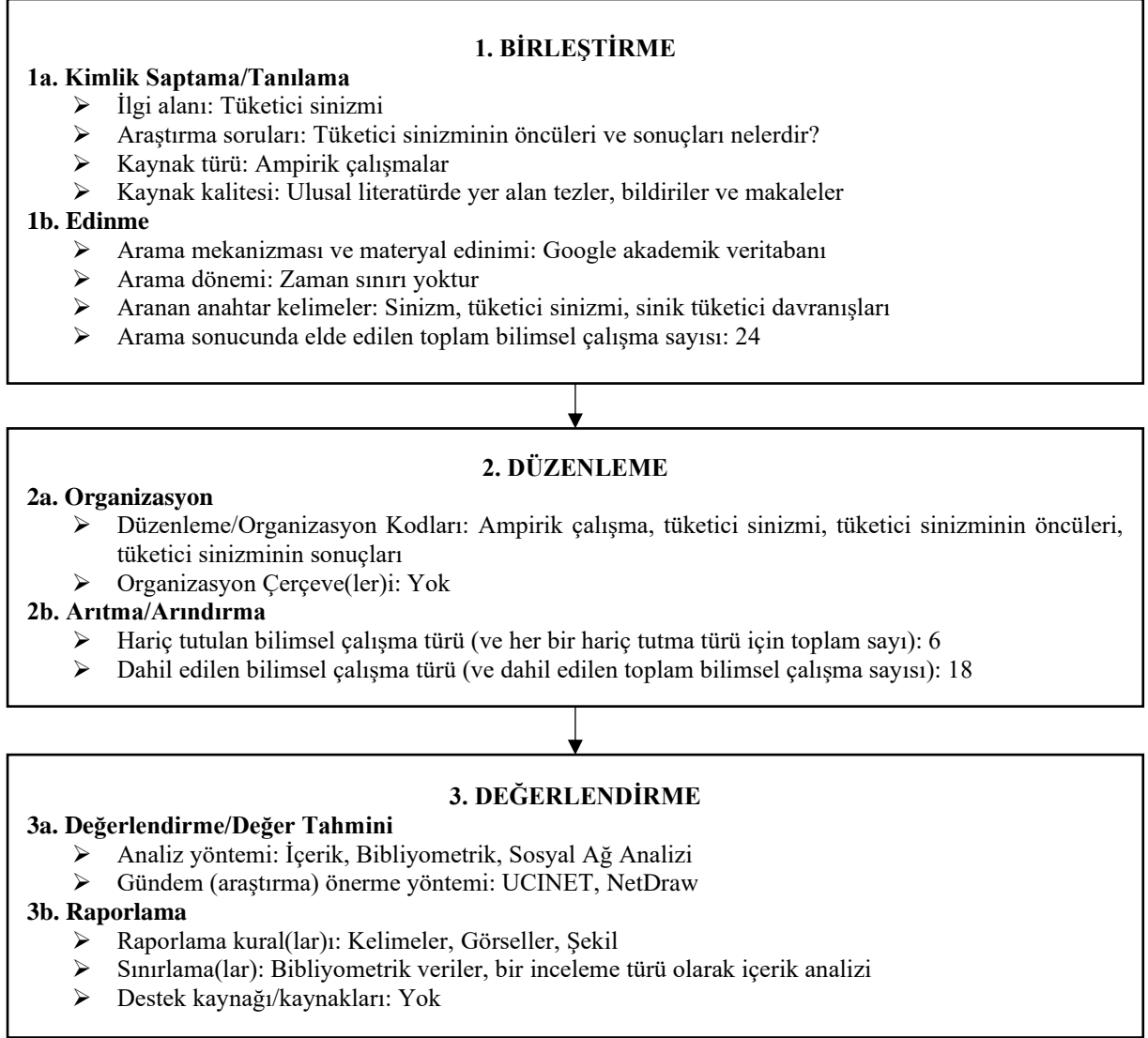
Tarihsel süreçte farklı disiplinlerle ve farklı kavramlarla yeniden anlam bulan sinizm, ilk kez sosyal bilimciler tarafından örgütsel çalışmalarda kendine yer bulmuş, ardından pazarlama ve tüketici davranışları literatüründe çeşitli kavram ve anlamlarda kullanılmaya başlanmıştır (Çelik, 2023: 148). Ortaya çıktığı günden günümüze kadar sinizm kavramı önemli ölçüde değişikliğe uğramıştır. Günümüz modern kültüründe sinizm kavramına, boş vaat, güvensizlik, tatminsizlik, etik dışı pazarlama uygulamaları, risk vb. gibi olumsuz çağrışımlarla pazarlama literatüründe rastlanılmaktadır (Akçay, 2021; Sarıyer, 2021; Aydın, 2022; Gümüş, 2022). İlgili literatürde sinizm kavramını tüketiciler bakımından ilk kez ele alan Helm'e (2006) göre tüketici sinizmi; "fırsatçı işletmelerin tüketici pazarına zarar vermesiyle ortaya çıkan ve işletmelere karşı tüketicilerde oluşan tutarlı ve öğrenilmiş bir tutum" olarak tanımlanmaktadır. Chu ve Chylinski (2006) tüketici sinizmini; "işletmelerin çıkarları doğrultusunda hareket ettiği inancına dayalı pazara yönelik şüphe tutumu" şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca literatürde tüketici sinizminin; "pazara ve pazardaki işletmelere yönelik şüphe ve hayal kırıklıklarının oluşmasına ve bu durumun sık sık tekrar etmesine neden olan söylemler, stratejiler ve uygulamalar" şeklinde de ele alındığı görülmektedir (Mikkonen, Moisander ve Fırat, 2011: 101). Bertilsson'a (2015) göre ise tüketici sinizmi; "pazarlama yöneticileri bakımından potansiyel bir tehdit ve sorun; tüketiciler bakımından ise pazarlara ve/veya pazarlama eylemlerine karşı ortaya çıkabilecek potansiyel bir direnç" olarak ifade edilmektedir. Tüketici sinizminin öncüllerini ve sonuçlarını araştıran Chylinski ve Chu'ya (2010) göre tüketici sinizminin temel nedenleri; tüketicinin elde etmeyi bekledikleri faydalar ile işletmelerin sunduğu mal ve hizmetlerden elde ettikleri faydalar arasındaki uyumsuzluklardır. Bu uyumsuzluklar neticesinde tüketiciler şüpheye düşme ve tatminsizlik duygularına kapılmakta ve işletme-tüketici arasındaki bu süreç bir kısır döngü halini alarak zamanla tüketici sinizmini ortaya çıkarmaktadır. Bahsi geçen süreç ilk olarak işletmeye/markaya karşı dikkatli davranma, ardından şikâyet, olumsuz ağızdan ağıza iletişim, terk etme davranışlarıyla devam etmekte, nihayetinde düşmanlaşma ve intikam duygularıyla sinik tüketici davranışları sergileme şeklinde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, sinik tüketici davranışlarının farkında olmak, önlem almak ya da sinizmin şiddeti artmadan çözümler geliştirmek işletmeler/markalar için dikkate değer sonuçlar ortaya koyabilir.

Tüketici sinizminin ortaya çıkmasına neden olan davranışların ve olayların analiz edilmesiyle birlikte işletmelerin/markaların bu davranışlardan ne sıklıkta ve ne düzeyde etkilendikleri belirlenebilecektir (Chylinski ve Chu, 2010: 515). Pazarlama bakış açısıyla yaklaşıldığında ise sinizm, tüketicilerin kedilerini işletmelerden korumak amacıyla savunucu roller geliştirmeyi öğrendikleri bir süreç olarak değerlendirilebilir (Dörtyol, 2019: 133). Söz konusu süreç işletmeye/markaya yönelik olarak öncelikle "dikkatli davranma" tepkisi ile başlamakta, ardından sırasıyla "şikâyet", "olumsuz ağızdan ağıza iletişim", "terke etme" tepkileri ile devam etmekte, "intikam alma" davranışına kadar uzanabilmektedir (Chu ve Chylinski, 2006: 2; Akçay ve Özdemir, 2019: 227).

Yöntem

Şekil 1'de gösterildiği gibi ulusal literatürü sistematik olarak taramak için SPAR-4-SLR Protokolü'nden faydalanılmıştır. Ulusal literatürünün sistematik literatür taraması sonucunda ulaşılan ve değerlendirmeye alınan 18 bilimsel çalışmanın içerik analizleri yapılarak bu çalışmalarda kullanılan değişkenler tespit edilmiştir. 18 bilimsel çalışma kapsamında içerik analizi yapılmasının yeterli olduğu önceki çalışmalarla desteklenmiştir (Reyes-Menendez vd., 2019). Sonuç olarak, bu bilimsel çalışmalarının içerik analizlerinin yapılması sayesinde tüketici sinizminin öncüllerine ve sonuçlarına ayrıca tüketici sinizminin farklılık gösterdiği kontrol değişkenlerine (veya demografik özellikler) ilişkin bibliyometrik veriler elde edilmiştir. Verileri görselleştirmek için UCINET ve NetDraw programları kullanılmıştır. Buna göre bu çalışmanın amacı, elde edilen bibliyometrik verilerin değerlendirilmesine bağlı olarak tüketici sinizmi için kavramsal bir model önerilmesidir.

Şekil 1: SPAR-4-SLR protokolü



Kaynak: (Paul vd., 2021: 6)

Bulgular

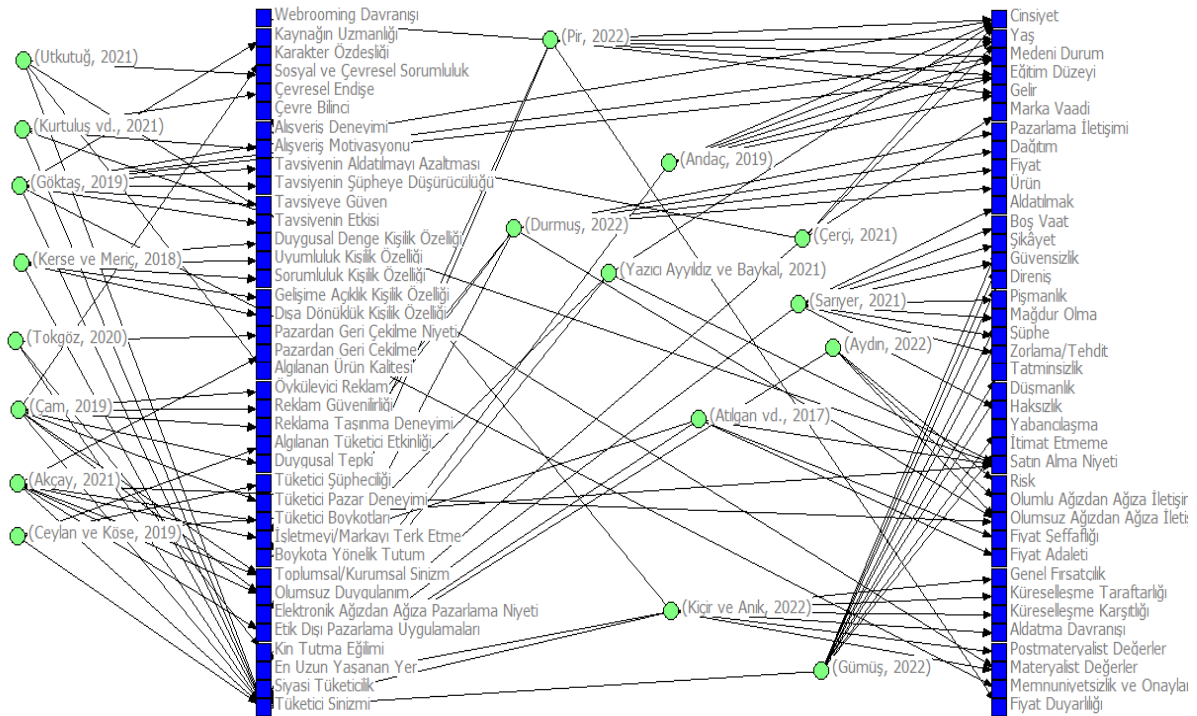
Sistemantik literatür taraması sonucunda değerlendirilen 18 bilimsel çalışmanın içerik analizlerinin yapılmasına dayalı olarak, kontrol değişkenleri/demografik özellikler açısından önemli ölçüde farklılık gösterdiği tüketici sinizminin öncül ve sonuçlarına ilişkin bulgular bu başlık altında verilmektedir. Sonuç olarak, elde edilen bulgulara istinaden bu başlık altında tüketici sinizmi için geliştirilen kavramsal bir model önerilmektedir.

Çalışmalar ve değişkenler

Şekil 2’de bu çalışma için seçilen ve içerik analizi yapılan çalışmalar ve bu çalışmalarda tüketici sinizminin yanı sıra değerlendirmeye alınan diğer tüm değişkenler gösterilmektedir. Bu çalışmalar şunlardır: Atılğan vd. (2017), Kerse ve Meriç (2018), Andaç (2019), Gökteş (2019), Ceylan ve Köse (2019), Çam (2019), Tokgöz (2020), Çerçi (2021), Akçay (2021), Kurtuluş vd. (2021), Sarıyer (2021), Utkutuğ (2021), Yazıcı Ayyıldız ve Baykal (2021), Gümüş (2022), Kiçir ve Anık (2022), Pir (2022), Aydın (2022) ve Durmuş (2022). Bu çalışmaların tümünde tüketici sinizmi değerlendirmeye alınmıştır. Diğer taraftan, bazı çalışmalarda değerlendirmeye alınan diğer değişkenler şunlardır: Aldatılmak (Sarıyer, 2021), aldatma davranışı (Kiçir ve Anık, 2022), algılanan tüketici etkinliği (Ceylan ve Köse, 2019), algılanan ürün kalitesi (Utkutuğ, 2021), alışveriş deneyimi (Çerçi, 2021), alışveriş motivasyonu (Kurtuluş vd., 2021), boş vaat (Sarıyer, 2021), boykota yönelik tutum (Atılğan vd., 2017; Durmuş,

2022), cinsiyet (Andaç, 2019; Göktaş, 2019; Çerçi, 2021; Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021; Pir, 2022), çevre bilinci (Kiçir ve Anık, 2022), çevresel endişe (Kurtuluş vd., 2021), dağıtım (Durmuş, 2022), dışa dönüklük kişilik özelliği (Kerse ve Meriç, 2018), direniş (Gümüş, 2022), duygusal denge kişilik özelliği (Kerse ve Meriç, 2018), duygusal tepki (Çam, 2019), düşmanlık (Gümüş, 2022), eğitim düzeyi (Andaç, 2019; Göktaş, 2019; Pir, 2022), elektronik ağızdan ağıza pazarlama niyeti (Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021), en uzun yaşanan yer (Pir, 2022), etik dışı pazarlama uygulamaları (Akçay, 2021), fiyat (Durmuş, 2022), fiyat adaleti (Atılğan vd., 2017), fiyat duyarlılığı (Pir, 2022), fiyat şeffaflığı (Atılğan vd., 2017), gelir (Andaç, 2019; Pir, 2022), gelişime açıklık kişilik özelliği (Kerse ve Meriç, 2018), genel fırsatçılık (Kiçir ve Anık, 2022), güvensizlik (Sarıyer, 2021; Gümüş, 2022), haksızlık (Sarıyer, 2021), işletmeyi/markayı terk etme (Akçay, 2021; Durmuş, 2022), itimat etmeme (Gümüş, 2022), karakter özdeşliği (Çam, 2019), kaynağın uzmanlığı (Göktaş, 2019), kin tutma eğilimi (Tokgöz, 2020), küreselleşme karşıtlığı, küreselleşme taraftarlığı (Kiçir ve Anık, 2022), mağdur olma (Gümüş, 2022; Sarıyer, 2021), marka vaadi (Çerçi, 2021), materyalist değerler (Utkutuğ, 2021; Kiçir ve Anık, 2022), medeni durum (Andaç, 2019; Göktaş, 2019; Pir, 2022), memnuniyetsizlik ve onaylamama (Göktaş, 2019), olumlu ağızdan ağıza iletişim (Aydın, 2022), olumsuz ağızdan ağıza iletişim (Akçay, 2021; Aydın, 2022; Durmuş, 2022), olumsuz duygulanım (Akçay, 2021; Çam, 2019), öyküleyici reklam (Çam, 2019), pazardan geri çekilme (Akçay, 2021), pazardan geri çekilme niyeti (Tokgöz, 2020), pazarlama iletişimi (Durmuş, 2022), pişmanlık (Sarıyer, 2021), post materyalist değerler (Kiçir ve Anık, 2022), reklama taşınma deneyimi, reklam güvenilirliği (Çam, 2019), risk (Aydın, 2022), satın alma niyeti (Atılğan vd., 2017; Ceylan ve Köse, 2019; Kurtuluş vd., 2021; Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021), siyasi tüketicilik (Kiçir ve Anık, 2022), sorumluluk kişilik özelliği (Kerse ve Meriç, 2018), sosyal ve çevresel sorumluluk (Utkutuğ, 2021), şikâyet, şüphe (Sarıyer, 2021; Gümüş, 2022), tatminsizlik (Gümüş, 2022), tavsiyenin aldatılmayı azaltması, tavsiyenin etkisi, tavsiyenin şüpheye düşürücülüğü, tavsiyeye güven (Göktaş, 2019), toplumsal/kurumsal sinizm (Çam, 2019; Akçay, 2021), tüketici boykotları (Akçay, 2021), tüketici pazar deneyimi (Çam, 2019), tüketici şüpheliği (Ceylan ve Köse, 2019), ürün (Durmuş, 2022), uyumluluk kişilik özelliği (Kerse ve Meriç, 2018), yabancılaşma (Gümüş, 2022), webrooming davranışı (Pir, 2022), yaş (Andaç, 2019; Çerçi, 2021; Pir, 2022) ve zorlama/tehdit (Sarıyer, 2021).

Şekil 2: Çalışmalar ve değişkenler

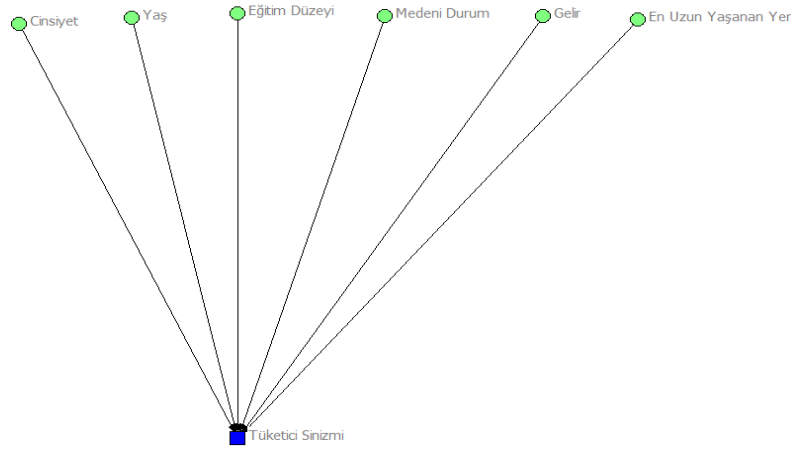


Kaynak: Yazarlar tarafından geliştirilmiştir.

Kontrol değişkenleri

Şekil 3'te tüketicilerin hangi demografik özelliklerine göre tüketici sinizminin önemli ölçüde farklılık gösterdiği gösterilmektedir. Önceki çalışmalara göre tüketici sinizmi cinsiyet (Andaç, 2019; Göktaş, 2019; Çerçi, 2021; Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021; Pir, 2022), yaş, medeni durum, gelir (Andaç, 2019; Pir, 2022), eğitim düzeyi (Andaç, 2019; Göktaş, 2019; Pir, 2022) ve en uzun yaşanan yer (Pir, 2022) açısından önemli ölçüde farklılık göstermektedir.

Şekil 3: Kontrol değişkenleri

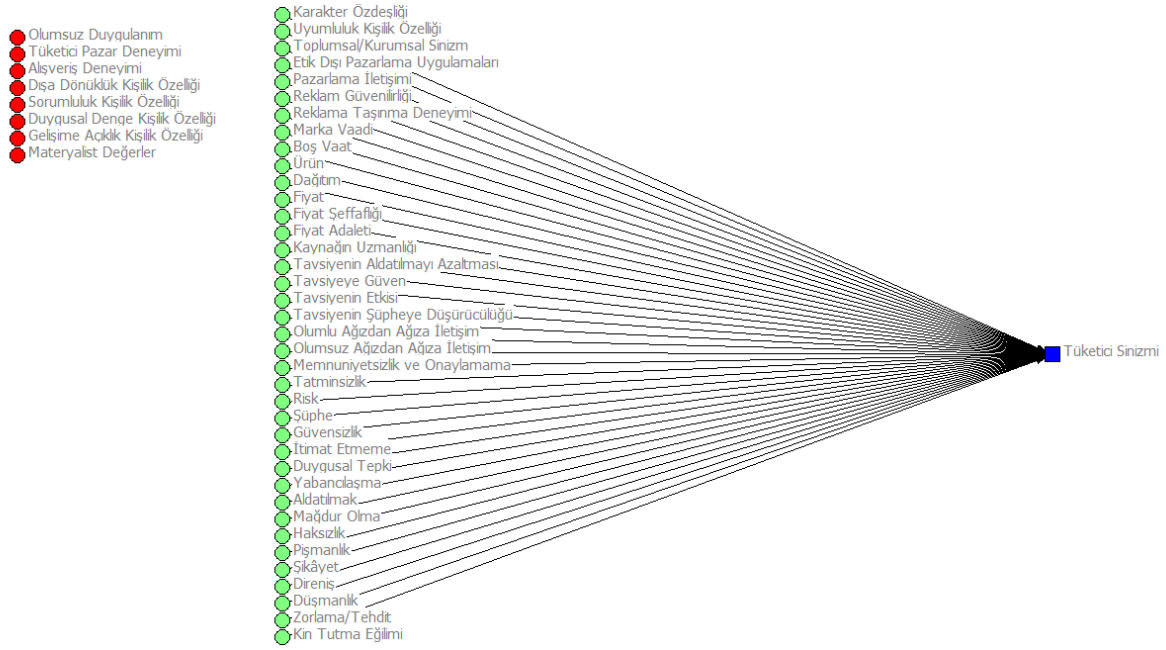


Kaynak: Yazarlar tarafından geliştirilmiştir.

Tüketici sinizminin öncülleri

Şekil 4, hangi öncüllerin tüketici sinizmi üzerinde önemli bir etkiye sahip olup olmadığını göstermektedir. Önceki çalışmalar incelendiğinde, olumlu ağızdan ağıza iletişimin, olumsuz ağızdan ağıza iletişimin, riskin (Aydın, 2022), etik dışı pazarlama uygulamalarının (Akçay, 2021), toplumsal/kurumsal sinizmin (Çam, 2019; Akçay, 2021), karakter özdeşliğinin, duygusal tepkinin, reklam güvenilirliğinin, reklama taşınma deneyiminin (Çam, 2019), fiyat şeffaflığının, fiyat adaletinin (Atılğan vd., 2017), marka vaadinin (Çerçi, 2021), pazarlama iletişiminin, dağıtımın, ürünün, fiyatın (Durmuş, 2022), kaynağın uzmanlığının, tavsiyenin aldatılmayı azaltmasının, tavsiyeye güvenin, tavsiyenin etkisinin, tavsiyenin şüpheye düşürücülüğünün, memnuniyetsizlik ve onaylamamanın (Göktaş, 2019), mağdur olmanın, şüphenin, şikâyetin, güvensizliğin (Sarıyer, 2021; Gümüş, 2022), itimat etmemenin, yabancılaşmanın, tatminsizliğin, direnişin, düşmanlığın (Gümüş, 2022), zorlamanın/tehdittin, haksızlığın, pişmanlığın, aldatılmanın, boş vadin (Sarıyer, 2021), kin tutma eğiliminin (Tokgöz, 2020) ve uyumluluk kişilik özelliğinin (Kerse ve Meriç, 2018) tüketici sinizmini etkileyen önemli öncüller olduğu görülecektir. Bununla birlikte, olumsuz duygulanımının (Çam, 2019; Akçay, 2021), tüketici pazar deneyiminin (Çam, 2019), alışveriş deneyiminin (Çerçi, 2021), dışa dönüklük kişilik özelliğinin, sorumluluk kişilik özelliğinin, duygusal denge kişilik özelliğinin, gelişime açıklık kişilik özelliğinin (Kerse ve Meriç, 2018) ve materyalist değerlerinin (Utkutuğ, 2021) tüketici sinizmi üzerindeki etkisi önemli değildir.

Şekil 4: Tüketici sinizminin öncülleri

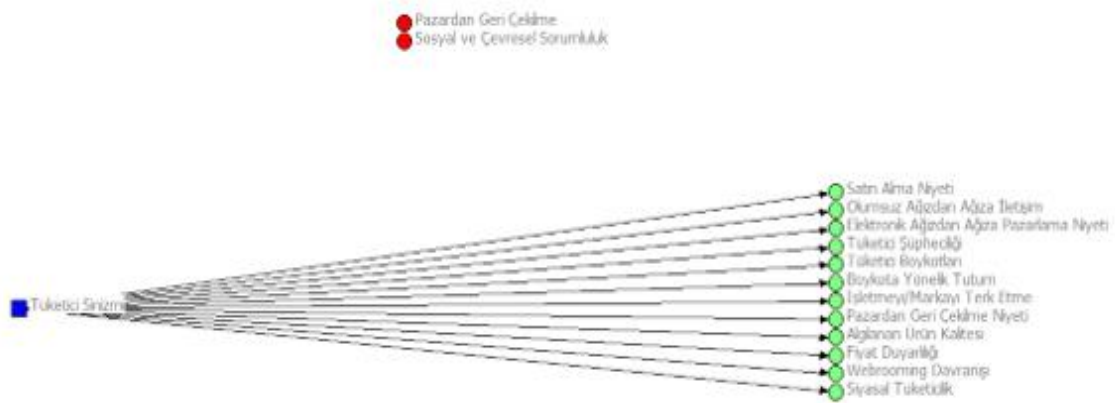


Kaynak: Yazarlar tarafından geliştirilmiştir.

Tüketici sinizminin sonuçları

Şekil 5, tüketici sinizminin sonuçlarının ne olduğunu veya olmadığını, yani tüketici sinizminin hangi değişkenler üzerinde önemli bir etkisinin olup olmadığını göstermektedir.

Şekil 5: Tüketici sinizminin sonuçları



Kaynak: Yazarlar tarafından geliştirilmiştir.

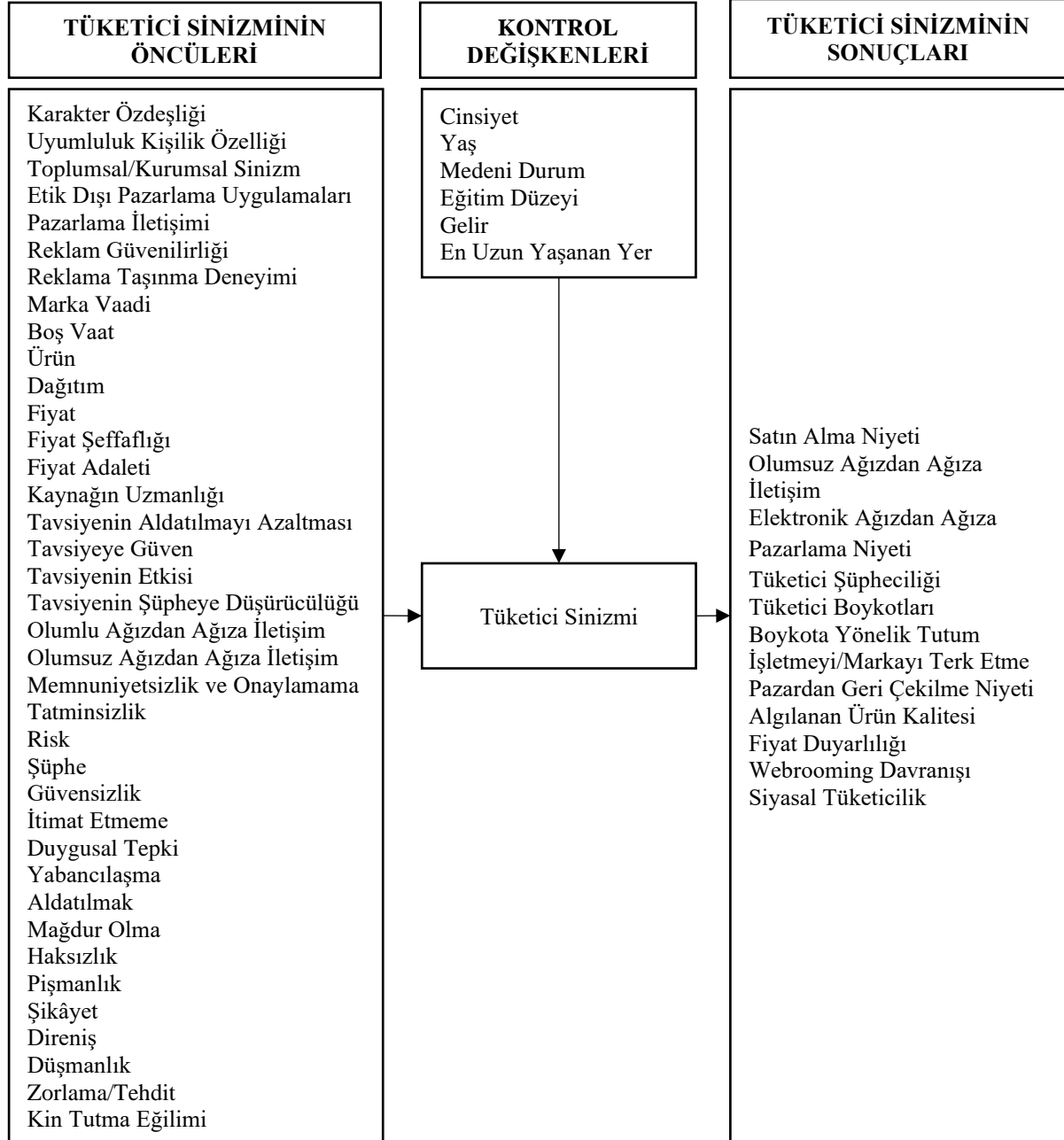
Önceki çalışmaların içerik analizleri sonucunda, tüketici sinizminin tüketici şüpheciliği (Ceylan ve Köse, 2019), tüketici boykotları (Akçay, 2021), boykota yönelik tutum (Atılğan vd., 2017; Durmuş, 2022), olumsuz ağızdan ağıza iletişim, işletmeyi/markayı terk etme (Akçay, 2021; Durmuş, 2022), siyasi tüketicilik (Kıçır ve Anık, 2022), algılanan ürün kalitesi (Utkutuğ, 2021), fiyat duyarlılığı, webrooming davranışı (Pir, 2022), pazardan geri çekilme niyeti (Tokgöz, 2020), elektronik ağızdan ağıza pazarlama niyeti (Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021) ve satın alma niyeti (Atılğan vd., 2017; Kurtuluş vd., 2021; Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021) üzerindeki etkisinin önemli olduğu görülmüştür.

Ancak, tüketici sinizminin, sosyal ve çevresel sorumluluk (Utkuğ, 2021) ve pazardan geri çekilme (Akçay, 2021) üzerindeki etkisinin önemli olmadığı görülmüştür.

Tüketici sinizmi için kavramsal bir model önerisi

Bulgulara dayanarak, Şekil 6’da gösterildiği gibi tüketici sinizmi için kavramsal bir model önerilmiştir.

Şekil 6: Tüketici sinizmi için kavramsal bir model



Kaynak: Yazarlar tarafından geliştirilmiştir.

Sonuç ve tartışma

Tüketici sinizminin temel nedenlerinin arasında işletme/marka ile geçmişte yaşadığı olumsuz deneyim gelmektedir. Sinik tüketiciler, işletmelerin dürüstlükten uzak olduğu düşüncesine sahip olmakla birlikte zaman içinde işletmelere/markalara karşı öfke ve kızgınlık gibi olumsuz duygular geliştirebilmektedir. Bununla birlikte sinik tüketiciler, işletmelerdeki gerçek hedefin kar elde etmek olduğunu ve tüketicileri kandırarak kendilerini bir kukla olarak gördüklerini düşünmektedirler (Helm, 2006: 37).

İşletmeler/markalar güvenilirlikleri hususunda tüketicilerde şüphe uyandıracak tüm eylemlerden kaçınılmalı, temelinde dürüstlük olan bir pazarlama stratejisini benimsemelidirler. Ancak böylelikle, sinizmin tüketiciler üzerinde oluşturabileceği olumsuz etkiyi ve olumsuz algıları ortadan kaldırmaları mümkün olabilir (Ketrone, 2016: 35). İşletmelerdeki yöneticiler ya da pazarlama politikası sorumluları kararlarında ve eylemlerinde sürdürülebilir etik davranışlar sergiledikçe tüketici sinizminin oluşmasının önüne geçebilmektedirler. Ayrıca işletmeye/markaya karşı oluşabilecek sinik tüketici davranışlarının öncüllerini ve sonuçlarını takip ederek, hızlı önlemler alabilir, sinizmin şiddeti artmadan önüne geçebilir ya da tüketicilerin davranışlarına yön verebilmektedirler.

Bu çalışmada ulusal literatürdeki çalışmaların içerik analizleri sonucunda kontrol değişkenleri çerçevesinde tüketici sinizminin öncülleri ve sonuçları belirlenmiş ve kavramsal bir model önerisi yapılmıştır. Kavramsal model üzerinde öncüllerden yola çıkılarak tüketici sinizminin nedenleri belirlenmiş ve kontrol değişkenleri ile birlikte tüketici sinizminin sonuçlarına olası etkilerine yer verilmiştir. Modelin amacı, işletmelerce tüketici sinizmi konusunun daha sık ele alınmasını sağlayarak, tüketici sinizminin oluşmasının önüne geçilmesine, var olan sinik tüketici davranışlarının şiddetinin azaltılmasına ve tüketici davranışlarına yön verilebilmesine zemin hazırlamaktır. Ayrıca, literatüre kazandırılan modelin tüketici sinizmi konusuna ilgi duyan araştırmacılara yol göstermesi de hedeflenmektedir. Nitekim, son yıllarda tüketici sinizmi üzerine yapılan araştırmaların, satın alma niyeti, olumsuz ağızdan ağıza iletişim, tüketici boykotları ve işletmeyi/markayı terk etme gibi tüketici davranışlarını anlama noktasında önemli katkılar sağladığı görülmektedir (Atılğan vd., 2017; Kurtuluş vd., 2021; Yazıcı Ayyıldız ve Baykal, 2021; Akçay, 2021; Durmuş, 2022). Dolayısıyla ulusal literatürde sınırlı sayıda çalışma ile temsil edildiği göz önünde bulundurulduğunda önerilen kavramsal modelin test edilmesi halinde hem işletmeler hem de araştırmacılar açısından tüketicilerin sinik davranışlarını anlama noktasında önemli bilgiler sağlayacağına inanılmaktadır.

Kaynakça

- Akçay, G. ve Özdemir, E. (2019). *Bazen aldatılmış hissine kapılıyor muyuz? Tüketici sinizmi ve sinik tüketici davranışları*. R. Altunışık (Ed.), *tüketimin 1001 hali içinde* (ss. 221-237). Beta Yayıncılık.
- Akçay, G. (2021). *Tüketici sinizminin öncülleri ve sonuçları: Hizmet sektörü üzerinde bir araştırma*. [Doktora tezi], Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Akgüç Çetinkaya, Ö. ve Ceng, E. (2018). Türkiye'deki black friday etkinliğinin tüketici sinizmi bağlamında bir değerlendirmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 167-180.
- Andaç, R. E. (2019). *Sinizm ve tüketici sinizmi: İstanbul ilinde bir uygulama*. [Yüksek lisans tezi], İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Atalay, B. ve Bozoklu, Ç. P. (2018). Tüketim karşıtlığı, sinisizm ve tüketici sinizmi arasındaki ilişki. M. Tekin (Ed.). *Business and Organization Research Conference* (468-471). Karabük Üniversitesi.
- Atılğan, K. Ö., İnce, Talip, İ. ve Yılmaz, S. (2017). Tüketicilerin satın alma niyetleri ve boykota yönelik tutumlarının tüketici sinizmi, fiyat şeffaflığı ve fiyat adaleti bağlamında incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 34-44.
- Aydın, G. (2021). Consumer cynicism, skepticism, brand boycotts and social media. U. Bingöl (Ed.), *trending topics on social media researches içinde* (ss. 61-90). Peter Lang.
- Aydın, G. (2022). The role of word-of-mouth communication in the formation of cynical attitudes towards private health care organizations. *Journal of Management and Economics Research*, 20(1), 394-413.
- Bertilsson, J. (2015). The cynicism of consumer morality. *Consumption Markets & Culture*, 18(5), 447-467.
- Bozoklu, Ç. P. ve Ermeç, A. (2020). Tüketici sinisizmi ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Güvenilirlik ve geçerlilik araştırması. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 440-459.
- Ceylan, H. H. ve Köse, B. (2019). Amaca dönük pazarlamada tüketici algısının satın alma niyeti üzerine etkisi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(18), 186-202.
- Chu, A., & Chylinski, M. (2006). A model of consumer cynicism—antecedents and consequences. *Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy*, 1(9).

- Chylinski, M., & Chu, A. (2010). Consumer cynicism: Antecedents and consequences. *European Journal of Marketing*, 44(6), 796-837.
- Çam, M. S. (2019). *Öyküleyici reklamlar ve tüketici sinizmi ilişkisi üzerine deneysel bir çalışma*. [Doktora tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Çelik, Z. (2023). *Sinik tüketici davranışları*. C. Gümüş (Ed.), *tüketici davranışlarında güncel yaklaşımlar içinde* (ss. 135-152). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çerçi, M. (2021). İndirim günü reklamı yapan markalara yönelik sinik tutumlar. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 12(47), 32-47.
- Dean Jr, J. W., Brandes, P., & Dharwadkar, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management Review*, 23(2), 341-352.
- Dörtüol, İ. T. (2019). *Tüketici sinizmi*. A. Kahraman ve E. Güven (Ed.) *yeni nesil pazarlama yaklaşımları- vaka analizleri ile-* içinde (ss. 125-141). Gazi Kitabevi
- Durmuş, Y. (2022). *Yeni medyada markalara yönelik güven yitimi bağlamında üretilen tüketici sinizmi pratikleri*. [Yüksek lisans tezi], Ege Üniversitesi.
- Göktaş, B. (2019). Tüketici sinizmi kavramı ve ağızdan ağıza pazarlama eylemlerinin sinik tüketici davranışlarına etkisi konusunda bir uygulama. *OPUS International Journal of Society Researches*, 13(19), 1650-1692.
- Gümüş, C. (2022). Bebek maması kullanan tüketicilerin sinik davranışlarının değerlendirilmesi: Çevrimiçi tüketici şikayetleri üzerine netnografik bir inceleme. Z. Altınay ve F. Altınay (Ed.). *World Children Conference-III (729-740)*. IKSAD Publications.
- Gümüş, C., ve Aksoy, R. (2022). Hizmet baskın mantık çerçevesinde değer birliğinde yaratımı kavramına genel bir bakış. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(3), 324-334. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.936>
- Güven, E. (2016). Tüketimde sinik tutum: Tüketici sinizminin sebep ve sonuçları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 152-174.
- Helm, A. E. (2006). *Cynical consumers: Dangerous enemies, loyal friends*. [Doctoral Dissertation], University of Missouri.
- Indibara, I. & Varshney, S. (2021), Cynical consumer: How social cynicism impacts consumer attitude, *Journal of Consumer Marketing*, 38(1), 78-90. <https://doi.org/10.1108/JCM-07-2019-3305>
- Kerse, Y. ve Meriç, K. (2018). Beş faktör kişilik özelliklerinin tüketici sinizmine etkisi: Ampirik bir araştırma. H. Usul, Ş. Çelik ve Ş. D. Demirci (Ed.). *17. Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi (77-83)*. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Yayınları.
- Ketron, S. (2016). Consumer cynicism and perceived deception in vanity sizing: The moderating role of retailer (dis) honesty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33, 33-42. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.07.018>
- Kiçir, İ. ve Anık, C. (2022). Yeni toplumsal hareketler bağlamında siyasal tüketicilik. *SDÜ İfade Dergisi*, 4(1), 95-116.
- Koç, E. (2019). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım*. (8. Bs.). Seçkin Yayıncılık.
- Kurtuluş, S., Özkan, E., Akpınar, H. M., Gursen, A. E. ve Komitoğlu, Ö. (2021). Tüketicilerin çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından alışveriş yapma motivasyonları üzerine bir araştırma: Çevresel endişenin düzenleyici rolü. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 47, 85-101.
- Mikkonen I., Moisander, J., & Fırat, A. F. (2011). Cynical identity projects as consumer resistance - The scrooge as a social critic? *Consumption Markets & Culture*, 14(1), 99-116.
- Narwal, P., & Rai, S. (2022). Individual differences and moral disengagement in pay-what-you-want pricing. *Journal of Business Research*, 149, 528-547.
- Özkaya, B. ve Ülker, Y. (2020). Markaların sosyal medyada oluşan sinik tutuma yönelik yaklaşımları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 115-128.
- Paul, J., Lim, W. M., O'Cass, A., Hao, A. W. & Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), O1-O16.
- Pir, E. Ö. (2022). Webrooming davranışı ve tüketici sinizmi ilişkisinde fiyat duyarlılığının aracı etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(1), 340-365.

- Reyes-Menendez, A., Saura, J. R., & Filipe, F. (2019). The importance of behavioral data to identify online fake reviews for tourism businesses: A systematic review. *PeerJ Computer Science*, 5, e219.
- Sarıyer, N. (2021). Tüketicilerin sinik davranışlarının netnografya ile tespiti. *Journal of Life Economics*, 8(4), 485-497.
- Tokgöz, E. (2020). Tüketicinin kin tutma eğiliminin pazardan geri çekilme niyeti üzerinde etkisi: Tüketici sinizminin aracı ve düzenleyici rolü. *Journal of Management and Economics Research*, 18(1), 36-58.
- Türk Dil Kurumu (t.y.). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. 01 Aralık 2022 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Utkuğ, Ç. P. (2021). The mediating role of social and environmental responsibility in the relationship between material values, consumer cynicism and product/service quality. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 213-237.
- Yazıcı Ayyıldız, A. ve Baykal, M. (2021). Otel işletmelerinde tüketici sinizminin satın alma niyetine etkisinde elektronik ağızdan ağıza pazarlama niyetinin rolü. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46-1), 1521-1535.

Etik kurul onayı

Önceki ampirik çalışmaların içerik analizlerinin yapılması sonucunda elde edilen bibliyometrik veri kaynaklarına dayanması sebebi ile bu araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Bulanık c-ortalamalı kümeleme ve karınca kolonisi optimizasyonu ile
çoklu gezgin satıcı problemi**
**Multiple travelling salesman problem with fuzzy c-means and
ant colony optimization algorithms**

Gönderim Tarihi / Received: 07.10.2021

Kabul Tarihi / Accepted: 12.12.2022

Doi: [10.31795/baunsobed.1005070](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1005070)

Derya DİKBİYİK^{**1}

Selçuk ALP²

ÖZ: Sezgisel algoritmalar, kabul edilebilir sürede optimuma yakın çözümler verebilen ve çok büyük boyutlu optimizasyon problemleri için kullanılabilen algoritmalarlardır. En iyi çözümün bulunacağı garanti edilememekle beraber, bulunan çözümün kabul edilebilir düzeyde olması, çözüme kolay ve hızlı ulaşılabilmesi açısından kullanımı oldukça yaygın olan yöntemlerdir. Sezgisel yöntemlerde problemin çözümüne yönelik yaklaşımlar; karar verme, optimizasyon, bulanık mantık, yapay zeka, makine öğrenmesi, derin öğrenme şeklinde karşımıza çıkar. Bu çalışmada; pek çok alanda uygulaması olan Gezgin Satıcı Problemi (GSP) için optimuma en yakın çözümü hızlı bir şekilde bulabilmek amacıyla Karınca Kolonisi Optimizasyonu (KKO) yöntemi seçilmiştir. Rastgele seçilen verileri gruplandırmak amacıyla da Bulanık C-Ortalamalı Kümeleme (BCO) Algoritması kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler BCO algoritması kullanılarak ayrı ayrı 3, 4 ve 5 kümeye ayrılmış; elde edilen veri setleri Çoklu KKO ile değerlendirilmiş ve sonuçlar karşılaştırılmıştır. 3'lü kümeleme ile elde edilen rotanın uzunluğunun 4'lü kümeden %4,61, 5'li kümeden ise %2,37 daha kısa olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Karınca kolonisi optimizasyonu, Bulanık c-ortalamalı kümeleme, Çoklu gezgin satıcı problemi

ABSTRACT: Heuristic algorithms are algorithms that can provide near-optimum solutions for very large-scale optimization problems in an acceptable time. They are commonly used methods in terms of being at an acceptable level and reaching a solution easily and quickly, although it cannot be guaranteed that the best solution will be found. Problem solving approaches being used in heuristic methods; decision making, optimization, fuzzy logic, artificial intelligence, machine learning, deep learning. In this paper; chosen method in order to find the best solution of route optimization for the Travelling Salesman Problem (TSP), which has applications in many areas, is that Ant Colony Optimization (ACO). For classification of the data, that is randomly selected, Fuzzy C-Mean Clustering (FMC) Algorithm has being used. The data set has being separated into 3, 4 and 5 clusters and all cluster data sets obtained were evaluated with Multiple ACO and then the results were compared. It was determined that the length of the route obtained by clustering 3 was 4.61% shorter than the cluster of 4 and 2.37% shorter than the cluster of 5.

Keywords: Ant colony optimization, Fuzzy c-means clustering, Multiple travelling salesman problem

^{**} Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Doktora Öğr., Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Fakültesi/Endüstri Mühendisliği Bölümü/Yöneylem Araştırması Anabilim Dalı, derya.dikbiyik@std.yildiz.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-2964-4200>

² Doç. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Fakültesi/Endüstri Mühendisliği Bölümü/Yöneylem Araştırması Anabilim Dalı, alp@yildiz.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6545-4287>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Travelling Salesman Problem is a kind of problem that describing easily, but solving this problem is not easier describing it. Travelling starts with a particular starting point, the seller's route include n number of locations and then finishes with arriving starting point again. In this kind of problem, as the number of locations increase the solution area also grows, thus reaching the optimum solution becomes longer and more difficult. In such cases where analytical solution methods are insufficient in solving the problem, instead of scanning the entire solution space, heuristic and metaheuristic methods that make logical deductions with partial scans in the solution space can be used.

Heuristic and metaheuristic methods do not assure the solution of the problem, however make a great contribution to reducing the solution cost. These algorithms can give near-optimum solutions in an acceptable time and can be used for very large-scale optimization problems. They are very common methods in terms of being at an acceptable level and reaching a solution easily and quickly, although it cannot be guaranteed that the best solution will be found. Some approaches to solving the problem in heuristic and meta-heuristic methods; decision making, optimization, fuzzy logic, artificial intelligence, machine learning, deep learning.

Traveling Salesman Problem; after it was first defined mathematically in 1954, it was used for optimization modeling of many problems such as vehicle routing and shipment planning, machine programming and assignment, order picking. With increasing of the problem complexity, studies and applications related to the heuristic and metaheuristic approach have been started. Among these applications, the Ant Colony Optimization Algorithm has taken place among the most frequently drawn on methods.

Methodology

In this study; The Ant Colony Optimization method was chosen for the purpose of quickly finding the proximately best solution to the optimum for the Traveling Salesman Problem, which has applications in many fields. Fuzzy C-Mean Clustering Algorithm have been used to group randomly selected data.

Fuzzy C-Mean Clustering Algorithm is one of the primarily preferred fuzzy clustering methods. According to the fuzzy logic principle, all elements of each sets belong to with membership values varying in the range $[0,1]$. However, the sum of membership values for all classes should be "1". Based on the distance from the center of the clusters for each element, the cluster belongs to the element is determined according to the membership degrees. The greater the proximity to the center, the greater the membership value to that cluster.

Ant Colony Optimization, on the other hand, is a metaheuristic method developed on the basis of the ants' sense of access to food sources and their sense of direction. Ants are, as social animals, that live in a colony in nature, have a certain division of labor between them and solve problems together by helping.

Ant Colony Optimization has been designed by examining the feeding behaviour of real ants. In ant colonies, the ability to find the shortest path between nest and food sources is highly developed. This complex behavior arises when the members of the colony leave pheromones on their way to the food source by any route they choose, that is, they communicate with each other indirectly. For the ants that follow the others, there is the behavior of choosing the path containing the strongest pheromone. In alternative routes, the increase or decrease in the amount of pheromone determines the preference of the route. Ants leave more pheromones on the shortest path than they will travel more often, so the search process naturally shifts towards the shortest paths.

For Ant Colony Algorithm Optimization, parameters, transition rules, local pheromone update and general pheromone update rules are determined. With a parameter that determines the importance of the pheromone amount of the relevant path and allows the previous iteration results to be transferred to the progressive iterations, the probability of selecting the paths in which the pheromone is concentrated

increases, and the coincidence decreases. Another parameter that determines the influence of the path length on the selection of the next point decreases the possibility of searching for alternative solutions. And also the other parameter is defined to determine the evaporation rate.

For the Multiple Traveling Salesman Problem with Ant Colony Optimization the solution differs. One seller goes to some locations, then the second seller goes to some of the un-visited locations, and the process is completed with the participation of all sellers and visits to all locations. The tours are completed with each ant leaving the starting point and touring the places not visited. When the ants start the tour from the starting point or the artificial location, the tour of the first seller begins, and the tour of another seller starts when the ants pass from the starting point or the artificial point.

Clustering algorithms; separates the data set into different branches or clusters in compliance with a particular criterion. Thus, although the similarity rate between the elements of the sets is quite high, there are considerable differences with the elements of other sets. Fuzzy C-Mean Clustering Algorithm assigns the data set into C number of fuzzy sets and calculates the clustering center for each group. An iterative formula using the Lagrange Multiplier method is applied to reduce the objective function.

Findings and discussion

For the application, the starting point coordinates and the coordinates of the 30 locations to be visited were determined and then the values of these 30 locations were loaded into the Matlab application to cluster with the Fuzzy C-Mean Clustering Algorithm. With this Algorithm, three different clusters were made, namely, 3-Clustering, 4-Clustering and 5-Clustering. The outputs obtained were uploaded back to the Matlab application, using them as inputs for Ant Colony Optimization. The values obtained for all three clusters were evaluated with tables and graphics and the results obtained were compared.

Results and recommendations

While evaluating, it should be kept in mind that the distance between points is the Euclidean Distance. Scheduling should be made for the routes to be created, considering the roads open to access and the traffic situation. In addition, while planning the route, delivery time and cost should be evaluated together. If the priority is fast delivery or if the delay in delivery is subject to penalties or sanctions, it must be considered as a priority in the evaluation. The method is a metaheuristic application, so that the solution cannot be guaranteed to be optimum, but it has been evaluated as the best solution calculated in a short time and at an acceptable level.

Giriş

Ulaşım ürünleri, insanların, canlıların bir noktadan diğer bir noktaya nakledilmesini ifade etmektedir ve tarih boyunca şehirleşme, uygarlaşma ve ilerleme gibi kavramların ölçütlerinden biri olmuştur. Ulaştırma sektörü, günümüzde dünya ölçeğinde ekonomik olarak önemli bir yere sahiptir. İlişki derecesine bağlı olarak bu sektör, diğer sektörleri de etkilemektedir. Ulaşım sektörü, başta ekonomi olmak üzere turizm, sağlık, eğitim vb. birçok alanı bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde etkileyebilen önemli bir sektördür (Aytekin, 2022: 18).

Sezgisel algoritmalar, karar vericilerin bekleme kabul edebileceği (katlanabileceği) sürede, problemin en iyi çözümüne yakın çözümlere ulaşabilen ve bunun yanı sıra çok büyük boyutlu (çok sayıda değişken ve/veya kısıt içeren) optimizasyon problemleri için de kullanılabilen algoritmalar. Sezgisel algoritmalar, en iyi çözümün bulunacağı garanti etmemekle birlikte, en iyi çözüme ne kadar yakın ya da uzak bulunduğu da gösteremez. Buna karşın Sezgisel algoritmalar, ulaşılan çözümün kabul edilebilir bir düzeyde olmasını, ayrıca bu çözüme kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilmesi sağlamaktadırlar. Sezgisel algoritmalar kullanılan yöntemlerde problemin çözümüne yönelik yaklaşımlar; karar verme, optimizasyon, bulanık mantık, yapay zeka, makine öğrenmesi ve derin öğrenme şeklinde gruplara ayrılabilirler. Bu çalışmada; pek çok alanda uygulaması bulunan Gezgini Satıcı Problemi (GSP) için en iyi çözüme, en yakın çözümü hızlı bir şekilde bulabilmek için Sezgisel algoritmalarından biri olan Karınca Kolonisi Optimizasyonu (KKO) yöntemi kullanılmıştır. Rasgele belirlenen lokasyonların kümelenebilmesi için BCO algoritmasından yararlanılmıştır. Literatürde, bu çalışmada da önerilen çözümün etkinliğinin test edilmesi için lokasyonların rasgele belirlendiği çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalara Arthur ve Friendewey (2017), Sureja ve Chawda (2012) Ahmed ve Pandit (2001) ve Frieze (1987) çalışmaları örnek olarak verilebilir. Çalışmada kullanılan veriler BCO algoritması kullanılarak ayrı ayrı 3, 4 ve 5 kümeyle ayrılmış; elde edilen veri setleri Çoklu KKO ile değerlendirilmiş ve sonuçlar karşılaştırılmıştır. Bu çalışma ile sezgisel yöntemlerde başlangıç durumunun, çözüme ulaşmada (daha iyi çözüme ulaşma ya da çözüme daha hızlı ulaşma) önemli olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Problemden yer alan lokasyonların 3, 4 ve 5 kümeyle rasgele atanması yerine önceden gruplandırılarak çözümlere ulaşılmıştır.

Çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm giriş bölümüdür. İkinci bölümde, gezgin satıcı problemi tanıtılmış ve çalışmada kullanılan Karınca Kolonisi Optimizasyonu ve Bulanık C-Ortalama Kümeleme Algoritması yöntemleri anlatılmış ve literatürde yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise uygulamada kullanılan GSP, BCO ve KKO ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Dördüncü bölümde, gerçekleştirilen uygulamalar hakkında bilgi verilmiştir. Bulgular ve tartışmalara beşinci bölümde yer verilmiştir. Çalışmanın altıncı ve son bölümünde ise sonuçlar sunulmuş ve gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

Literatür taraması

Çalışmada, çoklu GSP'nin çözümü için BCO algoritması ve KKO birlikte kullanılmıştır. Bu bölümde GSP, BCO ve KKO ile ilgili kısa bilgilendirme yapıldıktan sonra literatürde yapılmış çalışmalara yer verilecektir.

GSP, kolay tanımlanabilen bir problem çeşididir, ancak problemin çözümü, tanımlanması kadar kolay değildir. Belirli bir başlangıç noktasından harekete başlayan gezgin satıcı, n sayıda lokasyonu dolaşır ve yine başlangıç noktasına dönerek turu tamamlar. Tanımlanan problemde n, lokasyon sayısı arttıkça çözüm uzayı hızla büyümekte ve optimum çözüme ulaşmak uzun ve zorlu bir süreç haline gelmektedir. Analitik çözüm yöntemlerinin problemin çözümünde yetersiz kaldığı bu tür durumlarla karşılaşıldığında çözüm uzayının tamamını taramak yerine, çözüm uzayında kısmi taramalar ile mantıksal çıkarımlar yapan meta-sezgisel yöntemler kullanılabilir. Problemin çözümünü garanti etmemekle beraber, meta-sezgisel yöntemler çözüm maliyetinin azaltılmasına büyük katkı sağlamaktadır (Kuzu vd., 2014: 2).

GSP; matematiksel ifadesi ilk kez Dantzig vd. (1954) tarafından tanımlanmış ve sonrasında pek çok problemin optimizasyon modellemesi için ilham vermiştir (Şahin, 2019: 912). Bu çalışmalar genellikle; araç rotalama ve sevkiyat planlama (Christofides ve Eilon, 1969), makine programlama ve atama (Gilmore ve Gomory, 1964; Nicholson, 1967), sipariş toplama (Ratliff ve Rosenthal, 1983), olarak karşımıza çıkmaktadır.

Problemlerin karmaşıklaşmasıyla GSP için sezgisel yaklaşım (Karg, 1964) ile ilgili çalışmalar yapılmış ve KKO Algoritmasının GSP için uygulanması (Lin ve Kernighan, 1973) en sık başvurulan yöntemler arasında yerini almıştır. Günümüze kadar bu çalışmaların pek çok örneği uygulanmış ve literatüre kazandırılmıştır.

Dinamik GSP için çoklu KKO kullanımı (Mavrovouniotis vd., 2014), GSP için Karınca Kolonisi Hiper Sezgiseli (Aziz, 2015), GSP alan probleminin KKO ile çözümü (Lammel vd., 2016), parametre ayarlarının KKO üzerinde etkinliği (Shrivastava ve Kumar, 2018), açık deniz rüzgar çiftliği için optimize edilmiş toplayıcı topolojisi tasarımında KKO ile çoklu GSP optimizasyonu (Srikakulapu ve Vinatha, 2018), KKO ile zamandan bağımsız GSP optimizasyonu (Tomanova ve Holly, 2020); KKO ile optimize edilmiş GSP uygulamasına yönelik güncel çalışmalardan bazılarıdır.

Bulanık C-Ortalımalı (BCO) kümeleme algoritması; en yaygın kullanılan bulanık kümeleme yöntemlerinden biridir. Bulanık mantık prensibine göre tüm elemanların kümeler üyeliği değerleri $[0,1]$ aralığında değişmektedir. Bununla beraber, her bir elemanın tüm sınıflara ait üyeliği dereceleri toplamının "1" olması gerekmektedir. Her eleman için kümelerin merkezine olan uzaklık baz alınarak üyeliği derecelerine göre elemanın hangi kümeye ait olduğu belirlenir. Merkeze olan yakınlık arttıkça o kümeye olan üyeliği değeri daha büyük olur.

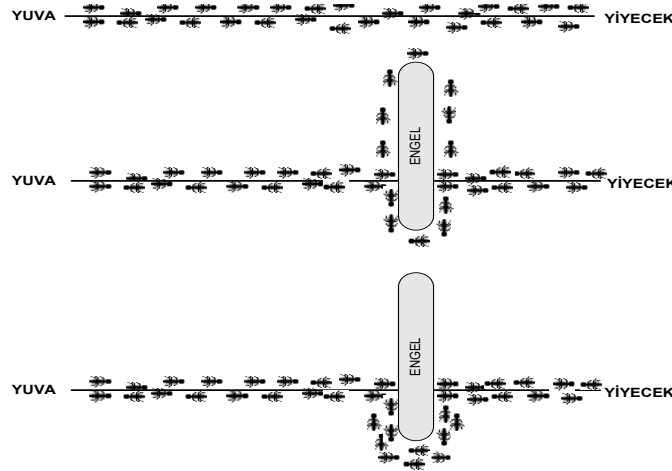
BCO kümeleme algoritması; Dunn tarafından 1973'te ortaya atılmış, algoritma Bezdek tarafından 1981 yılında geliştirilmiştir (Işık ve Çamurcu, 2007: 33). BCO algoritmasında Her bir kümeye ait elemanların küme merkezine olan uzaklıklarını minimuma indirilmesini amaçlanmaktadır.

BCO ile ilgili literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. BCO kümeleme algoritması ile yapılan güncel çalışmalara, BCO ile geleneksel kümeleme yöntemlerinin karşılaştırılması (Guo vd., 2020), Büyük veri kümeleme (Shen vd., 2020), BCO kullanarak eksik değer ifadesi (Mausor vd.,2020), BCO ile hasta istatistikleri analizine dayalı kalp hastalığının belirlenmesi (Meniailov vd., 2020), BCO izleme kümelemesine dayalı çimento klinker üretiminin ısı verimliliği tahmin modeli (Liu vd, 2020), Tümör segmentasyonu için beyin MRI görüntülerinin BCO ile bölünmesi (Thilagam vd., 2020) çalışmaları örnek olarak verilebilir.

Karınca Kolonisi Optimizasyonu (KKO); karıncaların besin kaynaklarına ulaşma mantığı ve yön seçme duyularından yola çıkılarak geliştirilmiş meta-sezgisel bir yöntemdir. Karıncalar sosyal hayvanlar olarak, doğada koloni halinde yaşarlar. Kendi aralarında özel bir iş bölümü bulunmaktadır ve problemlerle karşılaştıklarında yardımlaşmakta ve birlikte çözüm üretmektedir.

KKO, gerçek karıncaların beslenme davranışları incelenerek kurgulanmıştır. Karınca kolonilerinde, yuva ile yiyecek kaynakları arasındaki en kısa olan yolu bulabilme yeteneği oldukça gelişmiştir. Koloni üyelerinin seçtikleri herhangi bir yolu kullanarak yemek kaynağına giderken bıraktığı feromon ile yani birbirleriyle dolaylı bir şekilde haberleşmesiyle bu karmaşık davranış ortaya çıkmaktadır. Takipteki diğer karıncalar için ise feromon miktarı en yüksek olan yolu tercih etme davranışı söz konusudur. Alternatif yollarda feromon miktarındaki artış ya da azalış yolun tercih edilme durumunu belirler. En kısa yolu kullanan karıncalar daha sık gidip gelerek daha yoğun feromon bırakırlar, dolayısıyla arama süreci doğal olarak en kısa olan yollara doğru kayar (Cura, 2008: 113-114).

Şekil 1: Yiyecek arayan karıncaların feromon oranına göre izlediği yol



KKO ile ilgili literatürde farklı alanlarda yapılan güncel çalışmalara, finans (Terzi ve Şen, 2021), tedarik zinciri yönetimi (Hong vd., 2018), optimizasyon problemleri (Liao vd., 2014, Abachizadeh ve Tahani, 2009), görüntü algılama (Tian vd., 2008), atama problemleri (D'Acerno vd., 2006, Wiesemann ve Stützel 2006), rotalama (Alp ve Özalp, 2020, Pala ve Aksaraylı, 2018, Pinto ve Barán, 2005) çalışmaları örnek olarak verilebilir.

Bu çalışma ile gezgin satıcı probleminin KKO yöntemi ile çözümünün etkinleştirilmesi için (uygun çözüme daha hızlı ulaşılması) önce noktaların BCO Algoritması kümelmesi sağlanmıştır. Bu sayede çözüm daha hızlı ulaşılması sağlanmıştır.

Yöntem

Bu bölümde, önce gezgin satıcı problemi tanımlanmış daha sonra çalışmada kullanılan algoritmalar olan Bulanık C-Ortalama Kümeleme (BCO) Algoritması ve Karınca Kolonisi Optimizasyonu (KKO) yöntemleri anlatılmıştır.

Bulanık c-ortalama kümeleme

Kümeleme algoritması; veri setini spesifik bir kritere göre farklı dallara veya kümelere ayırır. Böylece kümelerin elemanları arasındaki benzerlik oranı oldukça fazla olduğu halde diğer kümelerin elemanları ile oldukça büyük farklar vardır. Hedeflenen kümeleme şekline göre, Bulanık C-Ortalama Kümeleme, Olasılıklı C-Ortalama Kümeleme, Bulanık Olasılıklı C-Ortalama Kümeleme gibi çeşitli kümeleme algoritmaları vardır (Guo vd., 2020: 240). İlk olarak 1974'te Dunn tarafından önerilen BCO kümeleme algoritması 1981'de Bezdek tarafından geliştirilmiş ve pek çok uygulanma alanı bulmuştur (Türe ve Başer, 2015: 18).

Başlangıç, BCO algoritmasının performansı için hayati öneme sahiptir. Algoritma, objektif fonksiyonun optimizasyonu için gerekli koşulları sağlar, ancak BCO algoritmasının global minimum bulmasını garanti etmez (Valente de Oliveira ve Pedrycz, 2007: 399).

BCO algoritması $X = \{x_1, x_2, \dots, x_N\}$ veri setini C bulanık küme içine atar ve her grup için kümeleme merkezini hesaplar. Algoritmanın fonksiyonu (Işık ve Çakmurcu, 2007: 33-34):

$$\min_{U,V} \left(J_{FMC}(U,V) = \sum_{i=1}^C \sum_{j=1}^N u_{ij}^m \|x_j - v_i\|^2 \right), \quad 0 \leq u_{ij} \leq 1 \quad (1)$$

$$\sum_{i=1}^c u_{ij} = 1 \quad (2)$$

u_{ij} , i 'nci kategoriye ait j 'nci üyenin üyelik derecesi;
 m , kümeleme sonuçlarının bulanıklaştırma derecesini gösteren bulanık ağırlıklı dizin;
 v_i , i 'nci kümeleme merkezi.

Amaç fonksiyonunu minimize etmek için Lagrange Çarpımı yönteminin kullanıldığı yinelemeli formül:

$$u_{ij} = \frac{1}{\sum_{k=1}^c \left(\frac{\|x_j - v_i\|}{\|x_j - v_k\|} \right)^{\frac{2}{m-1}}}, \quad i = 1, \dots, C; j = 1, \dots, N \quad (3)$$

$$v_i = \frac{\sum_{j=1}^N u_{ij}^m x_j}{\sum_{j=1}^N u_{ij}^m}, \quad i = 1, \dots, C \quad (4)$$

Karınca kolonisi optimizasyonu

Geçiş kuralının belirlenmesi

KKO problemlerinde, k karıncasının i noktasından j noktasına gitme olasılığı $p_k(i, j)$ olarak ifade edilir ve Eşitlik 1'de verildiği gibi hesaplanmaktadır (Junie ve Dingwei, 2006: 3).

$$p_k(i, j) = \begin{cases} \frac{[\tau(i, j)]^\alpha [\eta(i, j)]^\beta}{\sum_{u \in j_k(i)} [\tau(i, u)]^\alpha [\eta(i, u)]^\beta} & \text{eğer } j \in j_k(i) \\ 0 & \text{Diğer durumlarda} \end{cases} \quad (5)$$

$\tau(i, j)$, i ve j noktaları arasındaki feromon miktarı
 $\eta(i, j)$, i ve j noktaları arasındaki mesafenin tersi $1/\delta(i, j)$
 $\alpha \in [0, 1]$ ve $\beta \in [0, 1]$, ayarlanabilir parametreler
 i , karıncanın bulunduğu nokta
 j , karıncanın gideceği noktayı ifade etmektedir.

Yerel feromon güncellemesi

Karıncaların i noktası ile j noktası arasında gidip gelirken feromon miktarına yaptığı toplam katkı $\Delta\tau_{ij}$ ifadesi ile tanımlanmaktadır. Problemdeki karıncaların bir önceki iterasyonda geçmiş olduğu noktalar arasına bıraktıkları feromon düzeyleri buharlaşma oranı ρ da dikkate alarak hesaplayan ifade Eşitlik 2'de verilmiştir.

$$\tau_{ij}(t+1) = (1 - \rho)\tau_{ij}(t) + \sum_{k=1}^m \Delta\tau_{ij}^k(t+1) \quad (6)$$

$\tau_{ij}(t)$, t iterasyonuna kadar biriken feromon düzeyi
 $\Delta\tau_{ij}^k(t+1)$, t iterasyonundaki feromon düzeyi
 ρ ($0 \leq \rho \leq 1$), feromon buharlaşma parametresi

$$\Delta\tau_{ij}^k(t+1) = \begin{cases} \frac{1}{L^k(t+1)} & k \text{ karıncası } (i, j) \text{ yolunu kullanmışsa} \\ 0 & \text{diğer durumda} \end{cases} \quad (7)$$

$L^k(t + 1)$, k karıncasının toplam tur uzunluğu

Genel feromon güncellemesi

En uygun çözümü veren karıncanın geçmiş olduğu noktalar arasına bıraktıkları feromon miktarı genel feromon güncellemesi olarak ifade edilmekte ve Eşitlik 4'deki gibi hesaplanmaktadır.

$$\tau_{ij}(t + 1) = (1 - \rho)\tau_{ij}(t) + \Delta\tau_{ij}^k(t + 1) \quad (8)$$

$$\Delta\tau_{ij}^k(t + 1) = \begin{cases} \frac{1}{L_{best}(t + 1)} & (i, j) \text{ en iyi tura ait ise} \\ 0 & \text{Diğer durumda} \end{cases} \quad (9)$$

$L_{best}(t + 1)$, geçerli iterasyonda bulunan en iyi turun uzunluğu

Parametreler

α değeri; ilgili yoldaki feromon seviyesinin önemini belirleyen ve daha önceki iterasyon sonuçlarının sonraki iterasyonlara aktarılmasını sağlayan bir parametredir. α değeri yüksek ise feromon düzeyinin yüksek olduğu yollar daha büyük olasılıkla seçilir ve tesadüflik azalır.

β değeri; yol uzunluğunun bir sonraki noktanın seçimine olan etkisini belirleyen bir parametredir. β değerindeki artış bir sonraki yolun seçimindeki tesadüfiliği arttırırken, β değerindeki düşüş alternatif çözümlerin araştırılması ihtimalini de azaltmaktadır.

ρ , buharlaşma oranını ifade eder.

Çoklu gezgin satıcı problemi için karınca kolonisi optimizasyonu algoritması:

Çoklu GSP'nin KKO ile çözümü farklılık göstermektedir. Bir satıcı bazı lokasyonlara gider, ardından ikinci satıcı gidilmemiş lokasyonlardan bazılarını gider ve süreç tüm satıcıların katılımı ve tüm lokasyonların ziyaret edilmesi ile tamamlanır.

$$\begin{cases} 2 \leq tn_i \leq l_i \\ \sum_i^m tn_i = n - 1 \end{cases} \quad (i = 1, 2, \dots, m) \quad (10)$$

tn_i , i satıcısının gideceği lokasyon sayısı

l_i , i satıcısının gideceği maksimum lokasyon sayısı

m , satıcı sayısı

n , toplam lokasyon sayısı

Turlar her karıncanın başlangıç noktasından çıkarak gidilmemiş lokasyonları gezmesi ile tamamlanır. Karıncaların başlangıç noktası veya yapay lokasyondan tura başlamasıyla i satıcısının i 'nci zamanda turu başlar. Bir sonraki satıcının turu ise karıncaların başlangıç noktası veya yapay noktadan geçişi ile olur (Junjie ve Dingwei, 2006: 2).

Bu çalışmada Çoklu GSP'nin çözümü için doğrudan KKO uygulaması kullanılmamış; bunun yerine BCO Algoritması ile kümeleme yapıldıktan sonra her veri seti için KKO uygulanmıştır.

Uygulama

Bu çalışmada çoklu bir GSP problemi için uygun rotaların (3, 4 ve 5) belirlenmesi amaçlanmıştır. Önce BCO ile lokasyonlar kümelere ayrılmış daha sonra her bir lokasyonda en uygun rota KKO ile belirlenmiştir.

Çalışmada rasgele oluşturulan toplam orta büyüklükteki bir problem olması için 31 lokasyon kullanılmıştır. Lokasyonların tümüne uğrayacak olan 3, 4 ve 5 satıcı bulunduğu durumlar ayrı ayrı ortaya konulmuş, rotalar belirlenmiş, elde edilen çözümler incelenmiş ve karşılaştırılmıştır.

Uygulamada kullanılacak olan, (x_0, y_0) başlangıç noktası koordinatları olmak üzere rastgele seçilen 31 lokasyona ait (x_i, y_i) koordinatları Tablo 1’de verilmiştir:

Tablo 1: Rastgele seçilmiş lokasyonların (x, y) koordinatları

Nokta	x_i	y_i
0	37,6485	24,9652
1	99,2393	54,1482
2	20,3073	52,1406
3	37,5416	94,1816
4	70,8670	63,7501
5	16,3497	71,8557
6	32,3962	42,4441
7	80,9012	24,8357
8	21,8956	93,5987
9	32,8388	80,2128
10	46,1998	76,1633
11	35,2330	6,1752
12	7,3539	90,6653
13	50,5193	65,5628
14	27,4199	94,7949
15	56,7635	54,5241
16	2,7511	30,5318
17	61,3717	8,8515
18	42,3611	42,1534
19	64,5295	36,7533
20	30,6118	85,2528
21	29,0784	98,3923
22	43,0515	5,3853
23	55,0274	35,7135
24	12,2461	99,9067
25	13,0425	41,5017
26	22,8788	38,0647
27	10,6923	10,4579
28	9,3037	58,9612
29	18,8572	14,6320
30	68,3495	37,6575

BCO Algoritması kullanılarak başlangıç noktası hariç olmak üzere, 30 lokasyon için Matlab ile 3 farklı kümeleme yapılmıştır:

3’lü bulanık kümeleme ve kko algoritması

30 lokasyon için her biri 10 elemanlı olmak üzere 3 küme BCO Algoritması tarafından oluşturulmuş; başlangıç noktası her bir kümeye eklenmek suretiyle lokasyonlar KKO Algoritmasına veri olarak yüklenmiştir.

Başlangıç Noktası = [37.6485, 24.9652] olarak belirlendiği durumda 3 satıcı için uğraması gereken ve BCO algoritması ile belirlenen lokasyonlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: 3’lü kümeleme sonuçları

1. Küme	2. Küme	3. Küme
2	1	3
6	4	5
11	7	8
16	13	9
22	15	10
25	17	12
26	18	14
27	19	20
28	23	21
29	30	24

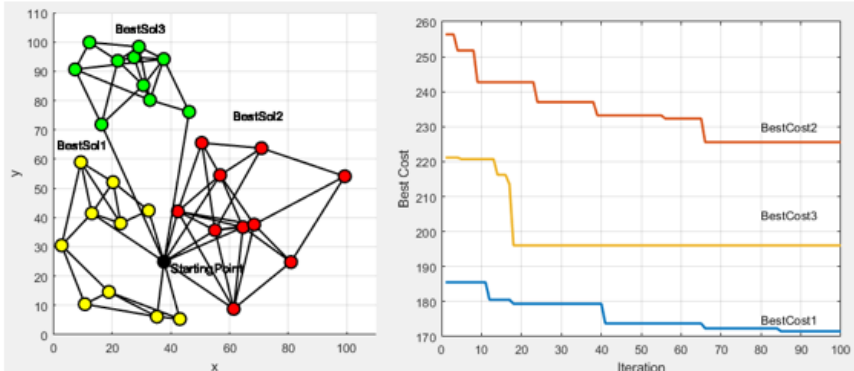
Tablo 3, BCO algoritması ile belirlenen lokasyonlar için her bir satıcının en uygun rotası KKO Algoritması kullanılarak belirlenen sonuçları göstermektedir.

Tablo 3: 3’lü kümeleme için kko algoritma sonuçları

Küme	Tur	Mesafe
1. Küme	0 → 6 → 26 → 25 → 2 → 28 → 16 → 27 → 29 → 11 → 22 → 0	171,5087
2. Küme	0 → 18 → 15 → 13 → 4 → 1 → 7 → 17 → 19 → 30 → 23 → 0	225.5878
3. Küme	0 → 5 → 12 → 24 → 8 → 14 → 21 → 3 → 20 → 9 → 10 → 0	196.0835
TOPLAM:		593.1800

3 satıcı için belirlenen en uygun rotalar ve çözüme ulaşmak için gerçekleştirilen tekrar sayıları Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2: 3’lü kko algoritması için en iyi çözüm ve en iyi sonuç grafikleri



4'lü bulanık kümeleme ve kko algoritması

30 lokasyon için 4 küme BCO Algoritması tarafından oluşturulmuştur. BCO sonucunda her bir satıcı için uğraması gereken lokasyon sayısı farklı olarak bulunmuştur. Her bir satıcının uğraması gereken lokasyon sayısı kümelerdeki eleman sayısı olarak aşağıdaki gibidir:

- 1. Küme: 5 eleman
- 2. Küme: 8 eleman
- 3. Küme: 7 eleman
- 4. Küme: 10 eleman

Başlangıç noktası her bir kümeye eklenmek suretiyle lokasyonlar KKO Algoritmasına veri olarak yüklenmiştir.

Başlangıç Noktası = [37.6485, 24.9652] olarak belirlendiği durumda 4 satıcı için uğraması gereken ve BCO algoritması ile belirlenen lokasyonlar Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4: 4'lü kümeleme sonuçları

1. Küme	2. Küme	3. Küme	4. Küme
11	1	2	3
17	4	6	5
22	7	16	8
27	13	18	9
29	15	25	10
	19	26	12
	23	28	14
	30		20
			21
			24

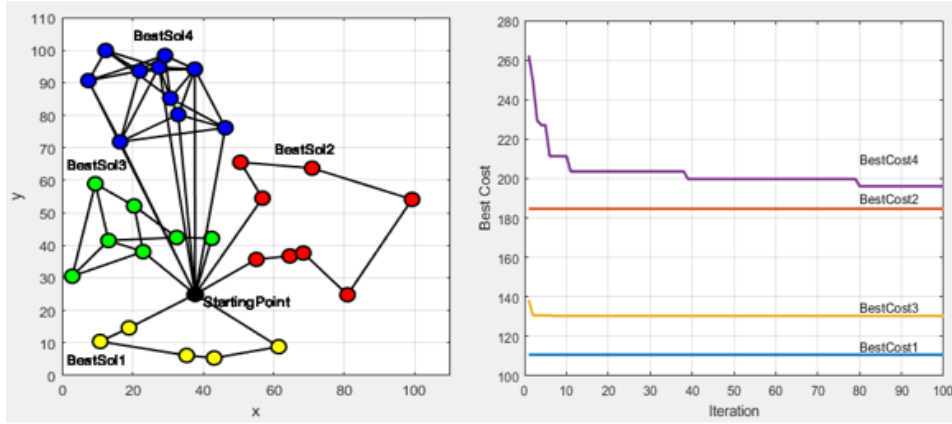
BCO algoritması ile belirlenen lokasyonlar için her bir satıcının en uygun rotası KKO Algoritması kullanılarak belirlenmiş ve Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5: 4'lü kümeleme için kko algoritma sonuçları

Küme	Tur	Mesafe
1. Küme	0 → 29 → 27 → 11 → 22 → 17 → 0	110.7083
2. Küme	0 → 15 → 13 → 4 → 1 → 7 → 30 → 19 → 23 → 0	184.7021
3. Küme	0 → 26 → 16 → 25 → 28 → 2 → 6 → 18 → 0	130.3649
4. Küme	0 → 5 → 12 → 24 → 8 → 14 → 21 → 3 → 20 → 9 → 10 → 0	196.0835
TOPLAM:		621.8588

4 satıcı için belirlenen en uygun rotalar ve çözüme ulaşmak için gerçekleştirilen tekrar sayıları Şekil 3’de gösterilmiştir.

Şekil 3: 4’lü kko algoritması için en iyi çözüm ve en iyi sonuç grafikleri



5’li bulanık kümeleme ve kko algoritması

30 lokasyon için 5 küme BCO Algoritması tarafından oluşturulmuştur. BCO sonucunda her bir satıcı için uğraması gereken lokasyon sayısı farklı olarak bulunmuştur. Her bir satıcının uğraması gereken lokasyon sayısı kümelerdeki eleman sayısı olarak aşağıdaki gibidir.

- 1. Küme: 5 eleman
- 2. Küme: 6 eleman
- 3. Küme: 9 eleman
- 4. Küme: 4 eleman
- 5. Küme: 6 eleman

Başlangıç noktası her bir kümeye eklenmek suretiyle lokasyonlar KKO Algoritmasına veri olarak yüklenmiştir.

Başlangıç Noktası = [37.6485, 24.9652] olarak belirlendiği durumda 5 satıcı için uğraması gereken ve BCO algoritması ile belirlenen lokasyonlar Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6: 5’li kümeleme sonuçları

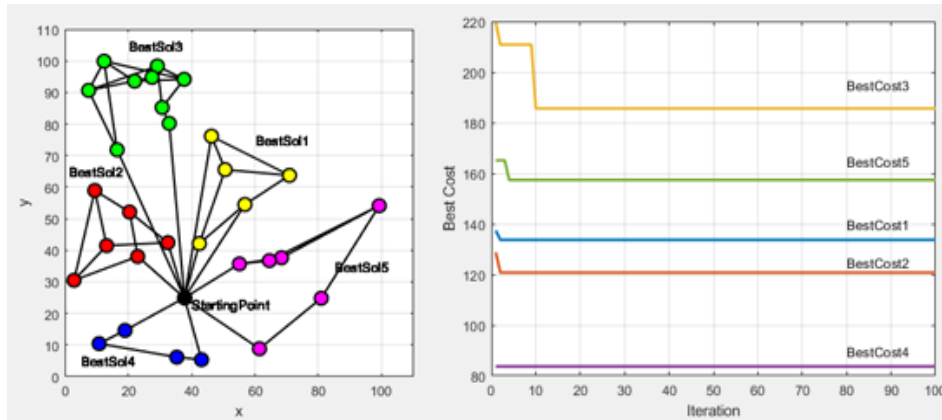
1. Küme	2. Küme	3. Küme	4. Küme	5. Küme
4	2	3	11	1
10	6	5	22	7
13	16	8	27	17
15	25	9	29	19
18	26	12		23
	28	14		30
		20		
		21		
		24		

BCO algoritması ile belirlenen lokasyonlar için her bir satıcının en uygun rotası KKO Algoritması kullanılarak belirlenmiş ve Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: 5'li kümeleme için kko algoritma sonuçları

Küme	Tur	Mesafe
1. Küme	0 → 15 → 4 → 10 → 13 → 18 → 0	110.7083
2. Küme	0 → 6 → 2 → 28 → 25 → 16 → 26 → 0	120.8242
3. Küme	0 → 9 → 20 → 3 → 21 → 14 → 8 → 24 → 12 → 5 → 0	185.6715
4. Küme	0 → 29 → 27 → 11 → 22 → 0	83.6966
5. Küme	0 → 7 → 30 → 1 → 23 → 17 → 19 → 0	157.4257
TOPLAM:		607.6170

5 satıcı için belirlenen en uygun rotalar ve çözüme ulaşmak için gerçekleştirilen tekrar sayıları Şekil 4'te gösterilmiştir.

Şekil 4: 5'li kko algoritması için en iyi çözüm ve en iyi sonuç grafikleri

Bulgular ve tartışma

Bu çalışmada Çoklu GSP için KKO kullanılmış ve veri setini gruplara ayırmak üzere BCO Algoritması kullanılmıştır. Veri seti 3, 4 ve 5'li kümelere ayrılarak her kümeleme için KKO Algoritması Matlab ile çalıştırılmış ve 100 iterasyon sonucu elde edilen her bir sonuç için çözüme elde edilmiş bu çözümlere ait tablo ve grafikler Uygulama bölümünde ayrıntılı bir biçimde sunulmuştur.

Her 3 kümeleme için elde edilen sonuçlar Tablo 8'de özetlenmiştir. Buna göre; bir başlangıç noktası ve 30 lokasyondan ibaret olan ziyaret noktaları için 3'lü kümeleme ile elde edilen sonuçlar, yapılan çalışma için en kısa mesafe olarak hesaplanmıştır. 3'lü kümelemeyi 5'li kümeleme takip etmektedir. 4'lü kümeleme en uzun mesafe olarak hesaplanmıştır.

Tablo 8: Sonuçların karşılaştırılması

Kümeleme	Toplam Mesafe
3'lü Kümeleme	593,1800
4'lü Kümeleme	621,8588
5'li Kümeleme	607,6170

3'lü kümeleme sonrasında yapılan çözüm sonucunda elde edilen rotanın uzunluğunun 4'lü kümelemeden sonra elde edilen çözümden %4,61, 5'li kümelemeden elde edilen rotanın uzunluğundan ise %2,37 daha kısa olduğu belirlenmiştir.

Toplam mesafesi 593,1800 olan 3'lü kümeleme sonrası elde edilen çözümde, her bir rotanın ortalama mesafesi 197,0835, en kısa rota 171,5087 ve en uzun rota ise 225,5878 birim olarak bulunmuştur. Toplam mesafesi 621,8588 olan 4'lü kümeleme sonrası elde edilen çözümde, her bir rotanın ortalama mesafesi 155,447, en kısa rota 110,7083 ve en uzun rota ise 196,0835 birim olarak bulunmuştur. Toplam mesafesi 607,6170 olan 5'li kümeleme sonrası elde edilen çözümde ise her bir rotanın ortalama mesafesi 11,6653, en kısa rota 83,6966 ve en uzun rota ise 185,6715 birim olarak bulunmuştur.

Sonuç ve öneriler

En kısa mesafe 3'lü kümeleme sonucunda elde çözümün olduğu görülmektedir. 4'lü kümeleme incelendiğinde toplam mesafe olarak en yüksek sonuç karşımıza çıkmaktadır. 3'lü kümeleme ile karşılaştırıldığında hem araç maliyetini hem de toplam mesafeye bağlı olarak yakıt maliyetini arttırmaktadır. Bu nedenle tercih edilmesi uygun değildir. 5'li kümeleme değerlendirildiğinde toplam mesafe açısından 3'lü kümeleme ile 4'lü kümeleme arasında kaldığı görülmektedir. Yine araç ve yakıt maliyetlerini arttırmakla beraber diğer kriterler de göz önüne alınarak değerlendirildiğinde 5'li kümeleme tercih edilebilir.

3'lü kümeleme uygulanacak sonuç olarak değerlendirmeye alındığı takdirde lokasyonların ziyareti için görev; her biri tek seferde tamamlanmak üzere, 3 kişiye veya 1 kişi için 3 farklı güne atanabilir. Diğer kümelemeler de benzer şekilde değerlendirilebilir. Karar verici satıcı/araç sayısı maliyeti ile kat edilen toplam mesafe maliyetini birlikte dikkate alarak kendisi için en uygun seçeneğe karar verebilir

Çözümler değerlendirme yapılırken noktalar arasındaki mesafenin Öklidyen Uzaklık olduğu unutulmamalıdır. Çizilecek rotalar için ulaşımaya açık yollar ve trafik durumu dikkate alınarak çizelgeleme yapılmalıdır.

Öte yandan rotalama yapılırken teslim süresi ve maliyet beraber değerlendirilmelidir. Öncelikli olan hızlı teslimat ise veya teslimatın gecikmesi ceza veya yaptırıma tabi ise mutlaka değerlendirmede öncelikli olarak ele alınmalıdır. Eğer değerlendirmede öncelikli unsur maliyet ise gerekli araç sayısı, toplam mesafe ve yakıt maliyeti gibi kriterler öncelikli olacaktır.

Yöntem (KKO algoritması); meta-sezgisel bir uygulama olduğundan elde edilen çözümün optimum olması garanti edilemez, ancak kısa sürede ve kabul edilebilir ve uygulanabilir düzeyde, hesaplanan en iyi çözüm olarak değerlendirilmiştir. Gelecek çalışmalarda aynı veriler farklı meta-sezgisel uygulamalar (genetik algoritmalar, parçacık sürü optimizasyonu, yapay arı kolonisi vb.) ile değerlendirilip sonuçlar karşılaştırılabilir, uygulama birkaç defa tekrar edilerek sonuçlar kendi içinde karşılaştırılıp değerlendirilebilir veya iterasyon sayısı artırılarak döngünün kendi içinde çok daha fazla sayıda tekrarlanması suretiyle sonuçlar karşılaştırılarak tekrar değerlendirme yapılabilir. Çalışmada lokasyon sayısı 31 olarak belirlenmiştir. Farklı lokasyon sayıları kullanılarak çözümler yapılabilir ve elde edilen çözümler karşılaştırılabilir.

Çalışma; karar vericiye karar verme sürecinde alternatiflerin belirlenmesi amacıyla rasgele üretilen veriler kullanılarak yapılmıştır. Gerçek veriler ile çalışılarak ilgili firma için karar destek mekanizması oluşturulabilir.

Kaynakça

- Abachizadeh, M., ve Tahani, M. (2009). An ant colony optimization approach to multi-objective optimal design of symmetric hybrid laminates for maximum fundamental frequency and minimum cost. *Structural and Multidisciplinary Optimization*, 37(4), 367-376.
- Ahmed Z. H. ve Pandit, S. N. (2001). The travelling salesman problem with precedence constraints. *Opsearch*, 38(3), 299-318.
- Alp S. ve Özalp M. (2020). Uygun dağıtım rotası belirlenmesi probleminde hibrit sezgisel bir yöntem önerisi: bir kargo firması örneği. *Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi*, 3(1), 59-70.
- Arthur J.L. ve Frenmdewey J.O. (2017). Generating travelling-salesman problems with known optimal tours. *Journal of the Operational Research Society*, 39(2), 153-159.
- Aytekin İ. (2022). Türkiye’de karayolu ve demiryolu ulaştırma hizmetleri ile kalkınma arasındaki nedensellik ilişkisinin analizi. *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(1), 17-35.
- Aziz Z.A. (2015). Ant colony hyper-heuristics for travelling salesman problem. *IEEE International Symposium on Robotics and Intelligent Sensors (IEEE IRIS2015)*, Procedia Computer Science 76: 534-538.
- Bezdek J.C. (1981). Pattern recognition with fuzzy objective function algorithms. Plenum Press.
- Christofides N. ve Eilon S. (1969). An algorithm for the vehicle-dispatching problem. *Journal of the Operational Research Society*, 20, 309-318.
- Cura T. (2008). Modern sezgisel teknikler ve uygulamaları. Papatya Yayınları.
- Dantzig G., Fulkerson R. ve Johnson S. (1954). Solution of a large-scale traveling-salesman problem. *Journal of the Operations Research Society of America*, 2(4), 393-410.
- Dunn, J.C. (1974). A fuzzy relative ISODATA process and its use in detecting compact well-separated clusters. *Journal of Cybernetics*, 3(3), 32-57.
- D’Acierno, L., Montella, B., ve Lucia, F. D. (2006). A stochastic traffic assignment algorithm based on ant colony optimisation. In *International Workshop on Ant Colony Optimization and Swarm Intelligence*, (25-36).
- Gilmore P.C. ve Gomory R.E. (1964). Sequencing a one state-variable machine: a solvable case of the traveling salesman problem. *Journal of Operations Research*, 12(5), 655-679.
- Guo Y., Zi Y. ve Jiang Y. (2020). Contrastive study of distributed multitask fuzzy c-means clustering and traditional clustering algorithms. In *2020 5th International Conference on Communication, Image and Signal Processing (239-245)*. IEEE.
- Hong J., Diabat A., Panicker V. V. ve Rajagopalan S. (2018). A two-stage supply chain problem with fixed costs: An ant colony optimization approach. *International Journal of Production Economics*, 204, 214-226.
- Frieze A. M. (1987). On the exact solution of random travelling salesman problems with medium size integer coefficients. *SIAM Journal on Computing*, 16(6), 1052-1072.
- Işık M. ve Çamurcu A.Y. (2007). K-means, k-medoids ve bulanık c-means algoritmalarının uygulamalı olarak performanslarının tespiti. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 6(11), 31-45.
- Junjie P. ve Dingwei W. (2006). An ant colony optimization algorithm for multiple travelling salesman problem. *Proceedings of the First International Conference on Innovative Computing, Information and Control (ICICIC’06)*.
- Karg R.L. ve Thompson G.L. (1964). A heuristic approach to solving travelling salesman problems. *Journal of Management Science*, 10(2), 225-248.
- Kuzu S., Önay O., Şen U., Tunçer M., Yıldırım B.F. ve Keskindürk T. (2014). Gezgin satıcı problemlerinin metasezgiseller ile çözümü. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(1), 1-27.

- Lammel B., Gryzłak K., Dornberger R. ve Hanne T. (2016). An ant colony system solving the travelling salesman region problem. *Computational and Business Intelligence (ISCBI), 4th International Symposium on* :125-131. 2016.
- Liao T., Stützle T., de Oca M. A. M. ve Dorigo M. (2014). A unified ant colony optimization algorithm for continuous optimization. *European Journal of Operational Research*, 234(3), 597-609.
- Lin S. ve Kernighan B.W. (1973). An effective heuristic algorithm for the traveling-salesman problem. *Journal of Operations Research*, 21(2), 498-516.
- Liu Z., Wang X., Yu H. ve Xing R. (2020). Thermal efficiency prediction model of cement clinker production based on fuzzy c-means monitoring clustering, *39th Chinese Control Conference (CCC) Chinese Control Conference (CCC)*: 5391-5394.
- Mausor F.H., Jaafar J. ve Taib S.M. (2020). Missing values imputation using fuzzy c means based on correlation of variable. *International Conference on Computational Intelligence (ICCI) Computational Intelligence (ICCI)*:261-265.
- Mavrovouniotis, M., Shengxiang Y. ve Xin Y. (2014). Multi-colony ant algorithms for the dynamic travelling salesman problem. *Computational Intelligence in Dynamic and Uncertain Environments (CIDUE)*:9-16.
- Meniaïlov I., Chumachenko D. ve Bazılevych K. (2020). Determination of heart disease based on analysis of patient statistics using the fuzzy c-means clustering algorithm. *2020 IEEE Third International Conference on Data Stream Mining & Processing (DSMP) Data Stream Mining and Processing (DSMP)*:333-336.
- Nicholson T. A. J. (1967). A sequential method for discrete optimization problems and its application to the assignment, travelling salesman, and three machine scheduling problems. *IMA Journal of Applied Mathematics*, 3(4), 362–375.
- Ratliff H.D. ve Rosenthal A.S. (1983). Order-picking in a rectangular warehouse: a solvable case of the traveling salesman problem. *Journal of Operations Research*, 31(3), 507-521.
- Pala O. ve Aksaraylı M. (2018). Çok amaçlı kapasite kısıtlı araç rotalama problemi çözümünde bir karınca kolonisi optimizasyon algoritması yaklaşımı. *Alphanumeric Journal* , 6 (1) , 37-48 .
- Pinto D. ve Barán B. (2005). Solving multiobjective multicast routing problem with a new ant colony optimization approach. In *Proceedings of the 3rd international IFIP/ACM Latin American conference on Networking*:(11-19).
- Shen Y., Pedrycz W., Chen Y., Wang X. ve Gacek A. (2020). Hyperplane division in fuzzy c-means: clustering big data. *IEEE Transactions on Fuzzy Systems IEEE Trans. Fuzzy Syst. Fuzzy Systems, IEEE Transactions on*. 28(11):3032-3046.
- Shrivastava K. ve Kumar S. (2018). The effectiveness of parameter tuning on ant colony optimization for solving the travelling salesman problem. *8th International Conference on Communication Systems and Network Technologies (CSNT)*.
- Srikakulapu R. ve Vinatha U. (2018). Optimized design of collector topology for offshore wind farm based on ant colony optimization with multiple travelling salesman problem. *Journal of Modern Power Systems and Clean Energy*, 6(6): 1181-1192.
- Sureja N.M. ve Chawda B.V. (2012). Random Travvelling Salesman Problem usşng Genetic Algorithms. *International Journal of Computing*, 2(2): 359-363.
- Şahin Y. (2019). Sezgisel ve metasezgisel yöntemlerin gezgin satıcı problemi çözüm performanslarının kıyaslanması. *BAİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(4), 911-932.
- Terzi S. ve Şen İ. K. (2021). Finansal Başarısızlık Tahmininde Karınca Kolonisi Optimizasyon Yaklaşımı: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 525-541.
- Thilagam M., Arunesh K. ve Rajeshkann, A. (2020). Analysis of brain MRI images for tumor segmentation using fuzzy c means algorithm. *International Conference on Electronics and Sustainable Communication Systems (ICESC) Electronics and Sustainable Communication Systems (ICESC), 2020 International Conference on*: (183-186).
- Tian J., Yu W. ve Xie S. (2008). An ant colony optimization algorithm for image edge detection. *Congress On Evolutionary Computation (Ieee World Congress On Computational Intelligence)*:751-756.

- Tomanova P. ve Holy V. (2020). Ant colony optimization for time-dependent travelling salesman problem. *In Proceedings of the 2020 4th International Conference on Intelligent Systems, Metaheuristics & Swarm Intelligence*: (47-51). New York.
- Türe H. ve Başer F. (2015). Bulanık c-ortalama kümeleme algoritması ile ülke risk değerlendirmesi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 23, 16-33.
- Valente de Oliveira J. ve Pedrycz W. (2007). *Advances in fuzzy clustering and its applications*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Wiesemann W. ve Stützle T. (2006). Iterated ants: An experimental study for the quadratic assignment problem. *In International Workshop on Ant Colony Optimization and Swarm Intelligence*: (179-190). Springer, Berlin, Heidelberg.

Etik kurul onayı

Yapılan çalışmada anket kullanılmaması ve analizi yapılan verilerin rastsal örnekleme olarak yazarlar tarafından üretilmiş olması sebebi ile bu araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yönetim kurulu niteliklerinin finansal performans üzerine etkisi: BIST-100 endeksinde bir uygulama

The effect of board of directors' qualifications on financial performance: An application in BIST-100 index

Gönderim Tarihi / Received: 15.09.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 28.03.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1175915](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1175915)

Cennet GÜRBÜZ**1

Kader TÜRKÖĞLU²

İsmail BEKÇİ³

ÖZ: Bu çalışma, yönetim kurulu niteliklerinin cari dönem ve gelecekteki finansal performanslara etkilerini araştırma amacıyla yapılmaktadır. Çalışma amacı doğrultusunda BIST-100 endeksinde yer alan ve finansal olmayan 43 işletmenin verileri ile oluşturulan örnekleme panel veri analizi uygulanmıştır. Çalışmada, yönetim kurullarının büyüklükleri, bağımsız üye sayıları, kadın üye ve icracı üye sayıları ile yönetim kurulu toplantı sayıları bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak cari dönem aktif kârlılığı, gelecek dönemlere ilişkin aktif kârlılık ve ortalama aktif kârlılık değerleri kullanılmıştır. Çalışma bulguları, yönetim kurullarında yer alan bağımsız üyelerin işletmelerin cari dönem finansal performanslarını olumsuz etkilediğini göstermektedir. Yönetim kurullarında bulunan kadın üyelerin ise işletmelerin gelecek dönem finansal performanslarına olumlu ve anlamlı katkı sağladıkları ayrıca icracı olmayan üyelerin ortalama finansal performanslar açısından önemli olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra likidite oranları ve faaliyet oranlarının işletmelerin finansal performanslarına olumlu yönde katkısı bulunurken, sermaye yoğunluklarının ise olumsuz etkileri olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal performans, Yönetim kurulu, Bağımsız üye, Cinsiyet, İcracı olmayan üye

ABSTRACT: This research is taken to view the effects of the board of administrators' qualifications on current and future financial performances. To the research, sampling panel data analysis, which is created with the data of 43 non-financial companies in the BIST-100 index, is applied. In the research, the size of the boards of administrators, the size of independent associates, the size of female and executive associates, and the size of board conventions are utilized as independent variables. As the dependent variable current period returns on assets, the return on assets for future periods and the average return on assets are used. The results of the investigation show that the independent associates of the board of directors negatively affect the current period's financial performance. It has been defined that the female associates of the board of administrators make a positive and meaningful contribution to future financial performances, and that the non-executive associates are important in terms of average financial performance. In addition, it is noted that while liquidity ratios and activity ratios contributed positively to financial performances, capital intensity had negative impacts.

Keywords: Financial performance, Board of directors, Independent member, Gender, Non-executive member

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Dr., T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, cnntgrbz01@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0279-3214>

² Dr., Bağımsız Araştırmacı, turkoglukadeer@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8591-1265>

³ Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, ismailbekci@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9861-737X>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

The desire of businesses to have high financial performances causes the corporate governance approach to earnings importance. For this reason, there is increasing attention in research on the impacts of corporate governance and board characteristics on business performance. Financial performances are very important in terms of ensuring sustainability for businesses, fulfilling economic activities, and reaching important financial resources. In addition, it attracts the attention of all stakeholders related to the business in terms of determining the features that affect financial performance and making more accurate decisions by developing different perspectives.

In the literature, different national and international studies review the connection between the characteristics of corporate governance factors and boards of directors and financial performance. In this research, the return on equity (ROE) and return on assets (ROA) are generally used by accepting the dependent variable as a measure of financial performance. In some studies, it is viewed that some variables such as the market value/book value (PD/DD) ratio, return on sales, TOBIN Q, and ALTMAN score are also used.

In the literature, the size of the board of directors (BOARDSIZE), the presence of female associates (BOARDW), the ratio of independent associates (BOARDIND), the largest shareholding, the duality of the CEO, the ratio of foreign associates (BOARDFOREIGN) and capital shares, nationality, and education information of associates are all listed as indicators of corporate governance. It is seen that many different variables, such as the presence of political associates, free float rates, the ratio of non-executive associates (BOARDEX), board meetings (BOARDM), and the characteristics of the commissions created within the board of directors, are used as independent variables.

It is used that variables such as business size (SIZE), financial leverage ratio (LEV), operating age (AGE), growth in sales (GROWTHS), the impact of the audit committee, cash flow rate, non-performing loan ratios, and employee expenses are generally included in the studies as control variables. The methods and variables used in the literature studies and the conclusions reached are shown in a table within the research.

Methodology

The research is implemented to examine the effects of the qualifications of the board of directors on the financial performances in the next period and, on average, also the current period's impacts. For the research, a sample is created using the data of 43 non-financial businesses in the BIST-100 index. This research focuses on the businesses included in the BIST-100 index in 2022 to examine the impacts of the qualifications of the board of directors on the financial performance of the businesses. A sample consisting of a total of 43 enterprises is obtained by eliminating the financial enterprises in the BIST-100 index and the enterprises with missing data. Panel data analysis is carried out on the data set created with the financial information of the firms in the sample for the years 2009–2021. The research deals with return on assets as an indicator of financial performance.

In line with the literature studies, the dependent variables of the research are the logarithm of the total size of associates on the board of directors (LBOARDSIZE), the ratio of the total size of associates on the board of directors to the independent associates (BOARDIND), the ratio of the size of female associates on the board of directors to the total size of associates (BOARDW), the logarithm of the size of meetings held by the board of directors (LBOARDM), and the rate of non-executive associates in the board of directors (BOARDEX). Control variables such as financial leverage ratio (LEV), ratio of current assets to current liabilities (CURRENT), ratio of total tangible asset book value to sales (CSRATIO), and ratio of operating income to sales (OPSRATIO) are added to the research models.

Findings and discussion

The research searches for the impacts on financial performance in terms of both the current and future periods as well as average profitability. The research discovered that the ratio of independent associates

on the board of directors to the total number of associates has a negative effect on the financial performances for the current period. Negative results for the t+1 and t+2 periods are not statistically meaningful. While there is no meaningful result for the current period regarding the effect of the size of female associates on the board of directors on financial performance, positive impacts have been determined for the t+1 and t+2 periods.

The ROASTD variable model results, calculated over the standard deviations of the three-year profitability value, show that only non-executive associates have a meaningful effect on average financial performances. A meaningful effect of the size of the board of directors, independence, the size of meetings, and the qualification of having female associates on the performance related to the three-year profitability worth on the financial performance could not be determined.

It has not been concluded that the total number of associates on the board of directors and the size of meetings have any meaningful impact on financial performance. It has been defined that liquidity ratios and operating margins continue to positively affect financial performance, while capital intensity negatively affects financial performance both in the current period and in future periods. The findings of the study support the idea that the financial debt ratios of the enterprises are important for future periods rather than the current period.

Results and recommendations

The findings of the research conducted to examine the impacts of the qualifications of the boards of directors on the financial performance show that the ratio of the independent associates on the board of directors to the total number of associates has only the opposite effect on the financial performance of the current period. The positive and meaningful impacts of the size of female associates on the board of directors for the t+1 and t+2 periods are seen in future financial performances. The model results with the ROASTD variable calculated over the standard deviations of the three-year profitability value show that non-executive associates have meaningful influence on average financial performances.

Giriş

İşletmelerin yüksek finansal performanslara sahip olma isteği, kurumsal yönetim anlayışının önem kazanmasına neden olmaktadır. Bu doğrultuda kurumsal yönetim ve yönetim kurulu özelliklerinin işletme performanslarına olan etkisinin araştırılmasına olan ilgi de artmaktadır (Müller, 2014; Zabri, Ahmad ve Wah, 2016; Pearce ve Patel, 2018; Zhou, vd., 2018).

İşletmelerin finansal performansları hem ekonomik faaliyetlerin finansmanında önemli bir kaynak unsuru olması hem de işletmelerin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle yatırımcılar ve fon sağlayıcılar dahil genel olarak tüm paydaşlar açısından finansal performansı etkileyen niteliklerin tespit edilmesi de ilgi çekmektedir (Müller, 2014: 970). İşletmeler, çeşitli zorluklar karşısında bazı maliyetlerle karşı karşıya kalabilmektedirler. Bu belirsizliklerin ve maliyetlerin doğru bir şekilde yönetilmesi, yönetim kurullarının yetenekleri ile ilişkili olup işletme performanslarını da etkilemektedir.

Pay sahiplerince işletmeyi en üst düzeyde temsil için yetkilendirilen ve kurumsal stratejinin oluşturulmasında görevlendirilen yönetim kurulları, işletmelerde karar alma organı olarak faaliyet gösterirler. Ayrıca üst düzey yöneticilerin görevlendirilmesi, ücretlendirmesi, işletmenin denetimi gibi görevleri yerine getiren yönetim kurulu işletme içinde bir yönetim mekanizması şeklinde faaliyet göstermektedir (Fama ve Jensen, 1983: 313).

Rekabet gerektiren piyasa koşullarının yanı sıra yönetim kurulunun büyüklüğü, bağımsızlığı, yöneticilerin yaş veya eğitim durumları gibi pek çok faktör kurumsal yönetimin başarısını etkiler. Toplam yönetici sayısı, icracı olmayan üye sayısı, bağımsız veya kadın üye sayısı, yöneticilerin uzmanlık alanları ve yaş profilleri gibi yönetim kurulu yapısına ilişkin farklılıklar şirket yönetimlerinin hedef stratejileri gerçekleştirmelerinde önem arz eder. Ayrıca farklı özellikleri sahip üyeler işletme kararlarının alınmasında farklı bakış açıları geliştirilerek maksimum verimliliğin elde edilmesine katkı sağlar.

Yönetim kurulunda yaş, cinsiyet, eğitim, uzmanlık, deneyim, bağımsızlık gibi konularda çeşitliliğin artması farklı taleplerin karşılanması ile daha geniş bir müşteri kitlesinin oluşturulmasına, yatırımcı ve tedarikçi perspektifinin geliştirilmesine olanak sunacaktır. Ayrıca farklı özelliklere sahip üyeler farklı bakış açılarının geliştirilmesinde, kararların dikkatle değerlendirilmesinde ve işletme için en doğru kararın alınmasında etkili olmaktadır (Yağlı, 2019: 568-569).

Vekâlet teorisi yaklaşımına göre yönetimin etkisinden bağımsız üyeler ve bağımsız kurullar, yönetim davranışlarının daha iyi kontrol edilebileceğini savunurlar (Jensen ve Meckling, 1976). Bağımsız üyeler, yöneticilerin stratejik seçeneklerini daha objektif bir şekilde değerlendirebilir ve CEO tarafından ortaya konan fikirleri desteklemeye yatkın olan diğer üyelere göre daha eleştirel bakabilirler. Ayrıca bağımsız yönetim kurulu üyeleri, işletme dışında edindikleri diğer deneyimlerinden bilgi, ilişki ve bakış açısı geliştirebilirler (Pearce ve Patel, 2018:914).

Kurumsal paydaşlar için güvenilir performans ölçütü olan ROA ve ROE, işletme yönetimlerinin etkinliği açısından da bir önemli gösterge olarak kabul edilir (Zabri, vd., 2016:28). Çünkü işletme yönetimlerinin işletmelere yapılan yatırımlardan ne kadar değer oluşturulabildiğini ve yatırımların doğru yönlendirilme durumunu yansıtmaktadır. Bu nedenle pek çok çalışma yönetim kurulunun etkinliğini ve finansal performans açısından değer oluşturma düzeyini tespit etmeye yönelmektedir. Yapılan çalışmalar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Yönetim kurulu özellikleri ile finansal performanslar arasında olumlu veya olumsuz etkiye ilişkin ortaya koyan karışık sonuçlar bu konudaki çalışmaların devamlılığını sağlamaktadır.

Bu çalışma, yönetim kurulu niteliklerinin işletmelerin finansal performansını etkileyeceği varsayımı ile gerçekleştirilmektedir. Yönetim kurullarına ilişkin özelliklerin finansal performansa olan etkilerinin belirlenmesine yönelik farklı çalışmalar yapılmış olsa da sonuçlar önemli bir etkinin varlığı noktasında net değildir. BIST-100 endeksinde yer alan işletmeler dahil edilerek yapılan bu çalışma, sonuçları ile akademik literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Çalışma, yönetim kurullarına ilişkin niteliklerin

işletmelerin finansal performansı olarak belirlenen aktif kârlılığın etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, diğer çalışmalardan farklı olarak cari dönem, cari dönem sonrası ilk yıl ve ikinci yıl etkilerini ve üç yıllık ortalama kârlılığa etkileri incelemektedir.

Çalışma amacı doğrultusunda; birinci bölümde giriş, ikinci bölümde literatür taramasına yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde kullanılan örneklem, yöntem ve değişkenler tanımlanarak oluşturulan hipotezler ve modeller hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde ise elde edilen bulgular ve tartışmalar sunulmuştur. Son bölümde ise çalışmada ulaşılan sonuçlar ve öneriler açıklanmıştır.

Literatür taraması

Literatürde, kurumsal yönetim unsurlarının ve yönetim kurullarının özellikleri ile finansal performans ilişkisini inceleyen farklı ulusal ve uluslararası çalışmalara rastlanılmaktadır. Çalışmalarda, genellikle öz sermaye kârlılığı (ROE) ve aktif kârlılığı (ROA) bağımlı değişken kabul edilerek, finansal performans ölçütü olarak kullanıldığı görülmektedir. Bazı çalışmalarda ise Piyasa Değeri/Defter Değeri (PD/DD) oranı, satışların getirisi, TOBIN Q ve ALTMAN skoru gibi bazı değişkenlerin de kullanıldığı görülmektedir.

Literatürde, kurumsal yönetim göstergesi olarak yönetim kurulu büyüklüğü (BOARDSIZE), CEO ikiliği, kadın üye bulunması (BOARDW), bağımsız üyelerin oranları (BOARDIND), en büyük pay sahipliği, yabancı üyelerin oranı (BOARDFOREIGN) ve sermaye payları, üyelerin uyruk ve eğitim bilgileri, politik üye bulunması durumu, halka açıklık oranları, icracı olmayan üyelerin oranı (BOARDEX), yönetim kurulu toplantıları (BOARDM), yönetim kurulu bünyesinde oluşturulan komitelerin özellikleri gibi pek çok farklı değişkenin bağımsız değişken olarak kullanıldığı görülmektedir.

İşletme büyüklüğü (SIZE), finansal kaldıraç oranı (LEV), işletme yaşı (AGE), satışlardaki büyüme (GROWTHS), denetim komitesinin etkisi nakit akım oranı, takipteki kredi oranları ve çalışanlara ilişkin giderler gibi değişkenlerin ise genellikle kontrol değişkeni olarak çalışmalarda yer aldığı görülmektedir. Literatür çalışmaları genel olarak aşağıdaki Tablo 1’de özetlendiği gibidir.

Tablo 1: Literatür çalışmaları

Kaynak	Değişkenler		Veri Dönemi ve Frekans	Yöntem	Bulgular
	Bağımlı	Bağımsız			
Müller (2014)	ROA (t ve t+1)	BOARDSIZE, BOARDIND, BOARDFOREIGN, BOARDW, BOARDEX, CEO Görev Süreleri ve Genel Müdür Yaşları	2010-2020 (Yıllık)	Ekonometrik Regresyon	BOARDSIZE ve BOARDFOREIGN işletme performansını olumlu etkiler.
Doğan ve Topal (2016)	ROA, ROE, TOBIN ve ALTMAN	Sermaye Payları ve BOARDFOREIGN	2002-2012 (Yıllık)	Panel Veri Analizi	BOARDFOREIGN piyasa değerini olumlu etkiler.
Zabri, Ahmad ve Wah (2016)	ROA ve ROE	BOARDSIZE ve BOARDIND		Betimsel ve Korelasyon Analizi	BOARDSIZE ve ROA arasında olumsuz etki vardır.
Atılğan (2017)	ROA, ROE, Faiz, Vergi, EBITDA ve ROS	BOARDSIZE, BOARDIND ve BOARDW	2011-2016 (Yıllık)	Rasyo Trend Analizi	BOARDSIZE; ROA, ROE ve EBITDA ile olumlu etkiye sahiptir. BOARDIND ROA’yı olumsuz etkiler. BOARDW; EBITDA

					ve ROS üzerinde olumsuz etkiye sahiptir.
Çelik, Acar ve Dönmez (2017)	Tobin Q	BOARDSIZE, BOARDIND, BOARDW	2017 (Altı aylık)	Yatay Kesit Regresyon Analizi	BOARDSIZE ve BOARDIND işletme değerini olumlu etkiler. SIZE olumsuz etkiler.
Parlakkaya ve Demirci (2017)	ROE ve ROA	BOARDSIZE, AGE, BOARDIND, SIZE, Üye Pay Oranları ve İşletme Halka Açıklık Oranı	2012-2016 (Yıllık)	Regresyon Analizi	Kurumsal yönetim finansal performansı etkiler.
Tekin ve Demirel (2017)	ROA, ROE ve Tobin Q	Yönetim Kurulu Kalite Endeksi, CEO İkiliği, BOARDW, BOARDSIZE, BOARDFOREIGN, BOARDIND ve Finansal Uzman	2009-2014 (Yıllık)	Panel Veri Analizi	Muhasebe tabanlı performans ve yönetim kurulu kalitesi arasında olumlu etki vardır.
Kılıç ve Ayriçay (2018)	ROA ve ROE, GROWTHS ve Tobin-Q	BOARDSIZE, CEO İkiliği, En Büyük Pay Oranı ve Halka Açıklık Oranı	2003-2014 (Yıllık)	Panel veri analizi	Büyük paya sahip üyeler, piyasa performansını olumlu, muhasebe performansını olumsuz etkiler.
Pearce ve Patel (2018)	ROASTD	BOARDIND, BOARDSIZE, CEO İkiliği, BOARDM, Yönetici Ortalama Görev Süresi, Kurul Kaynak Temini, GROWTHS	2005-2013 (Yıllık)	Panel Veri Analizi	Yönetim Kurulu istikrarı, kaynak temini ve CEO işletme performansını olumsuz etkiler.
Rasid (2018)	ROA ve Tobin-Q	BOARDSIZE, BOARDIND, BOARDM, CEO İkiliği, CEO Başkanı, CEO Cinsiyeti, Finansal Yönetici Sayısı ve Görev Süresi	2006-2011 (Yıllık)	Regresyon Analizi	BOARDSIZE performans ve yönetim kurulu bağımsızlığını olumlu etkiler.
Tuan (2018)	Sürdürülebilirlik Raporu (XUSRD)	BOARDSIZE, BOARDIND, BOARDW, BOARDFOREIGN	2016 (Yıllık)	Lojistik Regresyon Yöntemi	BOARDFOREIGN ve BOARDSIZE sürdürülebilirlik raporlarını olumlu etkiler.
Zhou, Owusu-Ansah, ve Maggina (2018)	ROA (t, t+1, t+2, t+3) ACFOM, INDAC ve ACSIZE	BOARDSIZE, BOARDIND, SIZE, LEV, Likidite Oranı, Sermaye Yoğunluğu, Faaliyet Marjı, Alacak ve Satışların Logaritması, BIG4	2008-2012 (Yıllık)	Panel Veri Analizi	Performans ile BOARDSIZE arasında olumlu, BOARDIND ile olumsuz ilişki vardır.
Coşkun Erdoğan (2019)	ROE ve PD/DD	Denetim Komitesi, Riskin Erken Saptanması Komitesi, Kurumsal Yönetim Komitesi, Toplam Üye ve Bağımsız Üye Sayısı	2007-2013 (Yıllık)	Tobit Regresyon Modeli	Finansal performanslar ve kurumsal yönetim notları arasında bir etki yoktur.
Yağlı (2019)	ROA, ROE, Vergi Öncesi Kâr/Toplam	BOARDSIZE, BOARDW, BOARDFOREIGN,	2009-2016 (Yıllık)	Panel Veri Analizi	BOARDSIZE, BOARDIND ve BOARDFOREIGN

	Aktifler Oranları	BOARDIND, Uyrak ve Eğitim Seviyesi			banka performansını olumsuz etkiler.
Yılmaz (2019)	ROA	İktidar veya Muhalefet Bağlantılı Yönetici Oranı, BOARDFOREIGN, BOARDW, BOARDSIZE ve CEO İkiliği	2002-2013 (Yıllık)	Panel Veri Analizi	Siyasi bağlantılı yönetim kurulu üyeliği ve yabancı üyeler banka performansını olumsuz etkiler.
Evlıyaoğlu (2020)	Borçlanma Yapısı	BOARDSIZE, BOARDIND, BOARDW, BOARDFOREIGN, BOARDEX ve CEO İkiliği	2014-2018 (Yıllık)		Borç/özkaynak oranı BOARDSIZE ile olumlu, BOARDEX ile olumsuz ilişkiye sahiptir. BOARDSIZE ve BOARDFOREIGN borçlanma vadelerini etkiler.
Sarı ve Güngör (2020)	ROA, ROE, Ortalama ROA, Ortalama ROE, Faaliyet Etkinliği	BOARDSIZE ve BOARDIND, BOARDM ve Banka Komitelerinin Toplantı Sayısı	2015-2019 (Yıllık)	Panel Veri Regresyon Yöntemi	BOARDSIZE, ROE ve ortalama ROE üzerinde olumsuz etkiye sahiptir.
Yıkılmaz Erkol (2020)	İhtiyatlılık Göstergesi	BOARDSIZE, BOARDIND, BOARDW, CEO İkiliği	2006-2016 (Yıllık)	Panel EGLS Yöntemi	BOARDSIZE ve CEO ikiliği işletme İhtiyatlılığını olumsuz etkiler.
Konak ve Özkahveci (2021)	ROA, ROE ve Tobin Q	BOARDW ve Kadın Yönetici Yoğunluğu	2013-2018 (Yıllık)	Dinamik Panel Veri Analizi	Kadın yönetici yoğunluğu firma performansını etkiler.
Cengiz ve Karabayır (2022)	ROA, ROE ve Tobin Q	BOARDSIZE, AGE, BOARDIND, Kurumsal Yönetim Oranı, Finansal Kaldıraç, CEO İkiliği, Mülkiyet Yapısı, Denetim Kalitesi	2008-2018 (Yıllık)	Dinamik Panel Veri Analizi	Kurumsal yönetim uygulamaları ve finansal performanslar arasında olumlu ilişki vardır.
Öcal (2022)	ROA ve Tobin Q	BOARDW, AGE, ROE ve Kaldıraç Oranı	2007-2020 (Yıllık)	Panel Veri Analizi	Yönetim kurulundaki kadın üyeler ROA ile olumlu etkiye sahiptir.
Özer, Merter ve Merter (2022)	BOARDM	ROA, SIZE, AGE, Finansal Kaldıraç ve İhracat Oranı	2018-2020 (Yıllık)	OLS Regresyon Analizi	SIZE, AGE ve Finansal Kaldıraç oranları BOARDM üzerinde olumlu etkiye sahiptir.

Finansal performanslar ve kurumsal yönetim arasındaki ilişkiye inceleyen literatür çalışmalarında pek çok değişken ele alınmaktadır. Çalışma bulguları genel olarak yönetim kurulu büyüklüğü, yabancı veya bağımsız üyelerin yönetim kurullarında yer almasının işletme performanslarına olumlu katkı sağladığına işaret etmektedir. Kurumsal yönetim ve finansal performanslar arasında bir etkileşim olduğu görülmektedir.

Yöntem

Örneklem ve yöntem

Bu çalışmada, yönetim kurullarına ilişkin niteliklerin işletmelerin finansal performansına olan etkilerini incelemek amacıyla 2022 yılında BIST-100 endeksinde yer alan işletmelere odaklanılmıştır. BIST-100 endeksinde yer alan finansal nitelikli işletmelerden eksik verisi bulunan işletmelerin elenmesi ile örneklem, 43 işletmeden oluşturulmuştur. Örneklem dâhilindeki işletmelerin 2009-2021 yıllarına ait

finansal bilgileri ile çalışmanın veri seti oluşturulmuştur. Veri seti oluşturulması için analize dâhil edilen işletmelerin faaliyet raporları ve kurumsal yönetim bilgi formları Kamuyu Aydınlatma Platformundan (KAP) temin edilmiştir.

Veri setinin hem yatay kesit hem de zaman kesit içermesinden dolayı çalışmada panel veri analizi uygulanmıştır. Panel veri analizinin uygulanabilmesi için değişkenler arasında ilişki düzeyinin belirlenmesi gerekir. Bunun için öncelikle korelasyon analiz uygulanmıştır. Panel veri analizinde değişkenlerin ve modellerin analize uygun olup olmadığının belirlenmesi için belirli varsayımların sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı problemi ve serilerde birim kök olup olmadığı test edilmektedir. Ayrıca yatay kesit bağımlılık ve otokorelasyon testleri de gerçekleştirilmektedir. Son olarak panel veri modeli tahmin edilmesi için F testi, Breusch and Pagan LM Testi ve Hausman testlerinin uygulanmaktadır. Modele ilişkin tahminlerde belirlenecek tutarsızlıklar durumunda dirençli tahminciler kullanarak modellerin tahmin edilmesi gerekmektedir.

Değişkenlerin oluşturulması

Çalışmada, literatür ile uyumlu olarak ROA değişkeni bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Genel literatür çalışmalarından ayrılarak gelecek dönem performanslarına olan etkilerin araştırılabilmesi için aktif kârlılığı, t+1 ve t+2 yıl değerleri ayrı modeller oluşturularak incelenmiştir. Ayrıca aktif kârlılığının t-1, cari dönem ve t+1 yıl olarak standart sapmasının yüzdesel oranı şeklinde hesaplanan ROASTD değişkeni ile de model çalıştırılarak, üç yıllık ortalama etki belirlenmiştir. ROASTD ve $ROA_{i,t+1}$ modelleri için 2009-2020, $ROA_{i,t+2}$ modeli için 2009-2019 yıllarına ait verilerle değişkenler oluşturulmuştur.

Literatür çalışmaları doğrultusunda çalışmanın bağımlı değişkenleri; yönetim kurulunun toplam üye sayısının logaritması (LBOARDSIZE), yönetim kurulunda bulunan toplam üye sayısı ile bağımsız üyelerin oranları (BOARDIND), yönetim kurulu bünyesindeki kadın üye sayısının kurulda yer alan toplam üye sayısına oranı (BOARDW), işletmelerin yönetim kurulları tarafından yapılan toplantı sayısının logaritması (LBOARDM) ve yönetim kurulu icracı olmayan üyelerin oranı (BOARDEX) şeklinde belirlenmiştir. Analiz kapsamında daha doğru sonuçlara ulaşabilmek amacıyla yönetim kurulunun toplam üye sayısı ve yönetim kurulu toplantı sayısına ilişkin değişkenlere doğal logaritmik dönüşüm uygulanmıştır.

Çalışma modellerine LEV, CURRENT, CSRATIO VE OPSRATIO şeklinde kontrol değişkenleri eklenmiştir. Kontrol değişkenleri oluşturulurken genel kontrol değişkenlerinden ziyade farklı değişkenler kullanılmıştır. Kullanılan kontrol değişkenlerinin aktif kârlılığa etki edeceği öngörüsü, önceki bazı çalışmalara dayanılarak oluşturulmuştur (Joh, 2003; Sami vd., 2011; Zhou, vd., 2018). Çalışmada kullanılan değişkenlere ait betimlemeler aşağıda Tablo 2 ile gösterilmektedir.

Tablo 2: Değişken tanımlamaları

Değişkenler	Değişken Tanımlamaları
$ROA_{i,t}$	Aktif Kârlılık
$ROA_{i,t+1}$	1 yıl gecikmeli Aktif Kârlılık
$ROA_{i,t+2}$	2 yıl gecikmeli Aktif Kârlılık
$ROE_{i,t}$	Özsermaye Kârlılığı
$ROE_{i,t+1}$	1 yıl gecikmeli Özsermaye Kârlılığı
$ROE_{i,t+2}$	2 yıl gecikmeli Özsermaye Kârlılığı
$ROASTD_{i,t}$	Aktif kârlılığın üç yıllık (t-1, t ve t+1 yılları için) standart sapma yüzdesi
$LBOARDSIZE_{i,t}$	Yönetim kurulu toplam üye sayısının logaritması
$BOARDIND_{i,t}$	Yönetim kurulu bağımsız üye toplam sayısının toplam üye sayısına oranı
$BOARDW_{i,t}$	Yönetim kurulu kadın üyelerin toplam sayısının toplam üye sayısına oranı
$LBOARDM_{i,t}$	Yönetim kurulu bünyesinde gerçekleşen toplantı sayısının logaritması
$BOARDEX_{i,t}$	Yönetim kurulu icracı olmayan üye sayısının toplam üye sayısına oranı
$LEV_{i,t}$	Finansal kaldıraç
$CURRENT_{i,t}$	Likidite oranı (dönen varlıkların cari yükümlülüklerle oranı)
$CSRATIO_{i,t}$	Sermaye yoğunluğu (toplam maddi varlık defter değerinin satışlara oranı)
$OPSRATIO_{i,t}$	Faaliyet marjı (faaliyet gelirinin satışlara oranı)

Yönetim kurulu büyüklüğü ve etkinliği işletme yönetimleri için önemlidir. Bununla birlikte ülke, sektör ve işletme büyüklüklerinden dolayı ideal yönetim kurulu büyüklüğünün belirlenmesi de güçtür (Zabri, vd., 2016:289). Etkin bir yönetim kurulunda büyüklüğün yanı sıra yönetim kurullarındaki bağımsız üyeler, kadın üyeler ve icracı üyeler bulundurmak da önem arz eder.

Hipotezler ve modellerin kurulması

Bu çalışma, yönetim kurulu toplam üye sayısının, toplantı sayısının, bağımsız üyelerin oranının, kadın üye sayısının ve icracı olmayan üyelerin oranının artması sonucu işletme performansının etkileneceği varsayımı ile hareket ederek aşağıdaki beş temel hipotezi incelemektedir.

- H1: Yönetim Kurulu toplam üye sayısı, finansal performans üzerinde etkilidir.
H2: Yönetim Kurulu bünyesindeki bağımsız üye oranı, finansal performans üzerinde etkilidir.
H3: Yönetim Kurulu bünyesindeki kadın üye oranı, finansal performans üzerinde etkilidir.
H4: Yönetim Kurulu toplantı sayısı, finansal performans üzerinde etkilidir.
H5: Yönetim Kurulu icracı olmayan üyelerin oranı, finansal performans üzerinde etkilidir.

Çalışma amacına uygun olarak oluşturulan hipotezlerin araştırılması için cari döneme ilişkin aktif kârlılık oranı kullanarak aşağıdaki model (1) oluşturulmuştur. Aynı modelde, cari döneme ilişkin $ROA_{i,t}$ bağımlı değişkeninin yerine $ROA_{i,t+1}$ ve $ROA_{i,t+2}$ bağımlı değişkenleri ile model (2) ve model (3) oluşturulmuştur. Müller (2014) çalışmasından yola çıkarak oluşturulan model (2) ve model (3) ile cari dönem sonrası birinci ve ikinci yıla ilişkin aktif kârlılık oranı ile finansal performansa ilişkin gelecek dönem etkileri incelenmiştir. Ayrıca çalışmada ROASTD bağımlı değişkeni kullanılarak model (4) oluşturulmuştur. Pearce ve Patel, (2018) çalışması ile uyumlu olarak model (4) ile performans değişkenliğini belirlemede işletme aktif kârlılığındaki yıllık değişkenliğini yansıtan ROASTD değişkeni kullanılmaktadır.

$$ROA_{i,t} = \alpha + \beta_1 LBOARDSIZE_{i,t} + \beta_2 BOARDIND_{i,t} + \beta_3 BOARDW_{i,t} + \beta_4 LBOARDM_{i,t} + \beta_5 BOARDDEX_{i,t} + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 CURRENT_{i,t} + \beta_8 CASRATIO_{i,t} + \beta_9 OPSRATIO_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Bulgular ve tartışma

Çalışmanın bu bölümünde, panel veri analiz analizi ile elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Aşağıdaki Tablo 3'te, çalışma bünyesinde kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistiksel bilgiler sunulmaktadır.

Tablo 3: Tanımlayıcı istatistikler

Model 1 / $ROA_{i,t}$ (2009-2021)					
Değişkenler	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.	Toplam gözlem
$ROA_{i,t}$	0,0686995	0,0812153	-0,1841148	0,596404	559
LBOARDSIZE	0,9101411	0,1162700	0,6020600	1,176091	559
BOARDIND	0,2606608	0,1444270	0	0,860000	559
BOARDW	0,0990099	0,1078966	0	0,500000	559
LBOARDM	1,1851830	0,3626627	0	2,322219	559
BOARDDEX	0,7945809	0,20514	0	1	559
LEV	57,49768	1295,111	-56,30043	30619,65	559
CURRENT	1,659576	1,070099	0,3065745	10,21798	559
CASRATIO	0,4832887	0,7066983	0,0012438	7,513891	559
OPSRATIO	0,1147007	0,1088074	-0,3853645	1,324332	559
Model 2 / $ROA_{i,t+1}$ (2009-2020)					
Değişkenler	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.	Toplam gözlem
$ROA_{i,t+1}$	0,0701371	0,0813017	-0,1386246	0,596404	516
LBOARDSIZE	0,9092449	0,1167221	0,60206	1,176091	516

BOARDIND	0,2560322	0,1480907	0	0,86	516
BOARDW	0,0961302	0,1068853	0	0,5	516
LBOARDM	1,187194	0,3680151	0	2,322219	516
BOARDEX	0,7936682	0,2063186	0	1	516
LEV	62,02952	1347,995	-56,30043	30619,65	516
CURRENT	1,661866	1,041166	0,3065745	10,21798	516
CASRATIO	0,4924566	0,7252921	0,0012438	7,513891	516
OPSRATIO	0,1099328	0,1070207	-0,3853645	1,324332	516

Model 3 / ROA_{i,t+2} (2009-2019)

Değişkenler	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.	Toplam gözlem
ROA_{i,t+2}	0,0709816	0,0825904	-13,866246	0,596404	473
LBOARDSIZE	0,9085984	0,1169302	0,60206	1,176091	473
BOARDIND	0,2490823	0,1508117	0	0,86	473
BOARDW	0,0927459	0,1048431	0	0,5	473
LBOARDM	1,204879	0,3523244	0,30103	2,322219	473
BOARDEX	0,7909367	0,2095379	0	1	473
LEV	66,50411	1407,82	-56,30043	30619,65	473
CURRENT	1,664323	1,04283	0,3065745	10,21798	473
CASRATIO	0,4990554	0,7443558	0,0012438	7,513891	473
OPSRATIO	0,1064086	0,107733	-0,3853645	1,324332	473

Model 4 / ROASTD_{i,t} (2010-2020)

Değişkenler	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.	Toplam gözlem
ROASTD_{i,t}	2,524679	2,181594	0,0381355	13,24504	473
LBOARDSIZE	0,9127386	0,1160475	0,602060	1,176091	473
BOARDIND	0,2709237	0,1339603	0	0,86	473
BOARDW	0,986113	0,1079333	0	0,5	473
LBOARDM	1,186455	0,3745883	0	2,322219	473
BOARDEX	0,797191	0,2028955	0	1	473
LEV	67,56567	1407,928	-56,30043	30619,65	473
CURRENT	1,648344	1,031746	0,3065745	10,21798	473
CASRATIO	0,4880009	0,7276347	0,0012438	7,513891	473
OPSRATIO	0,1129121	0,1034842	-0,1586223	1,324332	473

BIST-100 endeksinde yer alan işletmelerin yıllık aktif kârlılık düzeylerinin 0,07 gibi bir ortalama değer sahip olduğu yukarıdaki Tablo 3'te görülmektedir. Aktif kârlılığının üç yıllık standart sapmasına ilişkin ortalama hesaplanan değer ise 2,52 civarındadır. Ayrıca yapılan analiz sonucuna göre yönetim kurullarında bağımsız üye oranının ortalama 0,25 ve yönetim kurullarındaki bağımsız üye oranının maksimum 0,86 ve kadın üyelerin toplam üyelere oranının ise maksimum 0,50 olduğu görülmektedir.

Çalışmada, değişkenler arasındaki ilişki düzeyinin belirlenmesi amacıyla Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Cari dönem ve cari dönem sonrası için farklı dönemler kullanıldığından modellere ilişkin değişkenlerin korelasyon sonuçları ayrı ayrı incelenmiştir. Pearson korelasyon analizine ilişkin bulunan sonuçlar aşağıdaki Tablo 4 ile verilmektedir.

Tablo 4: Pearson korelasyon analizi

Model 1 / ROA_{i,t} (2009-2021)										
Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 ROA_{i,t}	1,000									
2 LBOARDSIZE	0,0459	1,000								
3 BOARDIND	-0,0108	-0,0146	1,000							
4 BOARDW	0,1118*	-0,0912**	0,0234	1,000						
5 LBOARDM	-0,0281	-0,3138*	-0,0469	0,0528	1,000					
6 BOARDEX	0,0027	0,1915*	0,1845*	0,0070	-0,1675*	1,000				
7 LEV	0,0312	0,0175	0,0216	-0,0390	0,0400	0,0198	1,000			
8 CURRENT	0,4668*	-0,0417	-0,0996**	0,0669	0,0199	-0,0470	0,0046	1,000		

9	CASRATIO	-0,2671*	-0,0833**	0,0549	-0,0396	0,1006**	0,0430	-0,0224	-0,1343*	1,000
10	OPSRATIO	0,5496*	-0,0362	0,1168*	0,0472	-0,0468	0,0390	0,0501	0,2556*	0,0793**

Model 2 / ROA_{i,t+1} (2009-2020)

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 ROA _{i,t+1}	1,000									
2 LBOARDSIZE	0,0243	1,000								
3 BOARDIND	-0,0357	-0,0106	1,000							
4 BOARDW	0,1624*	-0,1082**	0,0169	1,000						
5 LBOARDM	-0,0356	-0,3203*	-0,0392	0,0626	1,000					
6 BOARDEX	-0,0218	0,1848*	0,1892*	-0,0068	-0,1747*	1,000				
7 LEV	0,0321	0,0184	0,0233	-0,0398	0,0407	0,0207	1,000			
8 CURRENT	0,4569*	-0,0326	-0,1015**	0,0937**	0,0158	-0,0565	0,0049	1,000		
9 CASRATIO	-0,2451*	-0,0863**	0,0584	-0,0280	0,1102**	0,0350	-0,0233	-0,1462*	1,000	
10 OPSRATIO	0,3876*	-0,0344	0,1067**	0,0516	-0,0340	0,0326	0,0550	0,2653*	0,0870**	1,000

Model 3 / ROA_{i,t+2} (2009-2019)

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 ROA _{i,t+2}	1,000									
2 LBOARDSIZE	0,0018	1,000								
3 BOARDIND	-0,0453	0,0014	1,000							
4 BOARDW	0,2042*	-0,1249*	0,0120	1,000						
5 LBOARDM	-0,0465	-0,3233*	-0,0177	0,1074**	1,000					
6 BOARDEX	-0,0232	0,1817*	0,1912*	-0,0140	-0,1684*	1,000				
7 LEV	0,0458	0,0184	0,0257	-0,0408	0,0427	0,0215	1,000			
8 CURRENT	0,4251*	-0,0277	-0,0986**	0,0962**	0,0127	-0,0461	0,0057	1,000		
9 CASRATIO	-0,2249*	-0,0870**	0,0636	-0,0107	0,1125**	0,0289	-0,0237	-0,1473*	1,000	
10 OPSRATIO	0,3040*	-0,0253	0,0893**	0,0533	-0,0178	0,0241	0,0591	0,2644*	0,0939**	1,000

Model 4 / ROASTD_{i,t} (2010-2020)

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 ROA _{i,t+2}	1,000									
2 LBOARDSIZE	-0,1143**	1,000								
3 BOARDIND	0,0463	-0,0441	1,000							
4 BOARDW	0,0735	-0,1352*	0,0054	1,000						
5 LBOARDM	0,0706	-0,3220*	-0,0525	0,0768**	1,000					
6 BOARDEX	0,1068**	0,1777*	0,1745*	-0,0039	-0,1829*	1,000				
7 LEV	-0,0419	0,0179	0,0218	-0,0423	0,0418	0,0212	1,000			
8 CURRENT	0,1078**	-0,0422	-0,0903**	0,0794**	0,0050	-0,0768**	0,0058	1,000		
9 CASRATIO	0,2124*	-0,0890**	0,0657	-0,0391	0,1074*	0,0364	-0,0240	-0,1591*	1,000	
10 OPSRATIO	0,1525*	-0,0824**	0,0745	0,0556	-0,0344	0,0228	0,0580	0,2988*	0,0808**	1,000

Yukarıdaki Tablo 4'te, genel olarak değişkenler arasında yüksek korelasyon değerleri görülmektedir. Korelasyon bulguları, yönetim kurullarında kadın üye bulundurma'nın finansal performans ile olumlu bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca Tablo 4'e göre likidite oranı ve faaliyet oranının finansal performans ile olumlu etkisi, bunun yanı sıra sermaye yoğunluğunun ise olumsuz etkisi verilmektedir. Yönetim kurulu büyüklükleri ve bağımsız üyelerin oranının, icracı olmayan üyeleri olumlu yönde etkilediği Tablo 4'te verilen sonuçlarda görülmektedir. Ayrıca kadın üye oranı ve yapılan toplantı sayılarının, yönetim kurulu büyüklükleri ile ters yönlü bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir.

Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı problemi bulunup bulunmadığının incelenmesi amacıyla Varyans Büyütme Faktörü (Variance Inflation Factor-VIF) kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, ulaşılan en yüksek VIF değerinin 1,14 olduğunu ve çoklu doğrusallık probleminin bulunmadığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle, tüm bağımsız değişkenlerin aynı modelde kullanılmasında bir sakınca olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Panel veri analizinde güvenilir sonuçlar elde edilebilmesi için serilerde birim kök olup olmadığı test edilmelidir. Çalışmada, Levin, Lin & Chu (LLC) ve Dickey-Fuller (ADF) birim kök testleri uygulanarak değişkenlerin durağanlık kontrolleri yapılmıştır. Modelde kullanılan değişkenler için elde edilen birim kök bulguları aşağıdaki Tablo 5 ile gösterilmektedir.

Tablo 5: Fisher Type (Dickey-Fuller) birim kök test bulguları

	Model 1 ROA _{i,t} (2009-2021)		Model 2 ROA _{i,t+1} (2009-2020)		Model 3 ROA _{i,t+2} (2009-2019)		Model 4 ROASTD _{i,t} (2010-2020)	
ROA _{i,t}	8,2909	0,0000	----	----	----	----	----	----
ROA _{i,t+1}	----	----	5,8815	0,0000	----	----	----	----
ROA _{i,t+2}	----	----	----	----	9,4156	0,0000	----	----
ROASTD	----	----	----	----	----	----	4,7633	0,0000
LBOARDSIZE	7,9086	0,0000	5,0411	0,0000	4,4740	0,0000	8,1001	0,0000
BOARDIND	2,9938	0,0014	-2,9432	0,0000	-2,5266	0,0058	35,0836	0,0000
BOARDW	4,5227	0,0000	4,5227	0,0000	4,5227	0,0000	5,0224	0,0000
LBOARDM	12,1728	0,0000	12,7259	0,0000	12,5563	0,0000	8,8806	0,0000
BOARDEX	8,0713	0,0000	8,3612	0,0000	9,7737	0,0000	9,8950	0,0000
LEV	4,7467	0,0000	3,5367	0,0000	2,2581	0,0120	6,3844	0,0000
CURRENT	9,8779	0,0000	8,5940	0,0000	7,8896	0,0000	6,8124	0,0000
CASRATIO	11,6814	0,0000	11,3555	0,0000	10,7835	0,0000	9,0842	0,0000
OPSRATIO	12,2955	0,0000	12,4246	0,0000	13,3957	0,0000	4,5848	0,0000

Tablo 5'e göre kadın üye sayısına ilişkin değişken dışındaki diğer değişkenlerde birim kök sorunu olmadığı belirlenmiştir. Bununla birlikte kadın üye değişkeninde karşılaşılan durağanlık problemi gecikmeli değerleri alınarak giderilmiştir.

Çalışmada, çoklu varyans problemi bulunup bulunmadığının belirlenmesi için Değiştirilmiş Wald Testi uygulanmıştır. Ayrıca çalışma modellerine ilişkin yatay kesit bağımlılık ve otokorelasyon testleri yapılmıştır. Aşağıdaki Tablo 6'da Heteroskedasite, otokorelasyon ve yatay kesit test sonuçları verilmiştir.

Tablo 6: Heteroskedasite, otokorelasyon ve yatay kesit test sonuçları

	Model 1 ROA _{i,t} (2009-2021)		Model 2 ROA _{i,t+1} (2009-2020)		Model 3 ROA _{i,t+2} (2009-2019)		Model 4 ROASTD _{i,t} (2010-2020)	
Heteroskedasite Testleri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Modified Wald testi	2881,09	0,0000	4314,09	0,0000	5852,01	0,0000	7207,24	0,0000
Yatay kesit Testleri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Pesaran CD	2,524711	0,0116	3,591370	0,0003	4,637069	0,0000	1505,346	0,0000
Breusch Pagan LM	1544,657	0,0000	1398,770	0,0000	1443,709	0,0000	14,17384	0,0000
Pesaran Scaled LM	15,09886	0,0000	11,66598	0,0000	12,72345	0,0000	40192149	0,0000
Otokorelasyon Testleri	İstatistik Değeri		İstatistik Değeri		İstatistik Değeri		İstatistik Değeri	
Bhargava et al. Durbin Watson	1,0772948		1,1086852		0,92531393		0,90521656	
Baltagi Wu LBI	1,5271139		1,5514607		1,3522946		1,2606118	

Yukarıdaki Tablo 6'ya göre Değiştirilmiş Wald Testi sonuçları, değişen varyans problemi olduğunu göstermektedir. Değişkenler arasında otokorelasyon olup olmadığını belirlemek için Bhargava, Franzini

ve Narendranathan'ın Durbin Watson testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testi (LBI) kullanılmış ve Tablodan 6'da görüleceği üzere sonuçlar, değişkenler arasında otokorelasyon problemi olduğunu göstermiştir. Yatay kesit bağımlılığını ölçmek için Pesaran CD testi kullanılmış ve yatay kesit bağımlılığının bulunduğu belirlenmiştir.

Doğru panel veri modeli tahmin edilmesinde F testi, Breusch and Pagan LM Testi ve Hausman testleri uygulanmaktadır. Uygulanan tahminleme testlerine ilişkin sonuçlar ve uygun görülen model seçimi aşağıdaki Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: F, Breusch-Pagan LM ve Hausman testi sonuçları

	Model 1 ROA _{i,t} (2009-2021)		Model 2 ROA _{i,t+1} (2009-2020)		Model 3 ROA _{i,t+2} (2009-2019)		Model 4 ROASTD _{i,t} (2010-2020)	
	Chi-Sq Stat.	Prob>Chi- Sq	Chi- Sq Stat.	Prob>Chi- Sq	Chi-Sq Stat.	Prob>Chi- Sq	Chi-Sq Stat.	Prob>Chi- Sq
F Testi	7,62	0,0000	3,43	0,0000	3,58	0,0000	4,66	0,000
Breusch and Pagan LM Testi	249,99	0,0000	160,29	0,0000	159,33	0,0000	128,72	0,0000
Hausman	10,68	0,2203	216,41	0,0000	75,22	0,0000	6,16	0,6296
Seçilen Model	Tesadüfi Etkiler Modeli		Sabit Etkiler Modeli		Sabit Etkiler Modeli		Tesadüfi Etkiler Modeli	

Yukarıdaki Tablo 7'de görülen test sonuçlarına göre Model 1 için Tesadüfi etkiler modeli, Model 2 için Sabit etkiler modeli, Model 3 için Sabit etkiler modeli, Model 4 için Tesadüfi etkiler modelinin kullanılmasının uygun olduğu belirlenmiştir.

Regresyon modelinin tahmininde heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arasında korelasyon bulunması, modelin tutarsızlığına neden olmaktadır. Bu nedenle modellerdeki standart hataların dirençli tahminciler ile düzeltilmesi gerekir (Tatoğlu, 2013: 242). Çalışmada, heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arasında korelasyon bulunduğu belirlendiği için uygun dirençli tahminci kullanılarak tahminleme yapılmıştır. Bu doğrultuda, çalışmada heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arasında korelasyon varlığına ilişkin Driscoll ve Kraay (1998) tarafından önerilen dirençli tahminci kullanılmıştır. Driscoll ve Kraay dirençli tahminci sonuçları aşağıdaki Tablo 8 ile gösterilmektedir.

Tablo 8: Driscoll Kraay Test Sonuçları

	Model 1 ROA _{i,t} (2009-2021)		Model 2 ROA _{i,t+1} (2009-2020)		Model 3 ROA _{i,t+2} (2009-2019)		Model 4 ROASTD _{i,t} (2010-2020)	
LBOARDSIZE	0,0382427	0,156	0,0273803	0,179	0,0047359	0,767	-1,559662	0,169
BOARDIND	-0,0585549**	0,020	-0,0008838	0,965	-0,0118229	0,573	0,2213473	0,783
BOARDW	0,0933533	0,211	0,1201787**	0,075	0,1382462**	0,042	1,031085	0,232
LBOARDM	0,0053475	0,171	0,003009	0,689	-0,0081827	0,578	0,2701006	0,400
BOARDEX	-0,0051136	0,807	-0,000566	0,972	0,0000564	0,995	1,3785***	0,000
LEV	2,93e-07	0,250	8,74e-07**	0,028	1,99e-06***	0,000	-0,0000686***	0,000
CURRENT	0,0247564***	0,001	0,0272524***	0,000	0,0249999***	0,002	0,2472142	0,250
CASRATIO	-0,0292169***	0,000	-0,0208587***	0,003	-0,0186801**	0,011	0,6194698**	0,016
OPSRATIO	0,3419958***	0,001	0,2221188**	0,030	0,1900618***	0,008	1,926767	0,188
cons	-0,0249167	0,495	-0,027635	0,282	0,0149796	0,538	1,444491	0,120
Prob > F	580,57 (0,000)		15615,44(0,0000)		9972 (0,0000)		605,11 (0,0000)	
R²	0,4933		0,3472		0,2915		0,1031	

Not: “***”, “**” ve “*” işaretleri sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Yukarıdaki Tablo 8’de elde sonuçlara göre yönetim kurullarının niteliklerinin finansal performansa etkilerini araştırmak amacıyla yapılan çalışma bulguları, yönetim kurullarında yer alan bağımsız üyelerin toplam üyelere oranının cari dönem finansal performanslarına %5 anlamlılık düzeyinde ters yönde etki ettiğini göstermektedir. Ancak bağımsız üyelerin t+1 ve t+2 dönemleri için finansal performanslara olumsuz etkilerinin devam etmediği görülmektedir. Yönetim kurullarında bulunan kadın üye sayılarının etkisine yönelik cari dönem için anlamlı bir sonuç elde edilmemiştir. Ancak, t+1 ve t+2 dönemleri için yönetim kurullarında bulunan kadın üye sayılarının %10 anlamlılık düzeyinde finansal performansları olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Gelecek dönem performansları açısından yönetim kurulu büyüklüğü, bağımsızlığı, toplantı sayıları ve icracı üye bulundurmaya dair niteliklerin finansal performansa yönelik anlamlı bir etkisi görülmemiştir. Üç yıllık kârlılık değerinin standart sapmaları üzerinden hesaplanan ROASTD değişkenli model sonuçları, icracı olmayan üyelerin ortalama finansal performanslar için önemli etkili olduğunu göstermektedir.

Çalışma sonuçları, yönetim kurulu toplam üye sayılarının ve toplantı sayılarının finansal performans üzerinde anlamlı etkileri olduğunu göstermediği için H1 ve H4 hipotezleri reddedilmiştir. Yönetim kurullarının bağımsız üye oranlarının finansal performans üzerinde etkili olduğu varsayımı ile oluşturulan H2 hipotezi, cari dönemde finansal performanslara negatif düzeyde etki belirlendiği için kabul edilmiştir. Yönetim kurulu kadın üye oranlarının t+1 ve t+2 dönemleri için finansal performanslara etkileri belirlendiğinden H3 hipotezi kabul edilmiştir. İşletme yönetimde faaliyette bulunan icracı olmayan üyelerin yönetim kurulu toplam üye sayısına oranının, ortalama kârlılık (ROASTD) açısından anlamlı ilişkisi görüldüğü için H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Likidite oranları ve faaliyet marjlarının olumlu, sermaye yoğunluklarının ise olumsuz yönde finansal performansı etkiledikleri belirlenmiştir. Likidite oranları ve faaliyet marjlarının olumlu, sermaye yoğunluklarının ise olumsuz yöndeki finansal performans etkilerinin cari dönemin yanı sıra t+1 ve t+2 yılları için de devam ettiği görülmüştür. Ortalama kârlılık modeline ait sonuçlar, likidite oranları ve faaliyet marjlarının olumlu etkisinin kaybolduğunu, sermaye yoğunluklarına ilişkin küçük düzeydeki olumsuz etkinin ise 0,619 gibi yüksek oranda ve olumlu yönde değişiklik gösterdiği belirlenmiştir. Bu nedenle düzenli finansal performansların elde edilmesinde işletmelerin defter değerleri ile satış oranlarının oldukça önemli olduğu ifade edilebilir. İşletmelerin finansal borçlanma oranlarının cari dönemden ziyade t+1 ve t+2 dönemleri için finansal performanslarla olumlu etkileşime sahip oldukları görülmektedir. Ancak ortalama kârlılık seviyeleri için finansal borçlanma oranlarının oldukça düşük düzeyde negatif etkileri olduğu belirtilebilir.

Sonuç ve öneriler

Çalışma yönetim kurulu niteliklerinin cari dönem etkilerinin yanı sıra gelecek dönem ve ortalama olarak finansal performanslara etkilerini incelemek amacıyla yapılmaktadır. Çalışma amacı doğrultusunda BIST 100 endeksinde yer alan ve finansal olmayan 43 işletme verileri ile bir örneklem oluşturulmuştur. Çalışmada bağımsız değişken olarak; yönetim kurullarının büyüklükleri, bağımsız üye sayıları, kadın üye ve icracı üye sayıları ile yönetim kurulu toplantı sayıları kullanılarak panel veri analizi uygulanmıştır. Cari dönem aktif kârlılığı, gelecek dönemlere ilişkin aktif kârlılık ve ortalama aktif kârlılık değerleri bağımlı değişken olarak kullanılmıştır.

Yönetim kurullarının niteliklerinin finansal performansa etkilerini araştırma amacıyla yapılan çalışma bulguları yönetim kurullarında yer alan bağımsız üyelerin toplam üyelere oranının yalnızca cari dönem finansal performansına ters yönde etki ettiğini göstermektedir. Gelecek dönem finansal performansları t+1 ve t+2 dönemleri için yönetim kurullarında bulunan kadın üye sayılarının olumlu ve anlamlı etkileri görülmektedir. Üç yıllık kârlılık değerinin standart sapmaları üzerinden hesaplanan ROASTD değişkenli model sonuçları icracı olmayan üyelerin ortalama finansal performanslar açısından önemli olduğunu göstermektedir.

Çalışma sonuçları, yönetim kurulu bağımsızlığının finansal performans üzerinde etkili olduğunu gösteren benzer çalışmaları desteklemektedir (Miller, 2014; Çelik, Acar ve Dönmez, 2017; Zhou, vd.,

2018). Elde edilen sonuçlar, yönetim kurulu bağımsız üye oranının ROA üzerinde olumsuz ama anlamlı etkisini belirten Atılğan (2017) ve Yağlı (2019) çalışmalarını doğrulamaktadır. Ancak, Atılğan (2017) çalışmasından farklı olarak bu çalışmada, yönetim kurullarında yer alan kadın üye sayılarının etkilerinin olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, bulunan kadın üye oranına yönelik anlamlı etki ise Tekin ve Demirel (2017) çalışma sonuçlarını desteklemektedir. İcracı olmayan üyelerin cari dönem finansal performansına etkili olmadığını gösteren çalışma bulguları, Müller (2014) çalışması ile uyumludur. Ancak, üç yıllık ortalama kârlılık açısından ortaya konan bu sonuçlar, yönetim kurullarındaki icracı olmayan üyelerin toplam üyelere oranının süreklilik göstermesi durumunda anlamlı etkiye sahip olduğu görülmüştür. Çelik vd., (2017) çalışmasından farklı olarak bu çalışmada, yönetim kurulu büyüklüğünün finansal performansa ilişkin bir etki belirlenememiştir. Ayrıca yönetim kurulu toplantı sayılarının da finansal performansa yönelik bir etkisi tespit edilememiştir.

Çalışma, yönetim kurullarının özellikleri ve kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yapılan araştırmalara gelecek dönemlere ve ortalama performansa yönelik etki düzeylerinin araştırılması noktasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gelişmekte olan piyasalar ve sektörel karşılaştırmalarla kurumsal yönetimin etkinliğinin araştırılması noktasında bu çalışma, gelecekteki araştırmalara örnek teşkil edebilecektir.

Kaynakça

- Atılğan, Ö. (2017). Yönetim kurulu büyüklüğü, bağımsız üye oranı ve kadın üye oranı ile finansal performans ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32 (2), 315-354.
- Cengiz, S. ve Karabayır, M.E. (2022). Kurumsal yönetim ile finansal performans ilişkisi: Türkiye’de ampirik bir araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. 15 (2), 321-348.
- Coşkun Erdoğan, D. (2019). İşletmelerin kurumsal yönetim notunu etkileyen unsurlar: BİST 100 örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (1), 63-79.
- Çelik, S., Acar B. ve Dönmez, E. (2017). Yönetim kurulu özelliklerinin finansal kurumların işletme değeri üzerindeki etkisi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10/Özel sayı, 15-26.
- Doğan, M. ve Topal, Y. (2016) Yönetim kurulundaki yabancı üye sayısının ve yabancı sahipliğinin finansal performans üzerindeki etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 16 (1), 31-48.
- Evliyaoğlu, F. (2020). Yönetim kurulu yapısının sermaye yapısı üzerine etkisi: BİST 100 işletmeleri üzerine bir inceleme. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 12(23), 437-458.
- Fama, E., and Jensen, M. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26, 301-325.
- Jensen, M., and Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Joh, S., (2003). Corporate governance and firm profitability: Evidence from Korea before the economic crisis. *Journal of Financial Economics*, 68, 287-322.
- Konak, F. ve Özkahveci, E. (2021). Yönetim kurulundaki kadınların firma performansına etkisi: BİST kurumsal yönetim endeksi bir uygulama. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 6-23.
- Kılıç, M. ve Ayrıçay, Y. (2018). Yönetim kurulu ve sahiplik yapısının finansal performans üzerindeki etkisi: BIST imalat sanayi sektöründe bir alan araştırması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (2), 177-192.
- Müller, V.O. (2014). The impact of board composition on the financial performance of FTSE100 constituents. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 969-975.
- Öcal, N. (2022). Yönetim kurulunda kadın üye varlığının şirket performansına etkisi. *Research Article Journal of Business and Trade*, 3(1), 1-19.
- Özer, G., Merter, A.B. ve Merter, E.N. (2022). Firmaya özgü özelliklerin yönetim kurulu gayreti üzerine etkisi: BİST üzerine bir uygulama. *PressAcademia Procedia*, 15, 39-43.
- Parlakkaya, R. ve Demirci, M.N. (2017). Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarında kurumsal yönetim ve performans ilişkisi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12 (35), 147-162.

- Pearce, J.A. and Patel, P.C. (2018). Board of director efficacy and firm performance variability. *Long Range Planning*, 51, 911-926.
- Rasid, A. (2018). Board independence and firm performance: evidence from Bangladesh. *Future Business Journal*, 4, 34-49.
- Sami, H., Wang, T., and Zhou, H. (2011). Corporate governance and operating performance of Chinese listed firms. *Journal Of International Accounting, Auditing and Taxation*, 20 (2), 106–114. doi: 10.1016/j.intaccudtax.2011.06.005.
- Sarı, E.S. ve Güngör, N. (2020). Kurumsal yönetim uygulamalarının Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının finansal performanslarına etkisi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22 (4), 669-694.
- Tekin, E. ve Demirel, S.K. (2017). Yönetim kurulu kalitesinin işletme performansı üzerindeki etkisi: BIST-100 işletmeleri üzerine bir araştırma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi*, 24 (3), 725-740.
- Tuan, K. (2018). Yönetim kurulu özelliklerinin sürdürülebilirlik raporlarına etkisi: Borsa İstanbul örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36, 233-242. doi: 10.30794/pausbed.451233.
- Yağlı, İ. (2019). Yönetim kurulu çeşitliliği-finansal performans ilişkisi: Türk bankacılık sektörü örneği. *Hacettepe University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 37 (2), 565-585.
- Yıkılmaz Erkol, A. (2020). Yönetim kurulu yapısı ve ihtiyatlılık: BIST kurumsal yönetim endeksi imalat sanayi işletmeleri üzerine bir araştırma. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 27, 15-34.
- Yılmaz, İ. (2019). Board members’ and board characteristics’ effect on bank performance in Turkey. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 74 (3), 931-960.
- Zabri, S.M., Ahmad K. and Wah K.K. (2016). Corporate governance practices and firm performance: evidence from top 100 public listed companies in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 287-296.
- Zhou H., Owusu-Ansah, S. and Maggina, A. (2018). Board of directors, audit committee, and firm performance: Evidence from Greece. *Journal of International Accounting Auditing and Taxation*, 31, 20-36.

Etik kurul onayı

Bu çalışma, anket, görüşme, odak grup çalışması, gözlem, deney ve görüşme teknikleri gibi katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel veya nicel yaklaşımlarla yürütülen bir çalışma olmadığı, halka açık bir şekilde yayınlanan veriler kullanıldığından etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar tarafından makaleye eşit oranda katkı sağlanmıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kurumsal yönetim ve finansal performans ilişkisi: BIST şirketleri üzerine bir uygulama The relationship of corporate governance and financial performance: An analysis on BIST companies

Gönderim Tarihi / Received: 22.12.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 26.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1222847](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1222847)

Ersin YENİSU**1

Diler TÜRKÖĞLU²

ÖZ: Kurumsal yönetim işletme yönetimlerinde profesyonelliği teşvik eden önemli bir yaklaşımdır. Bununla birlikte kurumsal yönetim sadece uygulanan işletmenin yönetsel yapı ve işleyişini değil aynı zamanda bir ülkedeki yönetim kültürünü de geliştirmektedir. Dolayısıyla kurumsal yönetimi farklı boyutlarıyla inceleyen çalışmalara ihtiyaç vardır. Nitekim bu çalışmada da kurumsal yönetim uygulamalarının işletmelerin finansal başarısı üzerinde etkisi var mıdır sorusu araştırılmıştır. Çalışmanın amacı kurumsal yönetim ve finansal performans konularını kavramsal düzeyde özetlemek ve ampirik bir uygulamayla kurumsal yönetim ve finansal performans ilişkisini açıklayan literatüre yeni kanıtlar sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda BIST'te faaliyet gösteren 30'u kurumsal yönetim endeksine dâhil, 30'u endekse dâhil olmayan toplam 60 şirketin 2017-2019 verileri kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular şöyledir: Aktif karlılık (ROA), öz kaynak karlılığı (ROE), Tobin's Q oranı ve piyasa değeri/defter değeri oranı (PD/DD) değişkenlerinde gruplar arası anlamlı bir farklılık yoktur. Fiyat kazanç oranı (F/K) açısından ise kurumsal yönetime dahil olan 30 şirket lehine anlamlı bir farklılık vardır. Kaldıraç (LEV) oranı açısından ise endekse dâhil olanlar yani birinci grup lehine ortalamalar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Sonuç olarak bulgulara göre kurumsal yönetim endeksinde yer almak finansal başarıyı arttırmamaktadır. Fakat kurumsal yönetim anlayışını işletmelerin organizasyon kültürüne doğrudan ve dolaylı katkılarda bulunduğu ve işletmelerin kredibilitelerini arttırdığı gözden kaçmamalıdır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal yönetim, Finansal performans, Mann Whitney u testi, Bağımsız iki örneklem t testi

ABSTRACT: Corporate governance is an important approach that promotes professionalism in business management. However, corporate governance not only improves the administrative structure and functioning of the enterprise, but also improves the management culture in a country. Therefore, there is a need for studies examining corporate governance from different dimensions. As a matter of fact, in this study, the question of whether corporate governance practices have an effect on the financial success of businesses has been examined. The aim of the study is to summarize the issues of corporate governance and financial performance at a conceptual level and to present new evidence to the literature explaining the relationship between corporate governance and financial performance with an empirical application. For this purpose, 2017-2019 data of 60 companies operating in BIST, 30 of which are included in the corporate governance index and 30 of which are not in the index, were used. The findings obtained as a result of the analysis are as follows: There is no significant difference between the groups in the return on assets (ROA), return on equity (ROE), Tobin's Q ratio and market value book value (PD/DD) ratio variables. In terms of price-earnings ratio (P/E), there is a significant difference in favor of the second group. In terms of leverage (LEV) ratio, there is a significant difference between the averages included in the index in favor of the first group. As a result, according to the findings, being included in the corporate governance index does not increase financial success. However, it should not be overlooked that the corporate governance approach contributes directly and indirectly to the organizational culture of the enterprises and increases their credibility.

Keywords: Corporate governance, Financial performance, Mann Whitney u-test, Independent two-sample t-test

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Doktora Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, SBE İşletme Anabilim dalı, ersinyenisu@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0235-4270>

² Dr., diler.turkoglu@samsun.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5247-1590>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Management thought and practices have undergone an absolute transformation as time has progressed, in accordance with the change or evolution in other social areas. As a matter of fact, current approaches to management visibly affect practitioners today. It can even be concluded that since managerial approaches are an interdisciplinary field, they were first affected by developments in other fields. However, it can be argued that countries with a solid management culture are closer to success in social and economic life by better using their resources. In short, as an important contribution to the traditional management approach, the corporate governance approach is a value-creating philosophy both for companies from a micro point of view and for the management culture of a country from a macro point of view. According to management scientists, corporate governance is one of the most contemporary management trends for businesses. With the corporate management approach, arbitrary practices in the organization are terminated and management activities can be carried out according to rules or principles. On the other hand, the corporate governance approach, which consists of unique principles, is a strong guide for organizations. More importantly, it can be said that the corporate governance approach is one of the most modern management ideas for businesses in terms of adapting to rapidly changing environmental conditions.

Corporate governance has a very important place in national and international literature. In studies conducted on Turkey, where the effect of corporate governance on firm performance is investigated, different results have generally been obtained within the constraints and assuming that all other variables are considered constant. When the international literature is examined, significant results can not be reached in the Saudi Arabia, France, Egypt, Jordan, Oman and Tunisia indices. Studies on the variety of variables, applicability of corporate governance principles, current competitive environment, changes in economic conjuncture, anomalies etc. may lead to different results. Finally, as a small contribution to the literature, this study deals with the relationship between corporate governance and firm performance from a broad perspective and aims to present an up-to-date assessment by testing the impact of corporate governance practices on the firm's financial performance.

Methodology

In applied studies in the field of social sciences, hypotheses that make the research problem concrete are first established and these hypotheses are tested based on predefined confidence intervals. To make the subject more concrete, for example, the methods used to test whether there is a difference between the means of two samples are divided into two as parametric methods and non-parametric methods. If the sample is normally distributed, parametric methods are used, and if it is not normally distributed, non-parametric methods are used. As a matter of fact, in the Independent Two Samples t-Test, which is one of the parametric methods, it is assumed that the groups compared are normally distributed. However, it is necessary to make a different interpretation according to whether the variances of the groups in question are equal or homogeneous or not. In the literature, the "Levene" test is generally used to determine whether the variances are equal (Altunışık et al., 2007: 177). However, in cases where the variances are not equal or the homogeneity assumption of the variances is invalid, the t-Test can be used again (Büyüköztürk et al., 2011: 160).

The non-parametric equivalent of the two-sample t-test for which the normal distribution assumption is valid, in other words, the non-normal distribution is the Mann-Whitney U Test. In the test in question, the differences between the groups are investigated by comparing the medians reached by ranking the group members, not the group averages (Demirgil, 2014: 99). Normality tests are important because one of the primary conditions for the application of the statistical technique chosen in most of the studies is the normality assumption of the distribution. The most frequently used ones are the Kolmogorov-Smirnov test with their skewness and kurtosis rates (Ak, 2014: 73; Eroğlu, 2014: 212). If the skewness and kurtosis ratios of the distribution take values between -1 and +1, there are strong indications that the distribution is suitable for the normal distribution. In the Kolmogorov-Smirnov test, when the calculated probability value is less than 0.05, it is accepted that the examined distribution provides the assumption

of normality (Otrar, 2017). As a result, in order to find out whether a distribution is suitable for a normal distribution, first of all, skewness and kurtosis values are checked. Then tests such as Kolmogorov-Smirnov can be applied.

Findings and discussion

According to the findings, there is no significant relationship between being included in the corporate governance index, or in other words, adhering to corporate governance principles and the financial performance of companies. When the national literature is examined, Karamustafa et al. (2009) and Ünlü et al. (2017) could not detect a relationship between corporate governance and firm performance; Yenice and Dölen (2013), Akdoğan and Boyacıoğlu (2014), Cengiz (2016), Gurarda et al. (2016), Alper and Aydoğan (2017), Özçelik and Gürsakal (2018), Kahveci and Wolfs (2019), and Konak and Özkahveci (2021) obtained statistically significant results. When the international literature is examined, while there is no significant relationship in terms of these variables in underdeveloped or developing countries, positive findings have been reached in terms of the said relationship in developed western countries. On the other hand, the difference in financial leverage ratios can be interpreted as indicating that inclusion in the index increases the level of borrowing or increases the credibility of the enterprise.

Results and recommendations

The corporate governance approach should not be interpreted solely in terms of numbers or statistical findings. The said approach should be evaluated as an understanding that raises the quality of management at the enterprise or country level as a whole. As a matter of fact, it should be noted that in addition to the invisible or immeasurable benefits of corporate governance, it also increases the credibility of companies as a practical result for the national and international business world.

In future research, the relationship between corporate governance ratings and financial performance can be investigated. In this way, whether there is a relationship between the quality of corporate governance and financial performance indicators can be measured with current data. Again, the volatility spread in domestic or foreign corporate governance indices can be analyzed with ARCH/GARCH type models and contribute to the literature.

Giriş

Yönetim düşüncesi ve uygulamaları zaman ilerledikçe diğer toplumsal alanlardaki değişim ya da evrimleşmeye uygun olarak mutlak bir dönüşüme uğramıştır. Nitekim günümüzde yönetimde güncel yaklaşımlar gözle görülür bir şekilde uygulamacıları etkilemektedir. Hatta yönetsel yaklaşımların disiplinler arası bir alan olması sebebiyle diğer alanlardaki gelişmelerden ilk olarak etkilendiği sonucuna da varılabilir. Bununla birlikte yönetim kültürü sağlam temellere dayanan ülkelerin kaynaklarını daha iyi kullanmak suretiyle sosyal ve ekonomik hayatta başarıya daha yakın oldukları ileri sürülebilir. Kısacası geleneksel yönetim anlayışına önemli bir katkı olarak kurumsal yönetim yaklaşımı hem mikro açıdan şirketler hem de makro açıdan bir ülkedeki yönetim kültürü açısından değer yaratıcı bir felsefedir. Yönetim bilimciler göre kurumsal yönetim işletmeler için en çağdaş yönetim akımlarından biridir. Kurumsal yönetim anlayışı ile örgütteki keyfi uygulamalara son verilip kurallara ya da ilkelere göre yönetim faaliyeti gerçekleştirilebilmektedir. Diğer taraftan kendine has ilkelerden oluşan kurumsal yönetim anlayışı organizasyonlar için güçlü bir kılavuzdur. Daha da önemlisi kurumsal yönetim yaklaşımının işletmeler için hızla değişen çevresel koşullara uyum açısından en modern yönetim düşüncelerinden biri olduğu söylenebilir.

Kurumsal yönetim literatürde çok farklı yönleriyle ele alınarak incelenmiştir. Nitekim bu çalışmayı ortaya çıkaran temel motivasyon yabancı literatürde sıklıkla inceleme konusu yapılmış olan kurumsal yönetim ile finansal performans ilişkisini Türkiye örneği üzerinden yeniden değerlendirmektir. Bununla birlikte çalışma ampirik bir uygulamayla yeni bulgular ya da kanıtlar ortaya koyması açısından literatüre katkıda bulunabilir. Dolayısıyla çalışmanın amacı hem kurumsal yönetim ile finansal performans konularını teorik düzeyde gözden geçirmek hem de kurumsal yönetim uygulamalarının işletmelerin finansal performanslarını arttırıp arttırmadığını BIST şirketleri üzerinden test etmektir. Nitekim söz konusu uygulamayla kurumsal yönetim ile finansal performans ilişkisini inceleyen literatürdeki boşluğun doldurulması adına yeni ampirik bulguların/kanıtların elde edilebilmesi mümkün olabilecektir.

Bu çalışmanın literatürdeki benzerlerinden temel farkı şüphesiz ki bir uygulama örneği içermesidir. Elbette ki analizler sonucunda belki küçük ama yeni kanıtların elde edilebilmesi açısından ampirik çalışmalar kıymetlidir. Nihayetinde sonuca giderken gözlemci faktörünün önemli bir etki taşıdığı sosyal bilimlerde nesnellik hiç de kolay bir düşünce ya da davranış değildir. Öyle ki matematiğin bilime kattığı nesnellik açık bir şekilde sosyal bilimlere de sirayet etmiştir. Diğer bir deyişle matematiksel ya da istatistiksel yöntemlere dayanan nicel araştırmalar en az nitel araştırmalar kadar dikkate değerdir. Kısacası bu çalışma hem kavramsal ya da teorik açıklamalara yer vermesi hem de istatistiksel bir analiz içermesi bakımından ilgili literatüre küçük de olsa bir katkı sunabilir.

Çalışmanın izleyen bölümünde kurumsal yönetim ve finansal performans konuları genel hatlarıyla teorik ya da kavramsal düzeyde açıklanmaya çalışılacaktır. Üçüncü bölümde ise kurumsal yönetim ve finansal performans ilişkisini inceleyen yerli ve yabancı literatürden örnekler sunulacaktır. Çalışmanın bir sonraki bölümü olan dördüncü bölümde ise kurumsal yönetim ve finansal performans ilişkisini açıklayabilmek için BIST şirketleri üzerine ampirik bir uygulama yapılacaktır. Metodolojinin ve uygulama adımlarının sistematik olarak açıklanmaya çalışıldığı bu bölümde paylaşılan bilgiler araştırmacılar için yol gösterici olabilir.

Literatür taraması

İşletmeler değişen çevre koşullarına uyum sağlayabildikleri ölçüde varlıklarını sürdürebilmektedirler. Nitekim insanoğlu geçtiğimiz yüzyılda ekonomik ve toplumsal açıdan köklü değişimler yaşamıştır. Bu değişim süreçleri muhakkak ki işletmelerin yönetim anlayışlarına da yansımıştır. Kurumsal Yönetim (*Corporate Governance*) yaklaşımı işletmelerde yönetim uygulamalarındaki değişim akımlarından en göze çarpanlarından biridir. Literatürde çok farklı açılardan ele alındığı görülen kurumsal yönetim finansal performansa ya da firma performansına etkisi boyutuyla da incelenmektedir. Bu bölümde kurumsal yönetim ve finansal performans konuları kavramsal düzeyde açıklanmaya çalışılacaktır.

Kurumsal yönetim

Kurumsal yönetim en genel tanımıyla “kurallara dayalı şirket yönetimi”dir (Aktan, 2013: 157). Bu tanımda vurgulanan unsur günümüzün büyük işletmeleri olan şirketlerin yönetiminde şirket sahip ya da sahiplerinin takdiri (keyfi) kararları değil örgütün kabul etmiş olduğu kuralların esas alınmasıdır.

Kurumsal yönetimde söz konusu kurallar bağlayıcı olabileceği gibi sivil toplum örgütleri gibi organizasyonların önerdiği tavsiye niteliğinde kurallar şeklinde de olabilir.

Kurumsal yönetim uygulamalarının tarihi şüphesiz ki daha eskiye dayanmakla birlikte bu alanda temel çerçeveyi oluşturan ilkeler ilk olarak 1999 yılında “*Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)*” tarafından yayımlanmıştır. Söz konusu rapora göre kurumsal yönetimin amacı ekonomik etkinliği, sürdürülebilir büyümeyi ve finansal istikrarı sağlamaktır. Nitekim OECD’nin 2016 yılında revize ederek yayımladığı kurumsal yönetim ilkeleri bu amacı gerçekleştirmek için politikacılara hukuki, düzenleyici ve kurumsal çerçeveyi geliştirmek üzere yardımcı olmaktadır (OECD, 2016: 9). OECD’nin kurumsal yönetim ilkelerini yayımlamasından sonra birçok ülkenin sermaye piyasası kurulları kendi ülkelerine ait koşulları da dikkate alarak kurumsal yönetim ilkelerini açıklamışlardır. Nitekim Türkiye de bu ülkelerden biridir. Nihayetinde Türkiye kurumsal yönetim yaklaşımı mevzuatının ilk oluşturulduğu ülkelerden biridir.

Kurumsal yönetim birçok açıdan geleneksel yönetim anlayışından ayrılmaktadır. Tablo 1’de söz konusu karşılaştırma özetlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 1: Geleneksel yönetim ile kurumsal yönetim ilkelerinin karşılaştırılması

Kriter	Geleneksel Yönetim	Kurumsal Yönetim
Şeffaflık	Firma sahibi sadece gerekli gördüğü bilgileri kamuoyuna açıklar.	Hangi bilgilerin açıklanacağı kurallara bağlanmıştır.
Hesap Verebilirlik	Patronun hesap verme yükümlülüğü yoktur ve işletmedeki herkesten hesap sorabilir.	Şirket yöneticisi paydaşlara hesap verme yükümlülüğündedir ve her istediğinde çalışanlardan hesap soramaz.
Sorumluluk	İşyeri sahibinin ya da yöneticilerin hukuki sorumlulukları açıkça tanımlanmamıştır.	Paydaşlara karşı üst yönetim doğrudan sorumludur.
Adillik/Eşitlik	Patron ve yöneticiler çalışanlar ve hissedarlar dâhil işletmeyle ilgili tüm taraflara karşı çoğu zaman takdiri (keyfi) davranmaktadırlar.	Üst yönetim tüm paydaşlara eşit ve adil davranmaktadır.
Güç ve Otorite	Tüm yetkiler şirket sahibinde toplanmıştır. Yönetimde kuvvetler birliği esastır.	Yetki ve sorumluluk dağılımı yapılmıştır. Yönetimde kuvvetler ayrılığı geçerlidir.
Bağımsızlık	İşletmenin yönetim ve denetim organları şirket sahibi tarafından takdiri esasa dayalı olarak belirlenir ve daima şirket sahibine bağlıdır.	Yönetim kurulu, denetim komitesi, icra kurulu başkanı vs. gibi yönetim organlarının seçimi ile çalışma usulleri birbirlerinden ve şirket sahibinden bağımsızdır.
Liderlik Yaklaşımı	Lider (patron) genellikle kararları sorgulanamayan ve kendi başına karar alan otokratik bir liderdir.	Lider ya da üst yönetim genellikle daha katılımcı karar verme yaklaşımını benimsemiş diğer bir deyişle daha demokratiktir.

Kaynak: Aktan (2013), Soysal (2015) ve Kanca (2020)’den yararlanılarak geliştirilmiştir.

Tablo 1’deki bilgiler genel olarak özetlenirse geleneksel yönetim anlayışında şirket sahibinin takdiri kararlarının ön planda olduğu, kurumsal yönetim anlayışında ise kurallara dayalı ve daha çağdaş bir yaklaşımın uygulandığı söylenebilir.

Kurumsal yönetimin uygulanabilmesi için muhakkak ki birtakım yol gösterici kılavuzlara ihtiyaç vardır. Söz konusu kılavuzların yönetim literatüründeki adı ise “ilkeler”dir. İlkeler bir yaklaşıma ilişkin genel

çerçeveyi çizen ve düşüncelerin somutlaşmasını sağlayan idealize edilmiş kurallardır. Diğer bir ifadeyle kurumsal yönetim ilkelerinin uygulanması genellikle zorunlu değil tavsiye niteliğindedir.

OECD'nin 1999'da yayımladığı Kurumsal Yönetim İlkeleri (KYİ) ve kısaca açıklamaları şöyledir (OECD, 1999).

- **Adillik/Eşitlik:** Adillik ilkesine göre üst yönetim işlem ve kararlarında tüm hak sahiplerinin menfaatini gözeterek hareket etmelidir. Bu ilkeye göre yönetim organları en küçük pay sahiplerine, çalışanlarına ve diğer tüm paydaşlara karşı adil ve tarafsız bir muamele göstermelidir.

- **Şeffaflık:** Şeffaflık ilkesi işletme yönetiminin kamuoyunu sıyr niteliğinde olan bilgiler hariç doğru, açık, güvenilir, eksiksiz ve tam zamanında bilgilendirmesinin gereğini vurgulamaktadır. Buna ek olarak söz konusu ilkeye göre yetkili organlar uluslararası muhasebe ilkelerine göre paydaşları bilgilendirmelidirler.

- **Hesap Verebilirlik:** Bu ilkeye göre üst yönetimin ya da yönetim kurulunun tüm paydaşlara karşı hesap verme sorumluluğu ve yükümlülüğü vardır. Diğer bir ifadeyle hesap verebilirlik ilkesine göre işletme ile ilgili tüm çıkar grupları açısından şirketin yönetim organlarının tamamı denetlenebilir olmalıdır.

- **Sorumluluk:** Sorumluluk ilkesi işlemenin yönetim kadrolarının aldıkları kararlarda sorumluluk sahibi olmalarını ve işletme yönetiminin toplumsal değerlere bağlı olarak kanun ve diğer ilgili mevzuata uygun faaliyette bulunmaları gereğini açıklamaktadır.

Diğer taraftan OECD'nin 1999'da açıkladığı ve evrensel kabul edilen kurumsal yönetim ilkelerinden sonra Türkiye'de SPK ilk olarak 2003 yılında yerel koşulları da gözeterek ilkeleri yayımlamış ve günümüze kadar güncellemeleri sürdürerek aşağıdaki kurumsal yönetim ilkelerini açıklamıştır (SPK, 2014).

- Pay Sahipleri (OECD "Adillik/Eşitlik ilkesi" karşılığı)
- Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık (OECD "Şeffaflık ilkesi" karşılığı)
- Menfaat Sahipleri (OECD "Hesap Verebilirlik ilkesi" karşılığı)
- Yönetim Kurulu (OECD "Sorumluluk ilkesi" karşılığı)

Kurumsal yönetim açısından bir diğer önemli konu "derecelendirme" konusudur. Kurumsal yönetimi benimsemiş olan şirketlerin hangi ölçüde kurumsal yönetim ilkelerine uyum gösterdiği derecelendirme (*rating*) faaliyetleri ile belirlenmektedir. Türkiye'de SPK tarafından yetkilendirilen derecelendirme kuruluşları (Saha, DRC, Kobirate, İstanbul Uluslararası Derecelendirme, JCR Avrasya) sözleşme yapılan şirketlere her yıl ya da yıl içinde birer derecelendirme notu vermektedir. BIST'te işlem gören ve derecelendirme notu 70'in üzerinde olan şirketler ise Borsa İstanbul bünyesindeki "BIST Kurumsal Yönetim Endeksi"ne dâhil edilmektedir. Türkiye'de söz konusu endeks ilk olarak 2007 yılında hesaplanmaya başlanmıştır. Değirildiği üzere endekse dâhil olmada ya da endeksten çıkarılmada SPK'nın yetkilendirdiği derecelendirme kuruluşlarının biri tarafından verilen kurumsal yönetim uyum derecelendirme notu dikkate alınmaktadır. Bununla birlikte BIST Kurumsal Yönetim Endeksi'nde bu çalışmanın yapılmış olduğu tarih itibarıyla 60 şirket işlem görmektedir. (kap.org.tr, 12.12.2022). Diğer taraftan derecelendirme faaliyetlerinin halka arzı gerçekleşmemiş ya da borsaya kote olmamış organizasyonlarda (anonim şirketler, finansal kuruluşlar, dernekler, vakıflar vs.) yapıldığı da ayrıca dikkate alınmalıdır.

Küreselleşmenin sonucu olarak artık her işletme uluslararası bir rekabet içindedir. Nitekim işletmeler doğrudan sınır ötesi mal ya da hizmet alım satımı yapmasalar bile finansal piyasaların da küreselleşmesiyle fon alış verişi açısından uluslararası piyasalarla ilişkilidirler. Kurumsal yönetim ilkeleri marka yönetimi ve küresel piyasalara açılmak için önemli bir kılavuzdur. Bununla birlikte günümüzde kalite anlayışı işletmeler, kamu kurumları ve sivil toplum örgütleri dâhil tüm organizasyonlar tarafından dikkatle takip edilmektedir. Bilindiği üzere işletmeler organizasyon, çevre,

güvenlik vs. konularında uluslararası geçerliliğe sahip kalite sertifikaları almak için yarışmaktadırlar. Bu noktada kurumsal yönetim ya da yüksek bir kurumsal yönetim derecelendirme notunun aslında bir anlamda yönetim kalitesinin tasdiki olduğu ileri sürülebilir. Diğer bir deyişle kurumsal yönetimin başarısı örgütteki yönetim uygulamalarının en modern şekilde sürdürüldüğünü açıklar niteliktedir. Nihayetinde yönetimde daha güncel bir anlayışın benimsenmesi için kurumsal yönetime dâhil olan işletme sayısı artırılmalıdır. Literatürdeki tüm ekonomik/finansal inceleme ve değerlendirmeler bir yana kurumsal yönetim muhakkak ki birey hakları, örgütsel kültür ve çağdaş değerler açısından yenilikçi bir vizyon sunmaktadır. Bu görünmeyen ya da doğrudan ölçülemeyen kazanımlarından dolayı kurumsal yönetim anlayışı yaygınlaştırılmalıdır. Nitekim gelecekte de bu yaklaşım tarzının önemli derecede kabul göreceği beklenilmektedir.

Finansal performans

İşletmeler karlarını yükseltebilmek ve büyümede istikrarı sağlayabilmek için finansal performanslarını sürekli değerlendirmektedirler. Nitekim fonların temin edilme ve kullanılma kararlarını içeren finansal yönetimin temel amaçlarından biri de finansal performansın değerlendirilmesidir (Sarıoğlu ve Erol, 2014: 7-9). Firmaların performans ölçümü, kullanılan kaynaklar aracılığıyla elde edilen ürün ve hizmetler ile hedefler dâhilindeki elde edilecek neticenin takibi nedeniyle sistematik olarak veri toplanması, verilerin analizi ve raporlanması şeklinde tanımlanabilir (Konak ve Ayan Civelek, 2021: 3113). Dolayısıyla esas amacı firma değerini ve hissedarların servetini maksimize etmek olan işletmelerin performansını etkileyen ölçütlerin analizi yatırımcılar ve finansal yöneticiler için büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda firma performansının belirlenmesi ile ilgili çalışmalara literatürde sıkça rastlanılmaktadır (Olokoyo, 2013; Kale, 2014; Chadha ve Sharma, 2015; Bennouri vd. 2018; Oğuzhan ve Güner, 2018).

Firma performansının belirlenmesinde muhasebe temelli, piyasa temelli ya da değer temelli performans kriterleri kullanılmaktadır. Muhasebe temelli performans kriterleri muhasebe faaliyetleri sonucu oluşan kârın, incelenmek istenen değere oranlanmasıyla elde edilen ölçütler olarak tanımlanabilir (Şenol ve Ulutaş, 2018: 86). Firma değeri, hisse başına kar, aktif karlılığı, öz kaynak karlılığı, nakit akışı, temettü oranı ve defter değeri muhasebe temelli performans ölçütlerine örnek olarak verilebilir. Bir diğer performans ölçütü ise piyasa temelli ölçütlerdir. Piyasa temelli ölçütlerde finansal tablolarda yer alan bilgilerin yanı sıra piyasa performansı da esas alınmaktadır. Söz konusu ölçütler olarak Fiyat/Kazanç oranı, Piyasa Değeri/Defter Değeri oranı ve Tobin's Q oranına literatürde sıkça rastlanılmaktadır.

Diğer taraftan Aktif Karlılık (ROA), bir şirketin varlıklarından sağladığı getiriyi finansal kaldıraç ve şirketin vergi yükümlülüğünü dikkate alarak ölçen bir firma performans göstergesidir (Cornett vd., 2016: 57). ROA bir firmanın finansal durumu, karlılık performansı ve beklentileri ile ilgili tahminler hakkında bilgi veren bir performans ölçütüdür (Jewell ve Mankin, 2011: 81). Benzer şekilde yatırımcının amacının kar elde etmek olduğu varsayıldığında, elde edilen karla, firmaya sağlanan sermaye arasındaki ilişkinin belirlenmesi bağlamında firma performansının değerlendirilmesinde Öz Sermaye Karlılığı (ROE) anlamlı bir gösterge olarak nitelendirilmektedir (Akgüç, 1998: 63). ROE, firmanın bir birimlik öz sermayesinden elde ettiği karı göstermekle birlikte net kârın yanı sıra firmaya ait finansal kaldıraç oranından da etkilenmektedir. Nitekim yüksek öz sermaye karlılığı firma performansı için olumlu olarak değerlendirilmektedir. Ancak söz konusu performans kaldıraç kullanımından kaynaklanıyorsa bu durum firmanın riskinin de arttığına işaret etmektedir (Cornett vd. 2016: 57-58). Bu doğrultuda firma performansının ölçülmesinde, finanslamanın da büyük öneme sahip olması, borç oranlarının da önem arz etmesine neden olmaktadır.

Bununla beraber işletmelerin mali yapısı hakkında önemli derecede bilgi veren bir parametre olarak kabul edilen "Finansal Kaldıraç" (LEV - Leverage) bir işletmenin ihtiyaç duyduğu fonları borçlanarak karşılamasına imkân vermektedir. Aynı zamanda borçlanarak elde edilen fonlara ödenen faizin işletmenin karlılığından düşük olması, finansal kaldıraçın olumlu etkisinden yararlanarak daha fazla hisse başına kar elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Bir başka ifadeyle finansal kaldıraç oranı işletme finansmanında yabancı kaynaklardan yararlanma derecesini gözler önüne sermektedir (Aydın vd. 2017: 104-105; Ercan ve Ban, 2018: 43).

Piyasa temelli finansal performans ölçütlerinden biri olan “Fiyat Kazanç Oranı” (F/K) ise ihraç edilen hisse senedinin, o hisse senedinden edinilen kârın kaç misline satıldığını göstermektedir. Bir başka ifadeyle yatırımcıların hisse senedine, hisse başına kârın kaç katı ödeme yapmaya istekli olduklarını ölçmekte kullanılan bir performans oranıdır. Dolayısıyla F/K değerinin yüksek olması firmanın büyüme ve temettü oranında artış beklentisi nedeniyle istenen bir durumdur. Kısacası F/K oranıyla beklenen getiri arasında yakın bağlantı bulunmaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2017: 368; Sayılğan, 2019: 182). Ancak piyasa anomalisi olarak değerlendirilen F/K oranı anomalisinde, etkin olduğu varsayılan bir piyasanın aksine F/K oranı düşük portföylerin getirilerinin, F/K oranı yüksek olan portföylere kıyasla yüksek olması zayıf formda bir piyasa anomalisi olarak literatürde değerlendirilmektedir. Diğer taraftan Basu (1977) ve Basu (1983) birbirini izleyen çalışmalarında F/K oranının firma performansına etkisini incelerken F/K oranı anomalisi etkisine rastlamış ve F/K oranı düşük olan firmaların, yüksek F/K oranına sahip firmalardan fazla getiri elde ettiğini tespit etmiştir. Yazar, analizi 1983 yılındaki çalışmasında yinelemesine rağmen sonuçlarda bir değişikliğe rastlamamıştır.

İşletmenin piyasa değerinin işletmenin öz sermayesinin kat misli olduğunu ifade eden Piyasa Değeri/Defter Değeri (PD/DD) oranının büyümesi, hisse senedinde değer artışının meydana geldiği şeklinde yorumlanabilmektedir. Söz konusu oranın 1’den büyük olması beklenmekle birlikte sektör ortalamalarının karşılaştırılmasının da firma değerinin belirlenmesinde büyük önemi vardır (Ercan ve Ban, 2018: 51).

Diğer yandan James Tobin tarafından 1969 yılında hesaplanmaya başlayıp etkin kaynak kullanımını ifade eden Tobin’s Q oranı, büyüme fırsatları ile etkin yönetim anlayışının bir göstergesi olarak yorumlanmakta ve bir firmanın yatırım veya büyüme fırsatlarını temsil ettiği varsayılmaktadır. Bununla birlikte kaynaklarını etkin kullanan bir firma için Tobin’s Q oranı ile gelecekteki işletme performansı arasında pozitif bir ilişkinin olması gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca Tobin’s Q oranı firmanın varlıklarının yerine koyma maliyetine ilişkin finansal taleplerin piyasa değeri olarak tanımlanmaktadır. Tobin’s Q oranının firmaya ait kıt kaynakların etkin kullandığını göstergesi olarak 1’den büyük olması beklenmektedir (Canbaş vd., 2004: 57-58; Panaretou, 2014: 1164; Fu vd., 2016: 2-3).

Literatürde kurumsal yönetim ile firmanın finansal performans arasındaki etkileşimini araştıran, genellikle de uygulamalı analiz içeren çok sayıda çalışma yapılmıştır. Söz konusu araştırmalarda kurumsal yönetim değişkeni olarak kurumsal yönetim endeksinde yer alma ya da kurumsal yönetim derecelendirme notları dikkate alınmıştır. Finansal performans değişkeni olarak ise yakın ilişkisi nedeniyle firma değeri, firma performansı ya da finansal performans kavramları kullanılmıştır. Nihayetinde kurumsal yönetim ile firmanın finansal performans ilişkisini araştıran ulusal ve uluslararası literatürden örnekler Tablo 2’de özetlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 2. Kurumsal yönetim ile finansal performans ilişkisini araştıran ulusal ve uluslararası literatürden örnekler

Yazar (Tarih)	Ülke	Yöntem	Dönem	Sonuç/Bulgular
Drobetz vd. (2003)	Almanya	Zaman Serisi Analizi	1998-2002	Kurumsal yönetimin firma performansına pozitif etkisi tespit edilmiştir.
Klein vd. (2005)	Kanada	Regresyon	2005	Kurumsal Yönetim Endeksi ile firma performansı (kaldıraç düzeyi, Tobin’s Q oranı) arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişkinin varlığına ait bulgular elde edilmiştir.

Shaheen ve Nishat (2005)	Pakistan	Regresyon	2014	Tobin's Q haricinde tüm firma performans ölçümlerinin Kurumsal Yönetim Puanı ile beklenen pozitif ilişki bulguları elde edilmiştir.
Silva ve Leal (2005)	Brezilya	Panel Veri Analizi	1998-2002	Bulgular Tobin's Q oranı ile kurumsal yönetim uygulamaları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.
Black vd. (2006)	Rusya	Zaman Serisi Analizi	1999-2005	Yönetişim ve piyasa değeri arasında ekonomik açıdan önemli ve pozitif yönde anlamlı bulgular elde edilmiştir.
Wei'an ve Yuejun (2007)	Çin	Analitik Hiyerarşik Süreç	2002-2003	Kurumsal yönetimin firma kârlılığına, faaliyet etkinliğine ve büyüme kabiliyetinin geliştirilmesine pozitif etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Omran vd. (2008)	Mısır, Ürdün, Umman, Tunus	Panel Veri Analizi	2000-2002	Kurumsal Yönetimin sahiplik yapısı açısından firmaların performansına önemli derecede etkisinin olmadığına dair sonular elde edilmiştir.
Karamustafa vd. (2009)	Türkiye	T -Testi	2007	Kurumsal Yönetim Endeksi kapsamında öz sermaye kârlılığı, aktif kârlılık ve aktif devir hızı değişkenleri için anlamlı; firmanın cari oranı, finansal kaldıraç, borç oranı, faaliyet kar marjı ve net kâr marjı göstergeleri açısından istatistiksel olarak anlamsız sonuçlara ulaşılmıştır.
Sakarya (2011)	Türkiye	Olay Çalışması	2009	İyi kurumsal yönetim derecelendirme notunun ilanı ile hisse senedi getirisi arasında pozitif bir ilişkinin olduğu bulunmuştur.
Varshney vd. 2012	Hindistan	Panel Veri Analizi	2002/4-2009/11	Kurumsal yönetim değişkeni ile firma performansı ile arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
Aggarwal (2013)	Hindistan	Regresyon, Korelasyon, T-T estisi ve F-Testi	2010/11-2011/12	Yönetişim derecelendirmelerinin kurumsal finansal performans üzerinde pozitif yönde etkisinin varlığı tespit edilmiştir.

Yenice ve Dölen (2013)	Türkiye	Wilcoxon İşaretli Sıra Sayıları Testi ve Bağımlı Örneklem t-Testi	2007 - 2011	Kurumsal yönetim derecelendirme notları ile hisse senedi fiyatları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Akdoğan ve Boyacıoğlu (2014)	Türkiye	Regresyon	01.01.2008 - 31.12.2008	Firmaların kurumsal yönetim uygulamaları ile aktif karlılığı arasında pozitif bir ilişkiye ulaşılmıştır.
Mizuno (2014)	Fransa	Regresyon	2005-2010	Kurumsal yönetimin kalitesini arttıran kurumsal yatırımcıların hisse sahipliği değişimleri ile firma performansı arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.
Javaid ve Saboor (2015)	Pakistan	Panel Veri Analizi	2009-2013	Kurumsal Yönetim Endeksi ile firma performansının anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkiye sahip olduğuna dair sonuçlara ulaşılmıştır.
Shahwan (2015)	Mısır	Altman Z Skoru	2008	Kurumsal yönetim (KY) ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak KY uygulamaları ile finansal performans ilişkisinin anlamlı ve negatif yönde olduğuna dair bulgular elde edilmiştir.
Cengiz (2016)	Türkiye	T-Testi	2012	Kurumsal Yönetim Endeksinde yer alan şirketlerin, endekslenmeyen şirketlere göre istatistiksel olarak önemli ölçüde daha yüksek aktif karlılığına, net kar marjına ve öz kaynak karlılığına sahip olduğu bulgularına ulaşılmıştır.
Gurarda vd. (2016)	Türkiye	Regresyon	2008-2012	Aile sahipliğinin kurumsal yönetim puanlarında negatif; yabancı mülkiyetinin ise pozitif olduğu bulgularına ulaşılmıştır.
Malik ve Makhdoom (2016)	A.B.D.	Panel Veri Analizi	2005-2012	Kurumsal yönetim uygulamalarının uygulanmasının, Fortune Global 500 Şirketlerinde ağırlıklı olarak olumlu yönde olmak üzere, firma performansı ile bağlantılı olduğu yönünde sonuçlar elde edilmiştir.
Alper ve Aydoğan (2017)	Türkiye	Sistem Genelleştirilmiş	2007-2015	Kurumsal yönetim notlarının ROA ve Tobin's Q oranına etkisinin

		Momentler Metodu		pozitif ve anlamlı olduğu sonuçlara yansımaktadır.
Buallay vd. (2017)	Suudi Arabistan	Regresyon	2012-2014	Suudi Borsasında işlem gören şirketlerde kurumsal yönetimin benimsenmesinin firmanın operasyonel ve finansal performansı açısından önemli düzeyde etki yaratmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Sakarya (2017)	Türkiye	Olay Çalışması	2011-2015	Kurumsal yönetim derecelendirme notunun duyurusu ile hisse senedi getirileri arasında pozitif bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.
Ünlü vd. (2017)	Türkiye	TOPSİS	2014	BİST 30 bünyesinde yer alan hisselerin Kurumsal Yönetim Endeksi'ne dahil olmasının ya da endeksten çıkarılmasının finansal performanslarına herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir..
Arora ve Bodhanwala (2018)	Hindistan	Panel Veri Analizi	2009–2014	Kurumsal Yönetim Endeksi hisse başına kazanç dışında kalan diğer performans değerlerinde olumlu etki göstermektedir.
Balagobei (2018)	Sri Lanka	Regresyon	2010-2015	Kurumsal yönetimin Sri Lanka'da halka açık şirketlerin firma performansı üzerinde önemli bir etkisi varken, diğer bazı değişkenlerin çok az etkisi vardır.
Kaur ve Vij (2018)	Hindistan	Mann-Whitney U Testi ve Regresyon	2014	Kurumsal Yönetim Endeksi'ne kote olmuş bankaların aktif getirisi, Tobin's Q oranı ve Ekonomik Katma Değer (EVA) ile ölçülen finansal performans ölçütü ile önemli ve pozitif bir şekilde ilişkilidir.
Özçelik ve Gürsakar (2018)	Türkiye	Panel Veri Analizi	2011-2016	Sonuçlar, kurumsal yönetim düzeyinin piyasa/defter oranı, öz kaynak karlılığı ve kaldıraç üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisinin olduğuna işaret etmektedir.
Kahveci ve Wolfs (2019)	Türkiye	Regresyon	2014-2015	Kurumsal Yönetim Endeksi'nde yer alan firmaların sahiplik yapıları ile firmanın finansal performansı

				arasında pozitif yönde ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.
Mertzanis vd. (2019)	MENA Ülkeleri	Regresyon	2007-2017	Sonuçlar, kurumsal yönetim ve firmanın finansal performansı arasındaki ilişkinin firma performansı için kullanılan ölçüte bağlı olduğunu göstermektedir.
Sadiq vd. (2020)	Malezya	Regresyon	2011-2019	Çevresel, sosyal ve yönetim gücünün Kurumsal Yönetim Endeksi'nde yer alan firmaların değerini artırdığı tespit edilmiştir.
Farooq vd. (2021)	Pakistan	İki Aşamalı En Küçük Kareler	2010-2018	Kurumsal Yönetişim muhasebe getirisi ve piyasa endeksleri (Tobin's Q) üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.
Konak ve Özkahveci (2021)	Türkiye	Dinamik Panel Veri Analizi	2013-2018	Kurumsal Yönetim Endeksi'ne dâhil olan şirketlerin, kadın yönetici yoğunluğu göz önüne alındığında, firma performansı ile ilişkisi olumlu yönde tespit edilmiştir.

Tablo 2'den de görüldüğü üzere kurumsal yönetim ulusal ve uluslararası yazında oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Kurumsal yönetimin firma performansına etkisinin araştırıldığı Türkiye üzerine yapılan çalışmalarda, kısıtlar dâhilinde ve diğer tüm değişkenler sabit sayıldığı varsayımıyla genellikle farklı sonuçlar elde edilmiştir. Uluslararası yazın incelendiğinde ise Suudi Arabistan, Fransa, Mısır, Ürdün, Umman, Tunus endekslerinde anlamlı sonuçlara ulaşılamamıştır. Değişkenlerin çeşitliliği, kurumsal yönetim ilkelerinin uygulanabilirliği, mevcut rekabet ortamı, ekonomik konjonktürde meydana gelen değişimler, anomaliler vs. yapılan çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilmesine neden olabilmektedir. Nihayetinde literatüre küçük bir katkı olarak bu çalışma kurumsal yönetim ve firma performansı ilişkisi konusunu geniş bir perspektiften ele almakta ve kurumsal yönetim uygulamalarının işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkisini Borsa İstanbul'a kote olmuş şirketler açısından test ederek güncel bir değerlendirme sunmayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Sosyal bilimler alanındaki uygulamalı çalışmalarda öncelikle araştırma problemini somut hale getiren hipotezler kurulur ve bu hipotezler önceden tanımlanmış güven aralıklarına bağlı olarak test edilir. Konuyu daha da somutlaştırmak gerekirse örneğin iki örneklemin ortalamaları arasında fark olup olmadığını test etmek için kullanılan yöntemler parametrik yöntemler ve parametrik olmayan yöntemler olarak ikiye ayrılır. İncelenen örneklem normal dağılıyorsa parametrik yöntemler, normal dağılmıyorsa parametrik olmayan yöntemler kullanılır. Nitekim parametrik yöntemlerden olan Bağımsız İki Örneklem t Testi'nde karşılaştırılan grupların normal dağıldığı varsayılır. Bununla birlikte söz konusu grupların varyanslarının eşit ya da homojen olmasına ya da olmamasına göre farklı bir yorumlamanın yapılması gereklidir. Literatürde varyansların eşit olup olmadığının tespit edilmesi için genellikle "Levene" testi kullanılmaktadır (Altunışık vd., 2007: 177). Bununla beraber varyansların eşit olmadığı ya da varyansların homojenliği varsayımının geçersiz olduğu durumlarda yine t Testi kullanılabilir (Büyüköztürk vd., 2011: 160).

Normal dağılım varsayımının geçerli olduğu bağımsız iki örnek t testinin parametrik olmayan diğer bir ifadeyle normal dağılıma uymayan karşılığı ise Mann-Whitney U Testi'dir. Söz konusu teste grup ortalamaları değil grup elemanlarının sıralanmasıyla ulaşılan medyanlar karşılaştırılarak gruplar arası

farklılıklar araştırılır (Demirgil, 2014: 99). Araştırmaların birçoğunda seçilen istatistik tekniğinin uygulanabilmesi için öncelikli koşullardan biri dağılımın normallik varsayımını sağlaması olduğu için normallik testleri önemlidir. Bunlardan en sık kullanılanları çarpıklık ve basıklık oranlarının yanı sıra Kolmogorov-Smirnov testidir (Eroğlu, 2014: 212; Ak, 2014: 73). Dağılımın çarpıklık ve basıklık oranları -1 ile +1 arasında bir değer alıyorsa söz konusu dağılımın normal dağılıma uygun olduğu yönünde güçlü belirtiler vardır. Kolmogorov-Smirnov testinde ise hesaplanan olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğu zaman incelenen dağılımın normallik varsayımını sağladığı kabul edilir (Otrar, 2017). Sonuç olarak, bir dağılımın normal dağılıp dağılmadığını öğrenmek amacıyla öncelikle çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılır. Daha sonra ise Kolmogorov-Smirnov gibi testlere başvurulabilir.

Bulgular ve tartışma

Uygulamalı çalışmalarda genellikle ilk olarak araştırma hipotezleri belirlenir. Bu çalışmada test edilecek hipotezler şöyledir.

H₁: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan işletmeler ile söz konusu endekse dâhil olmayan işletmelerin aktif karlılıkları (ROA) arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan işletmeler ile söz konusu endekse dâhil olmayan işletmelerin öz kaynak karlılıkları (ROE) arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan işletmeler ile söz konusu endekse dâhil olmayan işletmelerin fiyat kazanç oranları (F/K) arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan işletmeler ile söz konusu endekse dâhil olmayan işletmelerin piyasa değeri / defter değeri oranları (PD/DD) arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan işletmeler ile söz konusu endekse dâhil olmayan işletmelerin Tobin'in Q oranları (Tobin's Q) arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan işletmeler ile söz konusu endekse dâhil olmayan işletmelerin finansal kaldıraç oranları (LEV) arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Yukarıdaki hipotezlerle genel olarak kurumsal yönetim endeksine dâhil olmanın finansal açıdan değer arttırıcı olup olmadığı test edilecektir.

Analizde kullanılan veriler 2017-2019 yıllık değerleridir. Söz konusu dönemin alt sınırı olarak 2017'nin belirlenmesinin sebebi kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirket sayısının en yüksek sayıda analize dâhil edilme isteğidir. Üst sınır olarak ise 2019'un seçilme sebebi COVID-19 pandemisinin finansal göstergelerde yarattığı olağandışı etkileri gidermektir. Nitekim bu aralıkta BIST Kurumsal Yönetim Endeksi'ne kote olmuş 30 firma tespit edilmiş yine kontrol grubu olarak BIST'te faaliyet gösteren endeks dışında ve endekstekilere benzer nitelikte 30 işletmenin verileri analize dâhil edilmiştir. Bununla birlikte finansal oranlar ve göstergeler açısından mali nitelikteki kurumların belirgin ölçüde farklılaşmalarından dolayı seçilen şirketlerin tamamının finansal kurumlar dışında olmaları tercih edilmiştir. Veriler "Datastream" veri tabanından ve "Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)"ndan temin edilmiştir. Analizlerde "Excel" ve "SPSS" paket programlarından yararlanılmıştır.

Analize dâhil edilen değişkenlerin tanımlamaları Tablo 3'te, örnekleme dâhil edilen şirketlerin listesi ise Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 3: Değişkenlerin tanımlanması

Kısaltma	Formül	N	Dönem	Veri Kaynağı	Açıklama
ROA	Net Kar/Toplam Varlıklar	180	2017-2019	Datastream	Aktif Karlılığı: Varlıkların kar yarabilme gücünü açıklar. Yüksek olması arzu edilir.

ROE	Net Kar/Öz Kaynaklar	180	2017-2019	Datastream	Öz Sermaye Karlılığı: Öz sermayenin kar yaratabilme gücünü ölçer. Yüksek olması tercih edilir.
F/K	Hisse Senedi Fiyatı/Hisse Başına Kar	139	2017-2019	Datastream	Fiyat Kazanç Oranı: Yatırımcıların elde etmeyi amaçladığı bir birimlik kazanç için ne kadar bedel ödemeye razı olduklarını gösterir. Bu oranın yatırımcılar açısından düşük olması, işletmeler açısından ise yüksek olması tercih edilir.
PD/DD	Şirketin Borsa Değeri/Öz Sermaye	180	2017-2019	Datastream	Piyasa Değeri Defter Değeri: Piyasa temelli finansal performans ölçüsüdür. Yüksek olması tercih edilir.
Tobin's Q	(Piyasa Değeri+Toplam Borç)/Toplam Varlıklar	180	2017-2019	Datastream	Tobin'in Q Oranı: Varlıkların yerine koyma maliyetini açıklar. 1'den büyük olması tercih edilir.
LEV	Toplam Borçlar/Toplam Aktifler	180	2017-2019	Datastream	Finansal Kaldıraç: Borç kullanma düzeyini belirler. Sektöre göre ortalama bir düzeyde olması beklenir.

Değişkenlerin tanımlanması yapıldıktan sonra analizde kullanılan şirketler hakkında bilgi verilecektir. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler ile söz konusu endekse dâhil olmayan şirketlerin finansal göstergeleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının incelenmeye çalışıldığı çalışmada finansal verileri analiz edilen şirketler karşılaştırmalı olarak Tablo 4'te sunulmuştur. Söz konusu örnekleme ilk grup 2017-2019 yılları arasında endekste yer alan 30 şirketten oluşmaktadır. Kontrol grubu olan ikinci gruptaki 30 şirket ise endekste yer almayan ve ilk gruptaki şirketlere benzer işletmelerden oluşmaktadır.

Tablo 4: Uygulama örneklemine dâhil edilen şirketler

	Kurumsal Yönetim Endeksine Dâhil Olan	Kurumsal Yönetim Endeksine Dâhil Olmayan
1	AG ANADOLU GRUBU HOLDİNG	ALARKO HOLDİNG
2	AKSA AKRİLİK KİMYA SANAYİİ	MARSHALL BOYA VE VERNİK SAN.
3	ARÇELİK	ALARKO CARRIER SAN. VE TİC.
4	ASELSAN ELEKTRONİK SAN. VE TİC.	ARENA BİLGİSAYAR SAN. VE TİC.
5	AYGAZ	PETKİM
6	COCA-COLA	KRİSTAL KOLA
7	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC.	SANKO PAZARLAMA İTHALAT İHRACAT
8	DOĞAN ŞİRKETLER GRUBU HOLDİNG	HACI ÖMER SABANCI HOLDİNG
9	ENKA İNŞAAT VE SANAYİ	YEŞİL YAPI ENDÜSTRİSİ
10	EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK	İSKENDERUN DEMİR VE ÇELİK
11	HÜRRİYET GAZETECİLİK	İHLAS GAZETECİLİK
12	İHLAS EV ALETLERİ İMA. SAN. VE TİC.	EMEK ELEKTRİK ENDÜSTRİSİ
13	İHLAS HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG

14	MİGROS	BİM
15	OTOKAR OTOMOTİV VE SAV. SAN.	FORD OTOMOTİV SAN.
16	PINAR ENTEGRE ET VE UN SAN.	ULUSOY UN SAN. VE TİC.
17	PEGASUS	TÜRK HAVA YOLLARI
18	PINAR SU VE İÇECEK SAN. VE TİC.	MERKO GIDA SAN. VE TİC.
19	PINAR SÜT MAMULLERİ SANAYİİ	KEREVİTAŞ GIDA SAN.
20	PARK ELKTR. ÜRE. MAD. SAN. VE TİC.	ALTINYAĞ MAD. VE ENRJ YAT. S. VE T.
21	TÜRK PRYSMIAN KABLO VE SİSTEM.	GERSAN ELEKTRİK SAN. VE TİC.
22	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM	VERUSA HOLDİNG
23	TAT GIDA SAN.	TUKAS GIDA SAN. VE TİC.
24	TAV HAVALİMANLARI HOLDİNG	TEKFEN HOLDİNG
25	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI	KARSAN OTOMOTİV SAN. VE TİC.
26	TURCAS PETROL	MARKA YATIRIM HOLDİNG
27	TÜPRAŞ	ALKİM ALKALİ KİMYA
28	TÜRK TELEKOM	TURKCELL
29	TÜRK TRAKTÖR VE ZİRAAT MAK.	TÜMOSAN MOTOR VE TRAKTÖR SAN.
30	VESTEL ELEKTRONİK SAN. VE TİC.	ULUSOY ELEKTRİK İMA. TAAH. VE TİC.

Tanımlayıcı istatistikler incelenen dağılımdaki genel eğilimleri yansıtmaktadırlar. Tablo 5’te analizde kullanılan değişkenlerin grup farklılığı dikkate alınmış tanımlayıcı istatistiklerine yer verilmiştir.

Tablo 5: Tanımlayıcı istatistikler

	Grup	N	Ortalama	Std. Sap.	Std. Hata Ort.
ROA	1. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler	90	8,61	11,99	1,26
	2. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler	90	6,87	10,39	1,09
ROE	1. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler	90	12,07	28,98	3,05
	2. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler	90	5,65	37,91	3,99
F/K	1. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler	74	13,84	15,38	1,79
	2. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler	65	26,20	41,22	5,11
PD/DD	1. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler	90	1,83	1,86	0,19
	2. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler	90	2,21	2,02	0,21
Tobin’s Q	1. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler	90	0,81	0,26	0,027
	2. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler	90	0,79	0,28	0,029

LEV	1. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler	90	140,1	261,75	27,59
LEV	2. Kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler	90	81,5	101,62	10,71

ROA: Aktif Karlılık, **ROE:** Öz Sermaye Karlılığı, **F/K:** Fiyat/Kazanç Oranı, **PD/DD:** Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı, **LEV:** Finansal Kaldıraç

Tablo 5'e göre değişkenlerden aktif karlılık (ROA), öz sermaye karlılığı (ROE), piyasa değeri/defter değeri (PD/DD), Tobin's Q oranı ve finansal kaldıraç (LEV) değişkenlerinde incelenen döneme ilişkin eksik veri olmadığı görülmektedir. Fiyat kazanç (F/K) değişkeninde ise zarar açıklayan şirketlerin söz konusu değerinin negatif olması ve negatif F/K oranı olamayacağı için eksi katsayılı veriler çıkarılarak birinci grupta 74 ikinci grupta 65 veri olduğu anlaşılmaktadır. Ortalamalara bakıldığında ise kaldıraç oranının ikinci gruba göre daha yüksek olduğu, Tobin Q oranı, ROA ve PD/DD ortalamaları açısından ise grupların birbirine yakın olduğu, ROE ortalamalarının birinci grupta daha yüksek olduğu ve F/K ortalamaları açısından da ikinci grubun birinci gruba göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Nitekim grupların ortalamalarına bakıldığında ROA açısından gruplar arası bir farklılık olmadığı, ROE açısından birinci grup lehine farklılık olduğu, F/K açısından ikinci grup lehine farklılık olduğu, PD/DD açısından gruplar arası bir farklılık olmadığı, yine Tobin's Q açısından gruplar arası bir farklılık olmadığı ve kaldıraç açısından ise birinci grup lehine önemli bir farklılık olduğu gözlenmektedir. Nihayetinde bu kısımda ulaşılan sonuçlar çalışmanın analiz bölümünde tekrar değerlendirilecektir.

Değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri verildikten sonra değişken setlerinin her birinin parametrik olup olmadığı incelenmelidir. Nitekim literatürde parametrik olan dağılımlar ile parametrik olmayan dağılımlar için farklı analiz yöntemleri kullanılmaktadır. Analizde kullanılan finansal göstergelerin parametrik olup olmadığının tespit edilebilmesi için Tablo 6 düzenlenmiştir.

Tablo 6: Değişkenlerin normallik sınamaları

	ROA	ROE	F/K	PD/DD	Tobin's Q	LEV
N	180	180	139	180	180	180
Ortalama	7,74	8,86	19,62	2,02	0,80	110,82
Çarpıklık	2,5	-3,2	4,49	2,5	-0,13	8,1
Basıklık	20,5	21,2	23,07	7,8	-0,12	86,9
Kolmogorov-Smirnov Z	0,129	0,185	0,286	0,206	0,050	0,290
p	0,000*	0,000*	0,000*	0,000*	0,200	0,000*

ROA: Aktif Karlılık, **ROE:** Öz Sermaye Karlılığı, **F/K:** Fiyat/Kazanç Oranı, **PD/DD:** Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı, **LEV:** Finansal Kaldıraç; * % 99 güven aralığında anlamlı.

Tablo 6'daki çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında Tobin's Q oranı hariç diğer değişkenlerin tamamının -1 ve +1 değerleri arasında olmadıkları için normal dağılmadığı görülmektedir. Söz konusu istatistiklere göre Tobin's Q değişkenin parametrik olduğu diğer değişkenlerin ise parametrik olmadığı ileri sürülebilir. Diğer taraftan bir dağılımın normallik varsayımına bağlı olarak parametrik ya da parametrik olmadığı ölçülmesi için kullanılacak bir diğer test Kolmogorov-Smirnov Z testidir. Söz konusu teste ait olasılık (p) değeri 0,05'ten küçük ise dağılımın parametrik olmadığı, 0,05'ten büyükse dağılımın parametrik olduğu tespit edilir. Buna göre Tobin Q değişkenine ait olasılık değeri (0,200) 0,05'ten büyük olduğu için söz konusu değişken parametrik, diğer değişkenlere ait olasılık değerleri 0,05'ten küçük olduğu için değinilen değişkenler parametrik değildirler. Görüldüğü üzere çarpıklık/basıklık değerleri ile Kolmogorov-Smirnov Z testi sonuçları aynı doğrultudadır. Sonuç olarak Tobin's Q değişkeni normal dağılıma uygun yani parametriktir. Diğer finansal değişkenler (ROA, ROE, F/K, PD/DD ve LEV) ise normal dağılıma uygun değildirler yani parametrik değildirler.

Kurumsal yönetim endeksinde işlem görmenin firmalara finansal açıdan bir getiri sağlayıp sağlamadığının incelendiği bu çalışmada finansal göstergelerin tanımlayıcı istatistikleri ile normallik sınamaları açıklandıktan sonra grup ortalamaları arasındaki farklılıklar incelenecektir. Analizlerde,

parametrik değişken (Tobin's Q) için bağımsız iki örneklem t testi ve parametrik olmayan diğer değişkenler için ise (ROA, ROE, F/K, PD/DD ve LEV) Mann-Whitney U Testi kullanılacaktır.

Tablo 7: Bağımsız iki örneklem t testi

	Levene'in Varyansların Eşitliği Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin t-Testi			
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-uçlu)	
Tobin's Q	Eşit varyans	0,52	0,820	0,515	178	0,607
	Eşit olmayan varyans			0,515	177,238	0,607

Tablo 7'deki Tobin's Q değişkeni için yapılan "Levene" testine göre söz konusu analizde olasılık değeri ($p=0,820$) $0,05$ 'ten büyük olduğu için ilgili değişken homojen bir niteliğe sahiptir. Bu doğrultuda Tobin's Q değişkeni için eşit varyans durumu söz konusudur. Tablo 7'deki verilere göre ortalamaların eşitliği konusunda olasılık değeri ($p=0,607$) $0,05$ 'ten büyük olduğu için Tobin's Q değişkeni açısından gruplar arası (Grup 1: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketler, Grup 2: Kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler) farklılık bulunmamaktadır.

Parametrik bir dağılıma sahip olan Tobin's Q değişkeni "Bağımsız İki Örneklem t Testi" ile test edildikten sonra Tablo 8'de parametrik olmayan değişkenler (ROA, ROE, F/K, PD/DD ve LEV) için Mann-Whitney U Testi yapılmıştır.

Tablo 8: Mann-Whitney u testi sonuçları

	ROA	ROE	F/K	PD/DD	LEV
Mann-Whitney U	3709,5	3673	1927,5	3576,5	3244
Wilcoxon W	7804,5	7768	4702,5	7671,5	7339
Z	-,974	-1,079	-2,016	-1,355	-2,306
p	,330	,281	,044*	,176	,021*

ROA: Aktif Karlılığı, **ROE:** Öz Sermaye Karlılığı, **F/K:** Fiyat/ Kazanç Oranı, **PD/DD:** Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı, **LEV:** Finansal Kaldıraç; * % 95 güven aralığında anlamlı.

Mann-Whitney U Testi sonuçlarına göre olasılık (p) değeri $0,05$ 'ten büyük olduğu için ROA, ROE ve PD/DD değişkenlerinde kurumsal yönetim endeksine dâhil olup olmama açısından anlamlı bir farklılık bulunmadığı söylenebilmektedir. F/K ve LEV değişkenleri açısından ise olasılık değerlerinin $0,05$ 'ten küçük olması nedeniyle kurumsal yönetim endeksine dâhil olma ile endekse dâhil olamama açısından anlamlı bir farklılık vardır. Bu iki değişken açısından nihai değerlendirmenin yapılabilmesi için Tablo 5'teki grup ortalamalarına bakılmalıdır. Buna göre Finansal Kaldıraç (LEV) değişkeninde birinci grup ortalaması ikinci grup ortalamasından dikkate değer şekilde daha büyüktür. Kısacası kurumsal yönetim endeksine dâhil olmak daha fazla borçlanabilmeyi sağlamaktadır yorumu yapılabilir. Yine fiyat kazanç oranı (F/K) açısından ise ikinci grubun ortalaması birinci gruptan yüksektir. Elde edilen bu bulgu kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan şirketler açısından yatırımcıların bir birimlik kazanç için daha fazla ödeme yapmaya hazır oldukları şeklinde yorumlanabilir. Diğer bir yaklaşımla kurumsal yönetim endeksindeki firmalarda fiyatlama daha düşüktür şeklinde yorumlanabilir.

Sonuç ve öneriler

Kurumsal yönetim işletmelerde yönetim anlayışının gelişmesini sağlayabilecek bir ilkeler setidir. Dünyada özellikle doksanlı yıllardan sonra Türkiye'de ise iki binli yıllardan sonra yaygınlığı ve kabul edilebilirliği artmış olan kurumsal yönetim çağdaş bir yönetim anlayışıdır. Söz konusu ilkesel yaklaşım sadece temelde ekonomik gaye güden işletmeler için değil kamu kurumları, sivil toplum örgütleri ve yönetim faaliyetinin olduğu her türlü organizasyona uyarlanabilir bir özelliğe sahiptir. Nitekim Türkiye'de kurumsal yönetim uyum derecelendirmesi yaptıran örgütler içerisinde halka açık

işletmelerin yanı sıra çok sayıda halka açık olmayan dernek, vakıf, eğitim kurumu, finansal kuruluş, kamu iştirakleri vs. bulunmaktadır. Dolayısıyla kurumsal yönetim anlayışı birçok organizasyonda yapı ve işleyiş açısından dikkate değerdir. Kurumsal yönetim anlayışının içselleştirilebilmesi için öncelikle evrensel nitelikli ilkeler olan şeffaflık, hesap verebilirlik, adillik/eşitlik ve sorumluluk kavramlarının gereği yerine getirilmelidir. Bilindiği üzere hemen her ülke OECD'nin açıkladığı bu ilkeleri referans alarak kendi yerel koşullarına uygun ilkeler seti açıklamışlardır. Bu ülkelerden biri olan Türkiye'de de kurumsal yönetim yaklaşımı mevzuat açısından birçok ülkeye göre çok erken tanımlanmıştır. Nitekim Türkiye'de SPK 2003 yılında “*Yerel Kurumsal Yönetim İlkelerini*” açıkladıktan sonra BİST bünyesinde 2007 yılı itibarıyla “Kurumsal Yönetim Endeksi” işlem görmeye başlamıştır. Bu çalışmada söz konusu endekse dâhil olan şirketlerin endekse dâhil olmayan şirketlere nazaran finansal performanslarının yüksek olup olmadığı ölçülmeye çalışılmıştır.

Finansal performans ölçümü iş dünyası için sıklıkla başvurulan bir değerlendirme yöntemidir. Literatürde finansal performansı ölçmek için muhasebe temelli (aktif karlılık, öz sermaye karlılığı vd.), piyasa temelli (Tobin's Q oranı, piyasa değeri/defter değeri oranı, fiyat/kazanç oranı vd.) ve değer temelli (pazar katma değer, ekonomik katma değer vd.) yöntemler kullanılmaktadır. Bu çalışmanın uygulama kısmında bu değişkenlerden ilk beşi kullanılmıştır. Bununla birlikte bu oranlara ek olarak analizlere endekse dâhil olan ya da olmayan gruplar arası borç kullanma düzeylerinde farklılık olup olmadığını incelemek üzere finansal kaldıraç derecesi de dâhil edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; aktif karlılık (ROA), öz sermaye karlılığı (ROE), piyasa değeri/defter değeri oranı (PD/DD) ve Tobin'S Q oranının ortalama düzeylerinin kurumsal yönetim endeksine dâhil olan firmalar ile kurumsal yönetim endeksine dâhil olmayan firmalar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Fiyat/kazanç oranları (F/K) açısından ise ikinci grup yani kontrol grubu lehine anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir. Buna ek olarak finansal kaldıraç oranları (LEV) açısından ise birinci grubun lehine ortalamalarda anlamlı bir farklılığın olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmada ulaşılan bulgulara göre kurumsal yönetim endeksine dâhil olma ya da başka bir deyişle kurumsal yönetim ilkelerine bağlı kalma ile firmanın finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı söylenebilmektedir. Ulusal yazın incelendiğinde Karamustafa vd. (2009) ve Ünlü vd. (2017) kurumsal yönetimle firma performansı arasında bir ilişkiye rastlamamışken; Yenice ve Dölen (2013), Akdoğan ve Boyacıoğlu (2014), Cengiz (2016), Gurarda vd. (2016), Alper ve Aydoğan (2017), Özçelik ve Gürsakal (2018), Kahveci ve Wolfs (2019) ve Konak ve Özkahveci (2021) istatistiksel açıdan anlamlı sonuçlar elde etmişlerdir. Bu farklılıkların sebebinin az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde kurumsal alt yapının henüz oluşmaması ve bu nedenle eldeki verilerin analizinde özel koşulların etkisinin var olmasıdır denilebilir. Diğer bir ifadeyle az gelişmiş ülkelerde ampirik analizler yüksek kontrol altında, diğer koşullar sabitlenerek, yapılırsa ancak tutarlı sonuçlara ulaşılabilir. Bu kapsamda nicel ve nitel analizlerin aynı anda yani beraber yapılması az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için faydalı olabilir. Uluslararası literatür incelendiğinde ise daha ziyade az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde söz konusu değişkenler açısından anlamlı bir ilişki yok iken, gelişmiş batı ülkelerinde söz konusu ilişki açısından pozitif yönlü bulgulara ulaşılmıştır. Diğer taraftan finansal kaldıraç oranlarındaki farklılık ise endekse dâhil olmanın borç kullanma düzeyini de arttırdığı ya da işletmenin kredibilitesini yükselttiği şeklinde yorumlanabilir.

Gelecek araştırmalarda kurumsal yönetim derecelendirme notlarının, firmaların finansal performansına etkisinin olup olmadığı araştırılabilir. Bu sayede kurumsal yönetimin kalitesi ile finansal performans göstergeleri arasındaki olası ilişki güncel verilerle ölçülebilir. Yine yerli ya da yabancı kurumsal yönetim endekslerindeki volatilité yayılımı ARCH/GARCH tipi modellerle analiz edilerek literatüre katkıda bulunulabilir.

Sonuç olarak kurumsal yönetim yaklaşımı sadece rakamlara ya da istatistiksel bulgulara göre yorumlanmamalıdır. Söz konusu yaklaşım bir bütün olarak işletme ya da ülke düzeyinde yönetim kalitesini yükselten bir anlayış olarak değerlendirilmelidir. Nitekim kurumsal yönetimin görünmeyen ya da ölçülemeyen yararlarının yanı sıra ulusal ve uluslararası iş dünyası açısından pratik bir sonuç olarak şirketlerin kredibilitesini de arttırdığı dikkatlerden kaçmamalıdır.

Kaynakça

- Aggarwal, P. (2013). Impact of corporate governance on corporate financial performance. *IOSR Journal of Business and Management*, 13(3), 1-5.
- Ak, B. (2014). *Parametrik hipotez testleri. SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım.
- Akdoğan, Y. E. ve Boyacıoğlu, M. A. (2014). The effect of corporate governance on firm performance: A case of Turkey. *International Journal of Critical Accounting*, 6(2), 187-210.
- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal yönetim*. Muhasebe Enstitüsü Yayınları.
- Aktan, Ç. C. (2013). Kurumsal şirket yönetimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 150-191.
- Alper, D. ve Aydoğan, E. (2017). Kurumsal yönetim firma performansı ilişkisinin dinamik bir modelle tahmini. *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 10(1), 91-106.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
- Arora, A. ve Bodhanwala, S. (2018). Relationship between corporate governance index and firm performance: Indian evidence. *Global Business Review*, 19(3), 675-689.
- Aydın, N., Başar, M. ve Coşkun, M. (2017). *Finansal yönetim*. Detay Yayıncılık.
- Balagobei, S. (2018). Corporate governance and firm performance: Empirical evidence from emerging market. *Asian Economic and Financial Review*, 8(12), 1415-1421.
- Basu, S. (1977). Investment performance of common stock in relation to their price-earnings ratios: A test of the efficient market hypothesis. *Journal of Finance*, 32, 663-682.
- Basu, S. (1983). The relationship between earnings' yield, market value and return for NYSE common stocks: Further evidence. *Journal of Financial Economics*, 12(1), 129-156.
- Bennouri, M., Chtioui, T., Nagati, H., ve Nekhili, M. (2018). Female board directorship and firm performance: What really matters?. *Journal of Banking and Finance*, 88, 267-291.
- Black, B. S., Love, I. ve Rachinsky, A. (2006). Corporate governance indices and firms' market values: Time series evidence from Russia. *Emerging Markets Review*, 7(4), 361-379.
- Buallay, A., Hamdan, A. ve Zureigat, Q. (2017). Corporate governance and firm performance: Evidence from Saudi Arabia. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 11(1), 78-98.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü, N. (2011). *Sosyal bilimler için istatistik*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Canbaş, S., Doğanlı, H. ve Düzakın, H. (2004). Tobin Q oranı ve günümüzde işletme kararları açısından önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 57-74.
- Cengiz, H. (2016). Corporate governance and firm profitability: Evidence from Turkey. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(6), 229.
- Chadha, S. ve Sharma, A. K. (2015). Capital structure and firm performance: Empirical evidence from India. *Vision*, 19(4), 295-302.
- Cornett, M. M., Adair, T. A. ve Nofsinger, J. (2016). *Finans*. Nobel Yayınevi.
- Demirgil, H. (2014). *Parametrik olmayan (non-parametric) hipotez testleri. SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım.
- Drobtz, W., Schillhofer, A. ve Zimmermann, H. (2003). Corporate governance and firm performance: Evidence from Germany. Unpublished working paper, University of Basel, Basel, Switzerland, <https://www.cofar.uni-mainz.de/dgf2003/paper/paper146.pdf>, Erişim Tarihi: 16.12.2022.
- Ercan, M. ve Ban, Ü. (2018). *Değere dayalı işletme finansmanı ve finansal yönetim*. Gazi Kitabevi.
- Eroğlu, A. (2014). *Çok değişkenli istatistik tekniklerin varsayımları, SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım.
- Farooq, M., Noor, A. ve Ali, S. (2021). Corporate governance and firm performance: Empirical evidence from Pakistan. *Corporate Governance*, 22(1), 42-66.
- Fu, L., Singhal, R. ve Parkash, M. (2016). Tobin's q ratio and firm performance. *International Research Journal of Applied Finance*, 7(4), 1-10.
- Gurarda, S., Ozsoz, E. ve Ates, A. (2016). Corporate governance rating and ownership structure in the case of Turkey. *International Journal of Financial Studies*, 4, 1-16.

- Javaid, F. ve Saboor, A. (2015). Impact of corporate governance index on firm performance: Evidence from Pakistani manufacturing sector. *Journal of Public Administration and Governance*, 5(2), 1-21.
- Jewell, J. J. ve Mankin, J. A. (2011). What is your ROA? An investigation of the many formulas for calculating return on assets. *Academy of Educational Leadership Journal*, 15, 79-91.
- Kahveci, E. ve Wolfs, B. (2019). Family business, firm efficiency and corporate governance relation: The case of corporate governance index firms in Turkey. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(1), 1-12.
- Kale, A. A. (2014). The impact of financial leverage on firm performance: The case of non financial firms in Kenya [Doktora tezi], University of Nairobi.
- Kanca, M. A. (2020). İç kontrol sistemi ile kurumsal yönetim ilkelerinin finansal performansa etkisi. [Doktora tezi], Avrasya Üniversitesi.
- KAP (2022). Kamu aydınlatma platformu BIST endeksleri, <https://www.kap.org.tr/tr/Endeksler/>, Erişim Tarihi: 16.12.2022.
- Karamustafa, O., Varıcı, İ. ve Er, B. (2009). Kurumsal yönetim ve firma performansı: İMKB kurumsal yönetim endeksi kapsamındaki firmalar üzerinde bir uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 100-119.
- Kaur, M. ve Vij, M. (2018). Corporate governance index and firm performance: Empirical evidence from Indian banking. *Afro-Asian Journal of Finance and Accounting*, 8(2), 190-207.
- Klein, P., Shapiro, D. ve Young, J. (2005). Corporate governance, family ownership and firm value: The Canadian evidence. *Corporate Governance: An International Review*, 13(6), 769-784.
- Konak, F. ve Ayan Civelek, S. (2021). Veri zarflama analizi ve TOPSİS yöntemi ile finansal performans değerlendirmesi: BIST teknoloji endeksi uygulaması. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 3110-3131. DOI: 10.15869/itobiad.863596.
- Konak, F. ve Özkahveci, E. (2021). Yönetim kademesindeki kadınların firma performansına etkisi: BIST kurumsal yönetim endeksi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 6-23.
- Korkmaz, T. ve Ceylan, A. (2017). *Sermaye piyasası ve menkul değerler analizi*. Ekin Yayınevi.
- Malik, M. S. ve Makhdoom, D. D. (2016). Does corporate governance beget firm performance in fortune global 500 companies? *Corporate Governance*, 16(4), 747-764.
- Mertzanis, C., Basuony, M. A. ve Mohamed, E. K. (2019). Social institutions, corporate governance and firm-performance in the MENA region. *Research in International Business and Finance*, 48, 75-96.
- Mizuno, M. (2014). Corporate governance, institutional investors, and firm performance in France. *Journal of Business and Finance*, 2(1), 33-46.
- OECD (1999). *Principles of corporate governance*. <https://www.oecd.org/>, Erişim Tarihi: 16.12.2022.
- OECD (2016). *G20/OECD kurumsal yönetim ilkeleri*. <https://www.oecd.org/>, Erişim Tarihi: 16.12.2022.
- Oğuzhan, E. C. E. ve Güner, M. (2018). Kurumsal yönetim uygulamaları ile firma piyasa performansı ve firma finansal performansı arasındaki ilişkinin analizi: BIST'te bir uygulama. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22(4), 745-782.
- Olokoyo, F. O. (2013). Capital structure and corporate performance of Nigerian quoted firms: A panel data approach. *African Development Review*, 25(3), 358-369.
- Omran, M. M., Bolbol, A. ve Fatheldin, A. (2008). Corporate governance and firm performance in Arab equity markets: Does ownership concentration matter? *International Review of Law and Economics*, 28(1), 32-45.
- Otrar, M. (2017). Dağılımların normalliği ve normalliğin test edilmesi, <https://mustafaotrar.net/istatistik/dagilimlarin-normalligi-ve-normaligin-test-edilmesi/> Erişim Tarihi: 16.12.2022.
- Özçelik, F. ve Gürsakal, S. (2018). Corporate governance and firm performance: Evidence from Borsa Istanbul (BIST). *Current Debates in Finance ve Econometrics*, 45-54.
- Panaretou, A. (2014). Corporate risk management and firm value: Evidence from the UK market. *The European Journal of Finance*, 20(12), 1161-1186.

- Sadiq, M., Singh, J., Raza, M. ve Mohamad, S. (2020). The impact of environmental, social and governance index on firm value: Evidence from Malaysia. *International Journal of Energy Economics and Policy*. 10(5), 555-562.
- Sakarya, Ş. (2011). İMKB kurumsal yönetim endeksi kapsamındaki şirketlerin kurumsal yönetim derecelendirme notu ve hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin olay çalışması (event study) yöntemi ile analizi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 147-162.
- Sakarya, Ş., Yazgan, K. F. ve Yıldırım, H. H. (2017). Kurumsal yönetim derecelendirmesinin hisse senedi performansına etkisi: BİST kurumsal yönetim endeksi üzerine bir inceleme. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 18(40), 55-76.
- Sariaslan, H. ve Erol, C. (2014). *Finansal yönetim - kavramlar, kurumlar ve ilkeler*. Siyasal Kitabevi.
- Sayılgan, G. (2019). *Soru ve yanıtlarıyla işletme finansmanı*. Siyasal Kitabevi.
- Shaheen, R. ve Nishat, M. (2005). Corporate governance and firm performance: An exploratory analysis. *In Conference of Lahore School of Management Sciences*, Lahoreda.
- Shahwan, T. M. (2015). The effects of corporate governance on financial performance and financial distress: Evidence from Egypt. *Corporate Governance*. 15(5), 641-662.
- Silva, A. L. C. ve Leal, R. P. C. (2005). Corporate governance index, firm valuation and performance in Brazil. *Revista Brasileira de Finanças*, 3(1), 1-18.
- Soysal, M. A. (2015). Kurumsal yönetim uygulamalarının finansal performansa etkileri Türkiye uygulaması. [Doktora tezi], Kadir Has Üniversitesi.
- SPK (2014). *Kurumsal yönetim tebliği*. <https://www.resmigazete.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 16.12.2022.
- Şenol, Z. ve Ulutaş, A. (2018). Muhasebe temelli performans ölçümleri ile piyasa temelli performans ölçümlerinin CRITIC ve ARAS yöntemleriyle değerlendirilmesi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 641, 983-1002.
- Ünlü, U., Yalçın, N. ve Yağlı, İ. (2017). Kurumsal yönetim ve firma performansı: TOPSİS yöntemi ile BIST 30 firmaları üzerine bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 63-81.
- Varshney, P., Kaul, V. K. ve Vasal, V. K. (2012). Corporate governance index and firm performance: Empirical evidence from India. *Available at SSRN* <https://ssrn.com/abstract=2103462>, 1-35.
- Wei'an, L. ve Yuejun, T. (2007). An evaluation of corporate governance evaluation, governance index (CGI NK) and performance: Evidence from Chinese listed companies in 2003. *Frontiers of Business Research in China*, 1(1), 1-18.
- Yenice, S. ve Dölen, T. (2013). İMKB'de işlem gören firmaların kurumsal yönetim ilkelerine uyumunun firma değeri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 199-213.

Etik kurul onayı

Bu çalışmanın anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşım bulundurmduğundan etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer aldığını beyan ederiz.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Toplumsal cinsiyet algısının kümeleme analiziyle değerlendirilmesi Evaluation of gender perception with cluster analysis

Gönderim Tarihi / Received: 05.08.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 15.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1157141](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1157141)

Perihan EREN BANA **1

Nurten DAYIOĞLU²

Ceren TURAN³

ÖZ: Toplumsal cinsiyet rolleri, toplumun bireylerden cinsiyeti dolayısıyla beklediği roller şeklinde tanımlanabilir. Çalışmanın amacı, toplumsal cinsiyet rolleri konusundaki algılarından yola çıkılarak oluşturulan bu grupların sahip olduğu belirgin özelliklerin ortaya konulmasıdır. Çalışma, elektronik soru formu aracılığıyla ve 138 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler; faktör, güvenilirlik, kümeleme ve Ki-Kare analizleridir. Faktör analizi sonucunda dört boyut elde edilmiş olup bu boyutlar; ekonomik erkek üstünlüğü, kadının ekonomik statüsü, sosyal kadın dezavantajı ve sosyal erkek üstünlüğü şeklindedir. Ölçeğin güvenilirlik değeri 0,91 olup boyutlarda elde edilen en düşük değer 0,81'dir. Çalışmada elde edilen bulgular, toplumsal cinsiyet algısı konusunda farklı düşünen iki küme olduğunu ortaya koymaktadır. Birinci kümede toplumsal cinsiyet konusunda daha olumsuz görüş belirten katılımcılar yer almaktadır. Bu katılımcılar cinsiyet dağılımı ve öğrenim durumu açısından ikinci kümeye göre daha dengeli dağılmıştır. İkinci küme toplam katılımcıların %55'ini oluşturmaktadır. Bu kümede yer alan katılımcıların %75'i kadın ve %70'i üniversite ve üzeri öğrenim görmüş bireylerdir. Birinci kümede yer alan katılımcıların toplumsal cinsiyet rollerinin gerekliliğine daha fazla inandığını, ikinci kümedeki katılımcıların ise genel olarak toplumsal cinsiyet rollerini daha fazla reddettiğini söylemek olanaklıdır. Bulguların konuyla ilgili literatürde yer alan diğer çalışmaları destekler nitelikte olduğu, çalışmanın bu alanda kümeleme tekniğini kullanması dolayısıyla özgün bir çalışma olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal cinsiyet, Segmentasyon, Eğitim, Kadın

ABSTRACT: Gender roles can be defined as the roles that society expects from individuals due to their gender. The aim of the study is to reveal the distinctive features of these groups, which are formed based on their perceptions of gender roles. The study was conducted through an electronic questionnaire and with 138 participants. Analyzes were made; factor, reliability, clustering and Chi-Square analysis. As a result of factor analysis, four dimensions were obtained and these dimensions are; economic male superiority, women's economic status, social female disadvantage and social male superiority. The reliability value of the scale is 0.91, and the lowest value obtained in the dimensions is 0.81. The findings of the study reveal that there are two clusters that think differently about gender perception. In the first cluster, there are participants who express more negative views on gender. These participants are more evenly distributed than the second cluster in terms of gender distribution and educational status. The second cluster constitutes 55% of the total participants. 75% of the participants in this cluster are women and 70% are individuals with university or higher education. It is possible to say that the participants in the first cluster believe more in the necessity of gender roles, while the participants in the second cluster reject gender roles more in general. It is possible to say that the findings support other studies in the literature on the subject, and that the study is an original study in that it uses the clustering technique in this area.

Keywords: Gender, Clustering, Education, Female, Male

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹Dr.Öğr.Üyesi 1, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, SHMYO, Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Programı, perihanbana@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5139-5327>

²Dr.Öğr.Üyesi 2, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Tıp Fakültesi/Biyostatistik Anabilim Dalı, nurtendayioğlu@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0003-4103-6045>

³Bağımsız Araştırmacı 3, quinn.cerenturan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3546-2486>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Gender refers to the roles that are determined by the society and expected to be performed by the person according to the information about the gender of the person (Vatandaş, 2007). The social roles of women and men are built on socio-cultural values (Saraç, 2013). Gender is an important issue that needs to be emphasized because of the social problems it causes. It is possible to say that the perception of gender, which causes very negative results especially for women, is a pattern that includes inequality and injustice. In this study, it is aimed to apply 'cluster analysis' (segmentation), which is a different statistical analysis from previous studies. Thus, based on the similar and dissimilar characteristics of the groups, it will enable to reach clearer analyzes on which variables may be effective on some attitudes, behaviors and habits.

Methodology

The study was conducted through an electronic questionnaire and with 138 participants. The study, which was designed as a cross-sectional descriptive research, was carried out with the decision of the Istanbul Yeni Yüzyıl University Ethics Committee. Analyzes made; factor, reliability, clustering and Chi-Square analysis. As a result of factor analysis, four dimensions were obtained and these dimensions are; economic male superiority, women's economic status, social female disadvantage and social male superiority. The reliability value of the scale is 0.91, and the lowest value obtained in the dimensions is 0.81. The total explanatory power of the scale is 69.5%. The viewpoints of the participants to the 19 statements in the scale were determined by the 7-point Likert Scale (1: definitely wrong, 7: definitely right). In order to increase the consistency of the analysis, 'absolutely wrong' 'wrong' expressions were evaluated under the name of 'false', but the expression 'partially incorrect' was not included in this category. The data was first separated into factors by factor analysis, then clustering analysis was started. The 19 expressions that make up the scale were grouped by factor analysis; four factors were obtained. The factor loads recorded in the data by the analysis constitute the variables of the clustering (segmentation) analysis. Because 19 variables are too many for cluster analysis and are not suitable for the reliability of the analysis. For this reason, the participants were divided into clusters by applying cluster analysis with four variables consisting of the loads of the four factors. In cluster analysis, clusters and groups are formed by calculating the values on all variables observed and measured in the research. These clusters and groups emerge with the distance measures, correlation and quality data between them (Kalaycı et al., 2006). In order to determine the reasons that make up the clusters, a comparison was made for all the expressions that make up the factors, separately for each of the demographic variables such as gender and education level (Pearson Chi-Square).

Findings and discussion

Of the 138 individuals participating in the research, 61% are women, 48% are between the ages of 36-45, 43.3% are undergraduate graduates, 77.8% are married, 44.9% have monthly family income 2.501-5.000 between TL and 44.9% are group A TV viewers.

Table 1: Factor analysis results

	Factor's Varians (%)	Reliability (%)
Economic Male Supremacy	15,6	82
Economic Status of Women	10,3	82
Social Disadvantage of Women	16,8	85
Social Male Supremacy Sosyal	25,7	90
Total	68,5	91
	KMO	0,89
	Bartlett Test of Sphericity	1736,06
	<i>p</i>	0,0001

Four factors were obtained as a result of the factor analysis made for the 19 expressions that make up the scale. These factors are; It has been named as "economic male superiority", "women's economic status", "social female disadvantage" and "social male superiority". As a result of factor analysis, the

total reliability values and explanatory values of each factor and scale are seen (Table 1). With these factors, the variables of the later cluster analysis were formed (Table 2).

Table 2: Cluster analysis results*

	Factors (Significance Rate)
Factors participating in the model: (Importance of the factor in the model)	Economic male dominance (100%)
	Women's economic status (90%)
	Social female disadvantage (72%)
	Social male dominance (49%)
Number of Clusters:	2
Cluster 1	%45 (62)
Cluster 2	%55 (76)

* **Method:** Cluster Analysis; **Algorithm:** Two Step; **Clustering Quality:** 0,60.

The findings of the study reveal that there are two clusters that think differently about gender perception. Cluster 1 is predominantly male. In addition, the group in Cluster 1 has lower education and income than Cluster 2. In the first cluster, there are participants who express more negative views on gender. The second cluster constitutes 55% of the total participants. 75% of the participants in this cluster are women and 70% are individuals with university or higher education. It is possible to say that the participants in the first cluster believe more in the necessity of gender roles, while the participants in the second cluster reject gender roles more in general.

It can be said that the findings obtained are generally compatible with previous studies in the literature. The findings of this study reveal that the level of education changes the perception of gender. In the literature, results were obtained in accordance with the studies in which the findings that education level reduces gender inequality (Vatandaş, 2007; Günay and Bener, 2011; Savaş, 2018). The findings that women are more sensitive to gender inequality are also compatible with the literature. Studies show that men have significantly more traditional views on work, marriage/family life and social life than women (Refikuluçay et al., 2007; Yılmaz et al., 2009; Direk, 2017, Savaş, 2018; Daşlı 2019). Although some of these studies reach different results in some sub-dimensions of gender perception (Yılmaz et al., 2009; Refikuluçay et al.), it is seen that women generally have a more egalitarian approach than men. This approach can be considered as evidence that there is gender inequality and that it creates more disadvantages for women. Income status also has a significant impact on the perception of gender equality. There is evidence in the literature that increasing income reduces the perception of gender inequality (Savaş, 2018). When we look at the two clusters formed according to gender perception in our study, it is seen that the income status is higher in Cluster 2, which has an egalitarian approach. It is also seen that there are studies in the literature with different findings from the findings obtained in our study. For example; the study of Günay and Bener (2011) shows that the perception of gender roles in the family does not differ according to age, education level and family income level.

Results and recommendations

These differences of opinion between the two clusters draw attention to some variables between the two clusters, and it is seen that these variables are gender and education level. It is an important finding revealed as a result of this research and supported by other studies in the literature that the society should be educated first in order to reduce the negative effects of gender inequality. It is thought that this study, which largely overlaps with the results in the literature in terms of revealing the evidence that women feel this inequality more, contributes to the literature in terms of evaluating the issue from a different perspective and method.

Giriş

Toplumsal cinsiyet, neden olduğu toplumsal sorunlardan dolayı üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Özellikle kadınlar açısından oldukça olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına neden olan toplumsal cinsiyet algısının, eşitsizliği ve adaletsizliği içinde barındıran bir örüntü olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin ülkeler için oldukça önemli bir indeks olarak değerlendirilen İnsani Gelişmişlik İndeksi, her geçen gün toplumsal yapının güçlenmesi konusundaki bakış açısını daha derin hale getirmektedir. Özellikle 1995 yılından beri Toplumsal Cinsiyete Göre Gelişme Endeksi (TCGE), (GDI-Gender Development Index) verileriyle, toplumsal gelişme sürecinde kadınların ne ölçüde fayda sağladığı detaylı bir şekilde değerlendirilmektedir. Bu amaçla; yaşam süresi, eğitim ve gelir, kadın erkek farklılıkları gibi konular ele alınmakta; sosyal adaletin sağlanması yönündeki çalışmalar, ekonomik gelişmişlik ölçütlerinden daha önemli hale gelmektedir. Bu indekste Türkiye'nin 93 ülke arasında 90. Sırada olduğunun görülmesi ise kaygı verici bir durumdur (Gürses, 2009). Kadınların kamu kurumlarındaki çalışanlar arasındaki oranı düşüktür ve yönetim kademelerinde üst basamaklara çıkıldıkça kadınların oranı daha fazla düşmektedir (Sancar, 2008). Kadının toplumsal cinsiyet rollerinin değişmesi ve toplumsal yapı içindeki statüsünün iyileştirilmesinin ise zaman alacağı belirtilmektedir (Yılmaz, 2013).

Literatürde toplumsal cinsiyet konusunda yapılan çok sayıda çalışma bulunmakla birlikte; açıkça görülen ve görülemeyen olumsuz sonuçları olan toplumsal cinsiyet, farklı yönleri ve boyutlarıyla araştırılması gereken bir konudur. Bu çalışmada daha önce yapılan çalışmalardan farklı bir istatistiksel analiz olan 'kümeleme analizi' (segmentasyon) uygulanması amaçlanmıştır. Kümeleme analizinde amaç, birey veya nesnelerin temel özelliklerini dikkate alarak onları gruplandırmaktır. Bu gruplarda yer alan kişilerin benzeyen ve benzemeyen özelliklerini ortaya koyan kümeleme analizinin farklı düşüncelere sahip olan kişilerin ve grupların özelliklerini ortaya koyması açısından da tercih edilebilecek bir analiz çeşidi olduğu söylenebilir (Kalaycı ve ark., 2006). Bu bağlamda kümeleme analizinin grupların sahip olduğu ortak özellikleri ortaya koyması açısından da önemli olduğu düşünülmektedir. Böylelikle grupların benzemeyen özelliklerinden yola çıkarak bazı tutum, davranış ve alışkanlıkları üzerinde hangi değişkenlerin etkili olabileceği konusunda daha net çözümlere ulaşılması sağlanabilir.

Literatür taraması

Toplumsal cinsiyet, kişinin cinsiyetiyle ilgili bilgiye göre kendisi için toplum tarafından belirlenen ve kişinin gerçekleştirilmesi beklenen rollere işaret etmektedir (Vatandaş, 2007). Kadın ve erkeğe ait toplumsal roller, sosyo-kültürel değerler üzerine inşa edilmektedir (Saraç, 2013). Toplumsal cinsiyet yaklaşımına göre ise toplumsal cinsiyet rolleri durağan veya birleşik olmayıp, içinde bulunduğu dönemin kalıpları içinde sürekli bir devinim göstermektedir (Çakır, 2008). Bu toplumsal roller, sadece biyolojik farklılıkla ilgili değildir. Toplumsal cinsiyetin kadın ve erkek olmakla ilgili biyolojik bir farklılığın ötesinde bir kavram olduğu konusunda 1972 yılında Ann Oakley'in yaklaşımı 'erkek' ve 'erkeklik' ile 'kadın' ve 'kadınlık' kavramları arasında bir çizgi çekmektedir. Kadın ve erkek olma durumu biyolojik farklılıktır; ancak kadınlık ve erkeklik toplumsal eşitsizlikten dolayı ortaya çıkmaktadır (Vatandaş, 2007). Bu bağlamda toplumsal cinsiyet yaklaşımının somut ve tarihsel bir maddi temeli olduğu söylenebilir. Bu nedenle toplumsal cinsiyet rollerinin içinde olduğu farklı tarihsel ve toplumsal bağlam içinde ele alınması gerekmektedir. Feminist yaklaşıma göre kapitalizm, cinsiyet rollerinin belirginleşmesine katkıda bulunmuştur. Tek suçlu kapitalizm olmasa da ücretli emek düzeni altında gelişen büyük ölçekli üretimle, ev ile iş yeri iyice ayrılmıştır. Uzmanlaşmanın ve hiyerarşinin artmasına neden olan kapitalizm, kadın ve erkek rollerinin daha belirgin hale gelmesine neden olmuştur (Çakır, 2008). Bu sorunu aşmak için kadının politik katılımına ve karar verme mekanizması içinde yer alması gerektiğine dikkat çekilmektedir (Ayata ve Ergün, 1998; Çakır, 2008). Ancak Türkiye'de bu koşulun sağlandığını söylemek zordur. Cumhuriyetin kuruluşundan sonra 18 kadının parlamentoda yer alması o güne kadar görülmemiş bir durum olsa da bu değişimin ivmesi maalesef sürmemiş, hatta zaman zaman gerilemiştir (Ayata ve Ergün, 1998; Ayata ve Tütüncü, 2008; Sancar, 2008; Altındal, 2009). 1990'lı yıllarda batıdaki kadın hareketlerinin etkisiyle Türkiye'de de kadınların taleplerini daha fazla dile getirdiği görülmüştür (Ayata, 1997). Ancak ilerleyen dönemde bu taleplerinin ne kadarının karşılık bulduğu tartışmaya açık bir konu olarak varlığını sürdürmektedir.

Cinsiyetin biyolojik ve toplumsal olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Biyolojik cinsiyet, fizyolojik özelliklerin ortaya çıkardığı farklılaşmadır. Toplumsal boyutu açısından bakıldığında ise cinsiyetle ilgili

rollerin toplum tarafından inşa edildiği görülmektedir. Bu durum, bebeklikte seçilen kıyafetlerin rengiyle başlamakta ve ömür boyu sürmektedir (Vatandaş, 2007). Altındal'a (2009) göre kamusal alan, daha çok erkeklere ayrılmakta; kadın özel alan sınırları içine hapsedilmektedir. Bu konudaki görüşlerini detaylandıran Altındal konuyu şu şekilde ifade etmektedir: '*Cinsiyetçi anlayışa göre, kadınlar doğaları gereği erkekleri baştan çıkaran bir nesnedirler ve ancak evde rasyonel birey ile eş tutulan erkek cinsiyetinin boyunduruğu altına girmeleri halinde denetim altına alınabilirler. Böylece kadınlar, kocalarına itaat eden 'iyi eşler' olarak görevlerini yerine getirmenin yanında, ileride kahraman olacağına inan/dır/ılan oğullar doğurduklarında 'iffetli anneler' olarak yüceltileceklerdir. Erkek çocuk doğurmayan veya hiç çocuğu olmayan kadın ise, iyi eş olma görevinde ne kadar başarılı olursa olsun, boşanmaya veya ikinci ve nikâhsız bir kadının kuma olarak eve getirilmesine razı olmaya zorlanacaktır.*' Öyle ki erkek çocuk doğuramayan kadının ikinci bir eşi sessizce kabul etmekten başka bir çaresi de maalesef bulunmamaktadır. Cinsiyetçi roller kadının hayatında o kadar çok etkili olmaktadır ki hapsedildiği ev ortamında huzurlu bir şekilde yaşamasını bile mümkün kılmamaktadır (Altındal, 2009). Bu durumun nedeni ise kadının, denetimi altında olduğu erkeğin duygu ve düşüncelerinin sınırları içinde mahkum olmasıdır.

Toplumsal cinsiyet konusunda söylenmiş sözlerden birisi de Simone de Beauvoir'a aittir: 'Kadın olarak doğulmaz, kadın olunur'. Bu durum erkekler için de geçerli olup, kadınları 'ev', erkekleri de 'iş' yaşamıyla sınırlandıran bir anlayışa gönderme yapmaktadır. Bu yaklaşım, toplumsallaşma sürecinde, doğal bir durummuş gibi yansıtılarak kişilerin bu rolleri benimsemesi sağlanmaktadır (Gümüsoğlu, 2008). Örneğin kadınlar için sadece ev içinde yaptıkları işlerle benzerlik gösterebilecek işler ve meslekler uygun görülmektedir. Bu bağlamda kadınlar için uygun görülen meslekler öğretmenlik, sekreterlik ve hemşirelik gibi mesleklerle sınırlı kalabilmektedir (Altındal, 2017). Aslında toplumsal cinsiyet tek bir nedene bağlı olarak değil, bir etkileşim sonucunda ortaya çıkmaktadır. Cinsiyet hiyerarşisinin ortaya çıkmasına neden olan görünmez bir el, cinsiyetle ilişkilendirilebilecek bütün sosyo-ekonomik süreçleri etkisi altına almaktadır (Ridgeway, 1997). Eğitimde fırsat eşitsizliğinin kadınların aleyhine derinleştiğinin görülmesi bu görünmez elin ne kadar çok sayıda değişkenle ilişkili olduğunu bir kanıtı olarak değerlendirilmelidir (Gürses, 2009). Ayrıca eğitim alamayan kadınların yaptığı iş daha zor olsa da bu kadınlar, erkeklerden daha düşük ücret almak zorunda kalmaktadır. Örneğin bir sekreterin yaptığı iş daha fazla bilgi ve donanım gerektirse de posta dağıtım şoförlüğü yapan bir erkeğin aldığı ücretten daha düşük olmaktadır. Ayrıca kadınlar düşük eğitim seviyesi nedeniyle daha uzun çalışma sürelerine maruz kalabilmektedir. Bu durum, onların üstlendikleri toplumsal cinsiyet rollerinin de katkısıyla '*süper kadın*' olarak davranmalarına yol açmaktadır. Mesleklerini icra ederken sessiz ve sinik bir şekilde davranmak zorunda kalmaları da kadınların karşı karşıya kaldıkları diğer zorluklar arasında yer almaktadır (Altındal, 2017).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği pek çok olumsuz sonucun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Örneğin; toplumsal cinsiyet eşitsizliği ile depresyon görülme sıklığının artması arasındaki ilişki bu eşitsizliğin sağlık üzerindeki olumsuz etkisi konusunda bir kanıt olsa da, henüz ortaya çıkarılmamış başka olumsuz etkilerin de olduğu düşünülmektedir (Bracke ve ark., 2020). Bu nedenle toplumsal cinsiyet eşitsizliğini azaltmaya ve hatta ortadan kaldırmaya yönelik tedbirlerin alınması önemlidir. Bu çalışmada toplum sağlığı üzerinde bile etkileri olan toplumsal cinsiyet eşitsizliğine neden olabilecek faktörlerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Demografik değişkenler açısından eşitsizlik algısının nasıl değiştiğini daha somut kanıtlarla ortaya koymayı amaçlayan kümeleme analizi ile elde edilen bulguların yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Çalışma, anket formunun sosyal medya kanallarında paylaşılması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Kesitsel tipte tanımlayıcı bir araştırma olarak tasarlanan çalışma, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Etik Kurulu kararı ile gerçekleştirilmiştir (2019/2). Araştırma kapsamında 145 katılımcının görüşleri elektronik form aracılığıyla alınmış, eksik veriler ve uç değerler çıkarılarak 138 katılımcının yanıtları ile analizler gerçekleştirilmiştir. Analizler için IBM Microsoft SPSS 24.0 kullanılmıştır. Anket formunda yer alan ifadeler literatür bilgisiyle, odak grup görüşmesi ile uzman görüşü alınarak oluşturulmuştur. Özgün bir araştırma olması amaçlanan bu çalışma için literatürde cinsiyet rolleri konusunda yapılan çalışmalarda kullanılan ölçeklerden farklı bir ölçek oluşturulması amaçlanmıştır. Pilot çalışma sonrası uygulanan ölçme aracında yer alan ifade sayısının en az beş katı olması gereken katılımcı sayısına ulaşılmış olması dolayısıyla uygun olduğu düşünülmektedir. Ayrıca elde edilen açıklayıcılık ve güvenilirlik değerlerinin

de uygun olduğu saptanmıştır. İfadelerin içinde ters ifade olmaması dolayısıyla analiz öncesi dönüştürme yapılmamıştır. Katılımcıların ölçekteki 19 ifadeye bakış açısı 7’li Likert Ölçeği ile saptanmıştır (1: kesinlikle yanlış, 7: kesinlikle doğru). Analizin tutarlılığını artırmak amacıyla ‘kesinlikle yanlış’ ‘yanlış’ ifadeleri ‘yanlış’ adı altında değerlendirmeye alınmış ancak ‘kısmen yanlış’ ifadesi bu kategoriye dahil edilmemiştir. Bu ifadenin dahil edilmemesinin nedeni katılımcıların verdiği yanıtlarla ilgili daha net ve doğru sayılabilecek bulgulara ulaşmaktır. Veri, önce faktör analiziyle faktörlere ayrılmış, daha sonra kümeleme analizine geçilmiştir. Ölçeği oluşturan 19 ifade faktör analizi ile gruplandırılmış; dört faktör elde edilmiştir. Analiz sonucunda oluşan faktörler, kümeleme (segmentasyon/cluster) analizinin değişkenlerini oluşturmaktadır. Çünkü 19 değişken, kümeleme analizi için fazladır ve analizin güvenilirliği bakımından uygun değildir. Bu nedenle dört faktörün yüklerinden oluşan dört değişken ile kümeleme analizi uygulanarak katılımcılar kümelerine ayrılmıştır. Kümeleme analizi yapılırken, araştırmada gözlenen ve ölçülen tüm değişkenler üzerindeki değerleri hesaplanarak kümeler ve gruplar oluşturulmaktadır. Bu kümeler ve gruplar aralarındaki uzaklık ölçüleri, korelasyon ve nitelik verileri ile ortaya çıkmaktadır (Kalaycı ve ark., 2006). Kümeleri oluşturan nedenleri saptamak üzere cinsiyet, öğrenim durumu gibi tüm demografik değişkenlerin her biri için ayrı ayrı olmak üzere faktörleri oluşturan bütün ifadeler için karşılaştırma yapılmıştır. Bu karşılaştırmalarda ise Pearson Chi-Square Analizi kullanılarak elde edilen sonuçlar ilgili tablolarda sunulmuştur.

Bulgular ve tartışma

Araştırmaya katılan 138 bireyin %61’i kadın, %48’i 36-45 yaş aralığında, %43,3’ü lisans mezunu ve %77,8’i evli, %44,9’u aylık aile geliri 2.501-5.000 TL arasında ve %44,9’u A grubu izleyici olarak tanımlanmıştır.

Tablo 1: Demografik özellikler

n=138		n	%
Cinsiyet	Kadın	84	61,00%
	Erkek	54	39,00%
Yaş Grupları	18-25	18	12,80%
	26-35	35	25,60%
	36-45	66	48,00%
	>45	19	13,60%
Öğrenim Durumu	İlköğretim / Lise	33	24,60%
	Önlisans	20	14,20%
	Lisans	59	43,30%
	Yüksek Lisans / Doktora	25	17,90%
Medeni Durum	Evli	107	77,80%
	Bekar	31	22,20%
Ailenin aylık geliri (TL)	<2.500 TL	35	25,2%
	2.501-5.000 TL	62	44,9%
	>5.000 TL	41	29,9%
Televizyon Programı Tercihleri*	A	62	44,9%
	B	44	31,9%
	C	32	23,2%

*: Program tercihleriyle ilgili gruplandırmalar alınan yanıtlara göre yapılmıştır. A grubu olarak değerlendirilen katılımcılar haber, belgesel ve tartışma programı gibi tercihlerde bulunanları kapsamaktadır. B grubundaki katılımcılar kadın programları ve dizi ağırlıklı tercih yapmaktadır. C grubundaki katılımcılar ise spor ve yarışma programı gibi tercihlerde bulduklarını belirtmişlerdir.

Ölçeği oluşturan 19 ifade için yapılan faktör analizi sonucunda oluşan faktörler; “ekonomik erkek üstünlüğü”, “kadının ekonomik statüsü”, “sosyal kadın dezavantajı” ve “sosyal erkek üstünlüğü”, şeklinde isimlendirilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2: Faktör analizi sonuçları

	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik (%)
Ekonomik Erkek Üstünlüğü	15,6	82
Kadının Ekonomik Statüsü	10,3	82
Sosyal Kadın Dezavantajı	16,8	85
Sosyal Erkek Üstünlüğü	25,7	90
Toplam	68,5	91
	KMO	0,89
	Bartlett Küresellik Testi	1736,06
	<i>p</i>	0,0001

Faktör analizi sonucunda her faktörün ve ölçeğin toplam güvenilirlik değerleri ile açıklayıcılıkları görülmektedir (Tablo 2). Bu faktörlerle daha sonra yapılan kümeleme analizinin değişkenleri oluşturulmuştur (Tablo 3).

Tablo 3: Kümeleme analizi sonuçları*

	Faktör Adı (Önem Oranı)
Modele katılan faktörler: (Faktörün model içindeki önemi)	Ekonomik erkek üstünlüğü (%100)
	Kadın ekonomik statüsü (%90)
	Sosyal kadın dezavantajı (%72)
	Sosyal erkek üstünlüğü (%49)
Küme Sayısı:	2
Küme 1	%45 (62)
Küme 2	%55 (76)

***Yöntem:** Kümeleme Analizi; **Algoritma:** Two Step; **Kümeleme Kalitesi:** 0,60.

Dört faktörün yüklerinden oluşan dört değişken ile kümeleme analizi (segmentasyon) uygulanarak katılımcılar kümelere ayrılmıştır. Analizin ayırma gücü (kümeleme kalitesi) %60'tır ve zor ulaşılır bir seviye olması nedeniyle oldukça güçlü olduğu söylenebilir. Modele katılan faktörlerden ilk üçünün model içindeki öneminin yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca 'sosyal erkek üstünlüğü' nün önemi diğer faktörlere göre daha az olmakla birlikte, bu faktörün küme oluşumundaki gücü, bu faktörü önemli hale getirmektedir (Tablo 3).

Tablo 4: Kümeleri tanımlayan demografik özellikler

n=138		Kümeler		<i>p</i>
		Küme 1 (n=62 ; %45) % (n)	Küme 2 (n=76 ; %55) % (n)	
Cinsiyet	Kadın	44,30% (27)	74,70% (57)	0,001
	Erkek	55,70% (35)	25,30% (19)	
Öğrenim Durumu	Lise ve daha az	37,70% (23)	13,70% (10)	0,015
	Önlisans	11,50% (7)	16,40% (13)	
	Lisans ve Lisans üstü	50,80% (32)	69,90% (53)	
Ailenin Aylık Geliri	≤ 5000 TL	43,30% (27)	30,70% (23)	0,042
	> 5000 TL	56,70% (35)	69,30% (53)	
Televizyon Programı Tercihleri**	A	35,5% (22)	52,6% (40)	0,019
	B	30,6% (19)	32,9% (25)	
	C	33,9% (21)	14,5% (11)	

*: Pearson Chi-Square

** : Program tercihleriyle ilgili gruplandırmalar alınan yanıtlara göre yapılmıştır. A grubu olarak değerlendirilen katılımcılar haber, belgesel ve tartışma programı gibi tercihlerde bulunanları kapsamaktadır. B grubundaki katılımcılar kadın programları ve dizi ağırlıklı tercih yapmaktadır. C grubundaki katılımcılar ise spor ve yarışma programı gibi tercihlerde bulduklarını belirtmişlerdir.

Küme 1’de cinsiyet dağılımı eşit varsayılacak kadar birbirine yakınken, Küme 2 de kadınlar (%75) çoğunluktadır. Öğrenim durumu incelendiğinde lise ve daha az öğrenim görmüş olanların Küme 1’de daha fazladır (%38). Lisans veya lisansüstü mezunu katılımcılar Küme 2’de daha çok olup (%70), Küme 1’e (%51) göre çoğunluktadır ve bu durum istatistiksel olarak anlamlıdır ($p=0,001$). Küme 1’in yarısının yükseköğrenim görmüş olması, kadın ve erkek oranının daha dengeli olması dikkat çekmektedir. Küme 1’deki kadın grubunun %41’i, Küme 2’de ise yalnız %11’i lise veya ilköğretim mezunu (%0,0001) iken; bu durum erkekler için Küme 1’de %35, Küme 2’de %21 olup anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (%0,001). Küme 2’de kadınların %74’ü, erkeklerin ise %58’i yükseköğrenim görmüş katılımcılardır. Ailenin aylık geliri (%69) ve en çok izlenen TV programlarının seviyesi Küme 2’de ($A=53\%$) daha yüksektir. Kümelerin ayrışmasında asıl cinsiyet ve öğrenim durumunun etkili olduğu ve gelir düzeyi ile izlenen TV programlarının seviyesinin öğrenim düzeyine bağlı olduğu görülmektedir. Çünkü gelir düzeyinin ve izlenen TV programlarının seviyesinin öğrenim düzeyi ile ilişkisi istatistiksel olarak anlamlıdır (Pearson Korelasyon $p=0,001$). Kümelerde yaş ($p>0,05$), medeni durum ($p>0,05$), ve çocuk sahibi olma ($p>0,05$), durumlarına göre bir farklılaşma gözlenmemiştir.

Tablo 5: Kümelere göre ifadelerin “yanlış” olduğunu düşünme oranları

Faktörler*	İfadeler	İfadelere Katılmama Oranı				p***
		Tüm grup	Kümeler**		Kümeler Arası Fark	
			1 (%45) (62)	2 (%55) (76)		
Ekonomik Erkek Üstünlüğü	Erkeklerin çalışma yaşamı içinde olması kadınların çalışma yaşamı içinde olmasından daha önemlidir.	45,7%	8,1%	76,3%	68,3%	0,0001
	Ailenin reisi erkek olmalıdır.	48,6%	14,5%	76,3%	61,8%	0,0001
	Ailenin geçimiyle ilgili maddi sorumluluk erkeğe aittir.	42,8%	14,5%	65,8%	51,3%	0,0001
	Siyasette daha çok erkeklerin yer alması gerektiğini düşünüyorum.	73,2%	46,8%	94,7%	48,0%	0,0001
Kadının Ekonomik Statüsü	Eşinin geliri aile geçimi için yeterliyse kadının çalışmasına gerek yoktur.	56,5%	19,4%	86,8%	67,5%	0,0001
	Kadının çalışması iş yükünü artırdığı için çalışmaması gerektiğini düşünüyorum.	59,4%	24,2%	88,2%	64,0%	0,0001
Sosyal Kadın Dezavantajı	Kadınların gece sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	66,7%	35,5%	92,1%	56,6%	0,0001
	Kadının çalışması için eşinden izin alması gerektiğini düşünüyorum.	66,7%	37,1%	90,8%	53,7%	0,0001
	Çocuk bakımı tamamen kadının sorumluluğunda olmalıdır.	69,6%	40,3%	93,4%	53,1%	0,0001
	Kadının en önemli görevi ailesiyle ilgilenmek olmalıdır.	52,2%	24,2%	75,0%	50,8%	0,0001
	Dul boşanmış veya eşi ölmüş kadınların yalnız yaşamaları doğru değildir.	81,9%	61,3%	98,7%	37,4%	0,0001
Sosyal Erkek Üstünlüğü	Aileden kalan miras konusunda erkeğin daha fazla hak sahibi olması gerektiğini düşünüyorum.	79,0%	54,8%	98,7%	43,8%	0,0001
	Aynı statüde çalışan kadın ve erkek için terfi önceliği erkeğe verilmelidir.	83,3%	64,5%	98,7%	34,2%	0,0001
	Kadın erkekten şiddet görüyorsa bu durumu saklamalıdır.	84,8%	67,7%	98,7%	30,9%	0,0001
	Ailenin ekonomik durumu iyi değilse, sadece erkeklerin okutulması gerektiğini düşünüyorum.	84,8%	69,4%	97,4%	28,0%	0,0001
	Bir erkek çocuğa sahip olmak benim için kız çocuğa sahip olmaktan daha önemlidir.	78,3%	62,9%	90,8%	27,9%	0,0001
	Kadınların gündüz sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	87,7%	72,6%	100%	27,4%	0,0001
	Evli bir erkeğin eşini aldatması normaldir.	90,6%	79,0%	100%	21,0%	0,001
	Kadın hak ediyorsa erkek şiddet uygulayabilir.	89,9%	79,0%	98,7%	19,7%	0,005

*:Faktör Analizi

** :Cluster Analizi

***:Pearson Chi-Square

Kümeleler arası farklılıklar değerlendirildiğinde çoğunluğu öğrenim düzeyi yüksek bireylerden ve kadınlardan oluşan Küme 2’de yer alan katılımcıların ekonomik erkek üstünlüğüne, kadının ekonomik statüsünün önemsenmemesine, sosyal kadın dezavantajına, sosyal erkek üstünlüğüne ilişkin olumsuz bakış açısına Küme 1’den daha çok karşı çıkmaktadır. Küme 1’de en çok yanlış bulunan durumun ise sosyal erkek üstünlüğüne ilişkin olduğu görülmektedir. Sosyal erkek üstünlüğü, aralarında istatistiksel olarak önemli fark olmasına karşın aynı zamanda her iki kümenin de en üst düzeyde karşı olduğu bir durum olarak dikkat çekmektedir.

Tablo 6: Kadınlardan açısından ifadelerin “yanlış” olduğunu düşünme oranları

Faktörler*	İfadeler	Yanlış Bulma Oranı			p***
		Kümeler**		Kümeler Arası Fark	
		1 (%32) (27)	2 (%68) (57)		
Ekonomik Erkek Üstünlüğü	Erkeklerin çalışma yaşamı içinde olması kadınların çalışma yaşamı içinde olmasından daha önemlidir.	11,1%	76,8%	65,7%	0,0001
	Ailenin reisi erkek olmalıdır.	22,2%	87,5%	65,3%	0,0001
	Ailenin geçimiyle ilgili maddi sorumluluk erkeğe aittir.	18,5%	69,6%	51,1%	0,0001
	Siyasette daha çok erkeklerin yer alması gerektiğini düşünüyorum.	70,4%	92,9%	22,5%	0,0255
Kadının Ekonomik Statüsü	Eşinin geliri aile geçimi için yeterliyse kadının çalışmasına gerek yoktur.	14,8%	89,3%	74,5%	0,0001
	Kadının çalışması iş yükünü artırdığı için çalışmaması gerektiğini düşünüyorum.	29,6%	91,1%	61,4%	0,0001
Sosyal Kadın Dezavantajı	Kadınların gece sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	51,9%	98,2%	46,4%	0,0001
	Kadının çalışması için eşinden izin alması gerektiğini düşünüyorum.	44,4%	94,6%	50,2%	0,0001
	Çocuk bakımı tamamen kadının sorumluluğunda olmalıdır.	63,0%	98,2%	35,3%	0,0001
	Kadının en önemli görevi ailesiyle ilgilenmek olmalıdır.	25,9%	78,6%	52,6%	0,0001
	Dul boşanmış veya eşi ölmüş kadınların yalnız yaşaması doğru değildir.	70,4%	98,2%	27,8%	0,0025
Sosyal Erkek Üstünlüğü	Aileden kalan miras konusunda erkeğin daha fazla hak sahibi olması gerektiğini düşünüyorum.	55,6%	98,2%	42,7%	0,0001
	Aynı statüde çalışan kadın ve erkek için terfi önceliği erkeğe verilmelidir.	66,7%	98,2%	31,5%	0,0015
	Kadın erkekten şiddet görüyorsa bu durumu saklamalıdır.	74,1%	98,2%	24,1%	0,0051
	Ailenin ekonomik durumu iyi değilse sadece erkeklerin okutulması gerektiğini düşünüyorum.	70,4%	98,2%	27,8%	0,0035
	Bir erkek çocuğa sahip olmak benim için kız çocuğa sahip olmaktan daha önemlidir.	70,4%	92,9%	22,5%	0,0027
	Kadınların gündüz sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	77,8%	100,0%	22,2%	0,0038
	Evli bir erkeğin eşini aldatması normaldir.	85,2%	100,0%	14,8%	0,0333
	Kadın hak ediyorsa erkek şiddet uygulayabilir.	85,2%	98,2%	13,0%	0,0775

*:Faktör Analizi

** :Cluster Analizi

***:Pearson Chi-Square

Kadınlar kümelerine göre karşılaştırıldığında en büyük farkın kadının ekonomik statüsü boyutunda ortaya çıktığı görülmektedir. Ekonomik erkek statüsü farkın en yüksek olduğu ikinci boyuttur. Bu bulgulardan yola çıkarak Küme 2’de yer alan kadınların Küme 1’de yer alan kadınlara göre ekonomik süreçlerde kadının rol alması gerektiği konusunda çok daha farklı düşündüğü sonucuna ulaşılmaktadır. Neredeyse bütün ifadelerde her iki kümedeki kadınlara ait görüşler anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Her iki kümede yer alan erkekler açısından farklılaşmanın bu kadar fazla olmaması da önemli bir bulgu olarak değerlendirilebilir (Tablo 7). Görüş ayrılığı farkının azaldığı tek ifade kadına şiddet uygulanması ile ilgilidir. Bu ifade her iki küme için ayırıcı ve görüşlerin anlamlı bir şekilde farklılaştığı faktör içinde yer alsa da (Tablo 5) hem kadınların (Tablo 6) hem de erkeklerin (Tablo 7) çoğunlukla ve yakın oranlarda yanlış bulmaları önemli bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Yani bu görüşün kümeler arasında farklılaşmaya neden olması konusunda cinsiyetin değil düşük öğrenim düzeyine sahip olmanın belirleyici olduğu söylenebilir (Tablo 8).

Tablo 7: Erkekler açısından ifadelerin “yanlış” olduğunu düşünme oranları

Faktörler*	İfadeler	Yanlış Bulma Oranı			p***
		Kümelere**		Kümelere Arası Fark	
		1 (%65) (35)	2 (%35) (19)		
Ekonomik Erkek Üstünlüğü	Erkeklerin çalışma yaşamı içinde olması kadınların çalışma yaşamı içinde olmasından daha önemlidir.	5,9%	73,7%	67,8%	0,0001
	Ailenin reisi erkek olmalıdır.	5,9%	42,1%	36,2%	0,0014
	Ailenin geçimiyle ilgili maddi sorumluluk erkeğe aittir.	8,8%	52,6%	43,8%	0,0028
	Siyasette daha çok erkeklerin yer alması gerektiğini düşünüyorum.	26,5%	100,0%	73,5%	0,0255
Kadının Ekonomik Statüsü	Eşinin geliri aile geçimi için yeterliyse kadının çalışmasına gerek yoktur.	23,5%	84,2%	60,7%	0,0001
	Kadının çalışması iş yükünü artırdığı için çalışmaması gerektiğini düşünüyorum.	20,6%	84,2%	63,6%	0,0001
Sosyal Kadın Dezavantajı	Kadınların gece sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	23,5%	73,7%	50,2%	0,0037
	Kadının çalışması için eşinden izin alması gerektiğini düşünüyorum.	32,4%	78,9%	46,6%	0,0113
	Çocuk bakımı tamamen kadının sorumluluğunda olmalıdır.	20,6%	78,9%	58,4%	0,0011
	Kadının en önemli görevi ailesiyle ilgilenmek olmalıdır.	23,5%	63,2%	39,6%	0,0286
	Dul boşanmış veya eşi ölmüş kadınların yalnız yaşaması doğru değildir.	52,9%	100,0%	47,1%	0,0122
Sosyal Erkek Üstünlüğü	Aileden kalan miras konusunda erkeğin daha fazla hak sahibi olması gerektiğini düşünüyorum.	52,9%	100,0%	47,1%	0,0122
	Aynı statüde çalışan kadın ve erkek için terfi önceliği erkeğe verilmelidir.	61,8%	100,0%	38,2%	0,0472
	Kadın erkekten şiddet görüyorsa bu durumu saklamalıdır.	61,8%	100,0%	38,2%	0,0472
	Ailenin ekonomik durumu iyi değilse sadece erkeklerin okutulması gerektiğini düşünüyorum.	67,6%	94,7%	27,1%	0,1402
	Bir erkek çocuğa sahip olmak benim için kız çocuğa sahip olmaktan daha önemlidir.	55,9%	84,2%	28,3%	0,1374
	Kadınların gündüz sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	67,6%	100,0%	32,4%	0,1008
	Evli bir erkeğin eşini aldatması normaldir.	73,5%	100,0%	26,5%	0,1948
	Kadın hak ediyorsa erkek şiddet uygulayabilir.	73,5%	100,0%	26,5%	0,1948

*:Faktör Analizi

**.:Cluster Analizi

***.:Pearson Chi-Square

Her iki kümede de erkekler arasında görülen görüş farklılığının kadınlar arasında görülen görüş farklılıkları kadar derin olmadığı açıktır (Tablo 7). Ekonomik süreçlerle ilgili farklılaşmaların kadınlarda olduğu gibi, her iki küme için erkeklerde de geçerlidir. Sosyal erkek üstünlüğü boyutu altında yer alan ifadelerde, kadınlarda olduğu kadar anlamlı farklılaşma olmadığı görülmektedir. Bu durum kadınların bu konuda daha dezavantajlı olması dolayısıyla erkeğin sosyal statüsünü farklı algılaması ile açıklanabilir.

Tablo 8: Öğrenim düzeyi açısından ifadelerin “yanlış” olduğunu düşünme oranları (lise ve altı)

Faktörler*	İfadeler	Yanlış Bulma Oranı			p***
		Küme**		Fark	
		1 (%70) (23)	2 (%30) (10)		
Ekonomik Erkek Üstünlüğü	Erkeklerin çalışma yaşamı içinde olması kadınların çalışma yaşamı içinde olmasından daha önemlidir.	13,0%	90,0%	77,0%	0,0005
	Ailenin reisi erkek olmalıdır.	17,4%	70,0%	52,6%	0,0055
	Ailenin geçimiyle ilgili maddi sorumluluk erkeğe aittir.	17,4%	70,0%	52,6%	0,0055
	Siyasette daha çok erkeklerin yer alması gerektiğini düşünüyorum.	43,5%	100,0%	56,5%	0,0052
Kadının Ekonomik Statüsü	Eşinin geliri aile geçimi için yeterliyse kadının çalışmasına gerek yoktur.	21,7%	90,0%	68,3%	0,0039
	Kadının çalışması iş yükünü artırdığı için çalışmaması gerektiğini düşünüyorum.	21,7%	90,0%	68,3%	0,0065
Sosyal Kadın Dezavantajı	Kadınların gece sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	26,1%	90,0%	63,9%	0,0018
	Kadının çalışması için eşinden izin alması gerektiğini düşünüyorum.	30,4%	70,0%	39,6%	0,0250
	Çocuk bakımı tamamen kadının sorumluluğunda olmalıdır.	26,1%	80,0%	53,9%	0,0048
	Kadının en önemli görevi ailesiyle ilgilenmek olmalıdır.	26,1%	60,0%	33,9%	0,0356
	Dul boşanmış veya eşi ölmüş kadınların yalnız yaşaması doğru değildir.	52,2%	100,0%	47,8%	0,0142
Sosyal Erkek Üstünlüğü	Aileden kalan miras konusunda erkeğin daha fazla hak sahibi olması gerektiğini düşünüyorum.	47,8%	100,0%	52,2%	0,0056
	Aynı statüde çalışan kadın ve erkek için terfi önceliği erkeğe verilmelidir.	60,9%	100,0%	39,1%	0,0250
	Kadın erkekten şiddet görüyorsa bu durumu saklamalıdır.	65,2%	100,0%	34,8%	0,0331
	Ailenin ekonomik durumu iyi değilse sadece erkeklerin okutulması gerektiğini düşünüyorum.	60,9%	100,0%	39,1%	0,0250
	Bir erkek çocuğa sahip olmak benim için kız çocuğa sahip olmaktan daha önemlidir.	47,8%	100,0%	52,2%	0,0056
	Kadınların gündüz sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	56,5%	100,0%	43,5%	0,0182
	Evli bir erkeğin eşini aldatması normaldir.	69,6%	100,0%	30,4%	0,0476
	Kadın hak ediyorsa erkek şiddet uygulayabilir.	69,6%	100,0%	30,4%	0,0476

*:Faktör Analizi

** :Cluster Analizi

***:Pearson Chi-Square

Lise ve altı öğrenim düzeyine sahip katılımcılar da cinsiyette olduğu gibi en fazla ekonomik süreçlerle ilgili farklı görüş belirtilmektedir. Sosyal süreçlerde kadın ve erkeğin statüsü konusunda öğrenim düzeyinin cinsiyete göre daha derin bir görüş ayrılığı ortaya çıkardığı görülmektedir. Öğrenim düzeyinin, şiddet konusunda bile anlamlı bir farklılaşmaya neden olması, önemli bir bulgu olarak değerlendirilmiştir. İki küme arasında bütün ifadelerde farklılaşmaya neden olması düşük öğrenim düzeyinin, toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusundaki algıyı ne kadar etkilediğini açıkça ortaya koymaktadır. Sosyal erkek üstünlüğü konusunda Küme 2'nin bütün ifadelerde neredeyse tamamının karşı çıktığı görülmektedir. Bu boyut aynı zamanda Küme 1'in en fazla karşı çıktığı boyut olmuştur.

Tablo 9: Öğrenim düzeyi açısından ifadelerin “yanlış” olduğunu düşünme oranları (lisans ve üstü)

Faktörler*	İfadeler	Yanlış Bulma Oranı			p***
		Kümeler**		Fark	
		1 (%38) (32)	2 (%62) (53)		
Ekonomik Erkek Üstünlüğü	Erkeklerin çalışma yaşamı içinde olması kadınların çalışma yaşamı içinde olmasından daha önemlidir.	6,3%	69,8%	63,6%	0,0001
	Ailenin reisi erkek olmalıdır.	12,5%	77,4%	64,9%	0,0001
	Ailenin geçimiyle ilgili maddi sorumluluk erkeğe aittir.	12,5%	66,0%	53,5%	0,0001
	Siyasette daha çok erkeklerin yer alması gerektiğini düşünüyorum.	53,1%	92,5%	39,3%	0,0011
Kadının Ekonomik Statüsü	Eşinin geliri aile geçimi için yeterliyse kadının çalışmasına gerek yoktur.	21,9%	84,9%	63,0%	0,0001
	Kadının çalışması iş yükünü artırdığı için çalışmaması gerektiğini düşünüyorum.	28,1%	86,8%	58,7%	0,0001
Sosyal Kadın Dezavantajı	Kadınların gece sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	43,8%	92,5%	48,7%	0,0001
	Kadının çalışması için eşinden izin alması gerektiğini düşünüyorum.	43,8%	92,5%	48,7%	0,0001
	Çocuk bakımı tamamen kadının sorumluluğunda olmalıdır.	50,0%	94,3%	44,3%	0,0001
	Kadının en önemli görevi ailesiyle ilgilenmek olmalıdır.	21,9%	73,6%	51,7%	0,0001
	Dul boşanmış veya eşi ölmüş kadınların yalnız yaşaması doğru değildir.	75,0%	98,1%	23,1%	0,0048
Sosyal Erkek Üstünlüğü	Aileden kalan miras konusunda erkeğin daha fazla hak sahibi olması gerektiğini düşünüyorum.	59,4%	100,0%	40,6%	0,0001
	Aynı statüde çalışan kadın ve erkek için terfi önceliği erkeğe verilmelidir.	68,8%	98,1%	29,4%	0,0036
	Kadın erkekten şiddet görüyorsa bu durumu saklamalıdır.	75,0%	98,1%	23,1%	0,0202
	Ailenin ekonomik durumu iyi değilse sadece erkeklerin okutulması gerektiğini düşünüyorum.	75,0%	96,2%	21,2%	0,0327
	Bir erkek çocuğa sahip olmak benim için kız çocuğa sahip olmaktan daha önemlidir.	78,1%	96,2%	18,1%	0,0097
	Kadınların gündüz sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum.	84,4%	100,0%	15,6%	0,0663
	Evli bir erkeğin eşini aldatması normaldir.	90,6%	100,0%	9,4%	0,1611
	Kadın hak ediyorsa erkek şiddet uygulayabilir.	90,6%	98,1%	7,5%	0,3131

*:Faktör Analizi

** :Cluster Analizi

***:Pearson Chi-Square

Her iki kümede üniversite ve üzeri öğrenim düzeyine sahip olmanın, ekonomik süreçlerle ilgili daha fazla görüş ayrılığına neden olduğu görülmektedir. Düşük öğrenim düzeyinin aksine kadının gece sokağa çıkması, erkeğin eşini aldatması ve kadına şiddet uygulanması yönündeki ifadelerde her iki küme arasındaki görüş ayrılığının anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu durum, öğrenim düzeyinin önemini ortaya koyan başka bir kanıt olarak değerlendirilebilir.

Elde edilen bulguların, literatürde daha önce yapılan çalışmalarla genel olarak uyumlu olduğu söylenebilir. Bu çalışmada elde edilen bulgular, öğrenim düzeyinin toplumsal cinsiyet algısını değiştirdiğini ortaya koymaktadır ve literatürdeki çalışmalarla uyumluluk göstermektedir (Vatandaş, 2007; Günay ve Bener, 2011; Savaş, 2018). Kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusunda daha duyarlı olduğu yönünde elde edilen bulgular da literatürle uyumludur. Yapılan çalışmalarda erkeklerin çalışma ve evlilik/aile yaşamı, toplumsal yaşam konularında kadınlara göre anlamlı bir şekilde daha geleneksel görüşlere sahip olduğu görülmektedir (Refikuluçay ve ark., 2007; Yılmaz ve ark., 2009; Direk, 2017, Savaş, 2018; Daşlı 2019). Bu çalışmalardan bazıları toplumsal cinsiyet algısının bazı alt boyutlarında farklı bulgulara ulaşsa da (Yılmaz ve ark., 2009; Refikuluçay ve ark.) genel olarak kadınların erkeklerden daha eşitlikçi bir yaklaşıma sahip olduğu görülmektedir. Bu yaklaşım, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin varlığı ve kadınlar açısından daha fazla dezavantaj oluşturduğu yönünde bir kanıt olarak değerlendirilebilir. Gelir durumunun da toplumsal cinsiyet eşitliği algısı üzerinde önemli bir etkisi vardır. Literatürde artan gelirin toplumsal cinsiyet eşitsizliği algısını azalttığı yönünde kanıtlar vardır (Savaş, 2018). Çalışmamızda toplumsal cinsiyet algısına göre oluşan iki kümeye bakıldığında, eşitlikçi bir yaklaşımı olan Küme 2'de gelir durumunun daha yüksek olduğu görülmektedir. Literatürde çalışmamızda elde edilen bulgulardan farklı bulgular elde edilen çalışmalar olduğu da görülmektedir. Örneğin; Günay ve Bener'in (2011) çalışması ailede cinsiyet rolleriyle ilgili algının yaşa, eğitim durumuna ve aile gelir düzeyine göre farklılaşmadığını göstermektedir.

Sonuç ve öneriler

Yapılan istatistiksel analizler sonucunda, ifadelere verilen yanıtların kümelere göre büyük ölçüde farklılaştığı görülmüştür. Oluşan iki küme, bazı demografik özellikler açısından anlamlı farklılıklar göstermektedir. Kümelerde yer alan katılımcıların özellikleri değerlendirildiğinde; Küme 1 içinde cinsiyet dağılımı neredeyse eşit, öğrenim düzeyi düşük; Küme 2 ise kadın ve yüksek öğrenim görmüş katılımcıların çoğunlukta olduğu gruplar olarak tanımlanabilir. Kümeleri ayırtıran temel özellikler ise cinsiyet ve öğrenim düzeyidir. Kümeler arasındaki farklılık ifadeler temelinde incelendiğinde, iki küme arasında en büyük farkın saptandığı görüşler şu şekildedir:

- Erkeklerin çalışma yaşamı içinde olması kadınların çalışma yaşamı içinde olmasından daha önemlidir (Fark:%68,3).
- Eşinin geliri aile geçimi için yeterliyse kadının çalışmasına gerek yoktur (Fark:%67,5).
- Kadının çalışması iş yükünü artırdığı için çalışmaması gerektiğini düşünüyorum (Fark:%64,0).
- Ailenin reisi erkek olmalıdır (Fark:%61,8).
- Kadınların gece sokağa yalnız çıkmasını doğru bulmuyorum (Fark:%56,6).
- Kadının çalışması için eşinden izin alması gerektiğini düşünüyorum (Fark:%53,7).
- Çocuk bakımı tamamen kadının sorumluluğunda olmalıdır (Fark:%53,1).
- Kadının en önemli görevi ailesiyle ilgilenmek olmalıdır (Fark:%50,8).
- Siyasette daha çok erkeklerin yer alması gerektiğini düşünüyorum (48,0%).
- Aileden kalan miras konusunda erkeğin daha fazla hak sahibi olması gerektiğini düşünüyorum (Fark:%43,8).

İki küme arasında oluşan bu görüş farklılıkları, iki küme arasında bazı değişkenlere dikkat çekmekte ve bu değişkenlerin cinsiyet ve öğrenim düzeyi olduğu görülmektedir. Özetle, kadınlar ve öğrenim düzeyi yüksek bireyler; kadınların aile içinde, çalışma yaşamında, toplumdaki yerlerinin ve önemlerinin görmezden gelinmesine tepki göstermektedir. Bu sonuç, öğrenim düzeyinin ve kadın olmanın, toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle ilgili algıyı ne kadar değiştirdiğini göstermektedir. Cinsiyet değiştirilemeyecek bir unsur olmakla birlikte, öğrenim düzeyinin artırılması konusunda çalışmalar yapılmasının önemli ve anlamlı katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Özellikle kadınların öğrenilmiş çaresizlikten kurtulmak için öğrenimini devam ettirmesinin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Öğrenim düzeyinin ve toplumsal cinsiyet algısının coğrafi bölgelere göre farklılaştığı göz önünde bulundurulduğunda, bu konuda fırsat eşitliği oluşturmaya yönelik çalışmaların yapılması oldukça önemli hale gelmektedir (Ökten, 2009; Savaş, 2018). Eğitime yapılan yatırımlar sadece toplumsal

cinsiyet eşitsizliğinin azaltılması açısından değil, insani gelişmişlik indeksinde ortaya çıkardığı artış açısından da değerlendirilmesi gereken bir konudur (Gürses, 2009). Türkiye Sanayicileri ve İş Adamları Derneği ile Türkiye Kadın Girişimcileri Derneği tarafından hazırlanan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kaldırılmasına yönelik önerileri içeren raporda; kız çocuklarının ve kadınların tüm eğitim düzey ve türlerinde eşit katılımını sağlayacak özel önlemlerin artırılması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu önlemlerin durumsal bir yaklaşımla oluşturulması gerektiği, aileye bağlı olmayan özendirici bir burs sisteminin, yatılı eğitim yönteminin, yurt dışı burs programlarının, altyapının güçlendirilmesi için toplumsal kalkınma ve mikro kredi projelerinin hayata geçirilmesinin önemli olduğu raporda yer verilen öneriler arasındadır (Ecevit, 2008).

Sosyal erkek üstünlüğü konusunda her iki kümenin de diğer faktörlere göre daha yüksek tepki göstermesi, cinsiyet eşitliği konusunda eşitlikçi bir yaklaşımın habercisi olsa da henüz istenilen ve beklenen düzeyde bir cinsiyet eşitliği yaklaşımının ortaya konmadığı açıkça görülmektedir. Bu durum, tutum ve davranış geliştirmeye yönelik çalışmaların başlatılması için uygun toplumsal zeminin varlığını düşündürülebilir.

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bir etkileşim sonucunda ortaya çıkmakta ve bir örüntüye dönüşmektedir. Yasaların ve oluşturulan politikaların da toplumsal cinsiyet eşitliği üzerindeki etkisi göz ardı edilmemelidir (Heymann ve ark., 2019). Bu konuda yapısal değişikliklerin sağlanması önemlidir. Yapılacak düzenlemelerin kısa sürede fark yaratmayacağı da bilinmelidir (Ridgeway, 1997). Bununla birlikte ülkemizde hukuk alanında feminist bir anlayışla klasik yaklaşımdan farklı bir anlayışın hakim olmasıyla bazı yapısal düzenlemelerin yapıldığı söylenebilir. Aslında bu yapısal değişimler için gerekli koşullardan birisi de karar verme süreçlerinde kadınların yer almasıdır. Ataerkil anlayışın erkeklerin kadınlar tarafından denetlenmeyi reddetmesi dolayısıyla da kadınların yönetici olmasının önünde bir bariyer olduğu belirtilmektedir (Özçatal, 2011). Dolayısıyla eğitim engelini aşmış yöneticilik vasfına sahip olan az sayıda kadın için de toplumsal cinsiyet eşitsizliği, bir bariyere dönüşerek cam tavan sendromunun nedenleri arasında yerini almaktadır.

Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanabilmesi için en fazla fark oluşturacağı düşünülen cinsiyet rollerinin değiştirilmesine odaklanmak gerekmektedir (Ridgeway, 1997). Örneğin ev işlerinin aslında sadece kadınların yapmakla sorumlu olduğu işler olmadığı ve emeğin de ekonomik açıdan önemli bir değer oluşturduğu düşüncesinin yaygınlaştırılması önemli bir adım olabilir (Heise ve ark., 2019).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, toplum tarafından inşa edilen topluma uyum sürecinde bireyin zihninde kalıp yargıların ortaya çıkmasına neden olan ve yine bu kalıp yargılardan beslenen bir döngü içinde varlığını sürdüren bir yapıdır. Bu yapının kırılması için erkeklerin bu düşünsel kalıpları yıkması çok önemlidir (Lorber, 2001; Glick ve ark., 2004). Örneğin kadınların yeterince eğitim almamış olması, onların ev işleri dışında bir beceri geliştirememesine neden olmakta ve toplumsal cinsiyet konusundaki kalıp yargıların da pekişmesine neden olmaktadır. Bu yaklaşımın iş piyasasında da karşılık bulduğu söylenebilir. Örneğin kariyer planlama sürecinde kadınların annelik rolleri dolayısıyla yönetim süreçlerinde yer alamayacağı konusundaki algılar ve yargılar toplumsal cinsiyet eşitsizliği döngüsü içinde kolaylıkla farkına varılamayan gizli değişkenler arasında yer almaktadır (Ecevit, 2021).

Toplumsal cinsiyet algısını değiştiren unsurlardan birisi de anne eğitim durumudur. Literatürde ayrıca kadın cinsiyet rolü algısını anne eğitim durumunun da değiştirdiği yönünde kanıtlar bulunmaktadır (Direk, 2017). Dolayısıyla eğitimsizlik kuşaklar arasında ve özellikle anneden çocuğa aktarıldığında eşitsizlik algısı ortadan maalesef kalkmamakta ve bu kısır döngü sürmektedir.

Eğitimin toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin azaltılması üzerinde etkisi olmakla birlikte, yüksek eğitim düzeyine sahip kadınlarda bu rollerin sürdüğü de görülmektedir. Örneğin kadın akademisyenlerin özellikle COVID-19 Pandemisi sürecinde, evden çalışmak zorunda oldukları dönemde, toplumsal cinsiyet eşitsizliği nedeniyle rol çatışması yaşadığı yönünde araştırma bulguları elde edilmiştir. Aynı araştırmada kadın akademisyenler, erkeklere göre ev işleriyle ilgili yüklerinin daha fazla olduğunu belirtmişlerdir (Elmas-Atay ve Gerçek, 2021).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği daha çok politik süreçlerle ilişkilendirilmektedir (Heise ve ark., 2019). Bu konuda eşitliğin sağlanabilmesi için kadınların politik yaşamda daha fazla yer alması gerekmektedir. Oysa kadınların 1935–2002 yılları arasında mecliste %0.61 ile %4.36 arasında değişen oranlarda temsil edildiği görülmektedir. Bu oranın 2007 Temmuz seçimlerinde cumhuriyet tarihinin en yüksek kadın temsili oranı olarak kabul edilen %9.09'a ulaştığı belirtilmektedir (Altındal, 2009). Bu sonucun ortaya çıkmasında bazı değişkenler etkili olmaktadır. Bora (2012) ve Bingöl (2014)'e göre; kadınlar hem siyasi bariyerlerden etkilenmekte, hem de diğer sorumluluklarından dolayı siyasetin alacağı zamandan endişe

ederek politik süreçlerin içinde aktif bir şekilde yer almaktan çekinmektedir. Ayrıca kadınların siyaset içinde yer almasının önünde bilgi ve özgüven eksikliğiyle siyasi partilerin aday belirleme yöntemleri gibi engeller de bulunmaktadır (Acar ve ark., 2013). Kadınların siyasi yaşamda daha fazla yer almasının sağlanabilmesi için cinsiyet eşitsizliği izleme komitelerinin oluşturulması ve cinsiyet eşitliğinin bütün kamusal alanlarda yaygınlaştırılması yönünde politikalar oluşturulması önerilmektedir. Ayrıca adaylar belirlenmeden önce merkezi bir kadın yönetici aday havuzu/bilgi bankasından faydalanılması ve aday seçimlerinin şeffaf bir şekilde yapılması gerektiği de belirtilmektedir. Aynı amaçla devlet tarafından siyasi partilere verilen ödeneğin %20'sinin kadın-erkek eşitliğinin sağlanması koşuluyla kullanılması da önerilmektedir (Ecevit, 2008). Kadınların siyasi yaşamda temsil edilebilmesi için kritik eşğin %33 olduğu vurgulanmakta ve bu doğrultuda kapsamlı stratejiler oluşturulması gerektiği belirtilmektedir (Sallan-Gül ve Altındal, 2015). Bu araştırmanın sonuçları, her iki gruptaki katılımcıların, politik süreçlerde kadınların daha fazla rol alması konusunda desteklediğini göstermektedir. Ancak kadınların bu süreçlerde daha fazla yer alabilmesi için yukarıda belirtilen somut adımların atılması gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ortaya çıkardığı olumsuz etkileri azaltmak için öncelikle toplumun eğitilmesi gerektiği, bu araştırma sonucunda ortaya konan ve literatürdeki diğer çalışmalarla da desteklenen önemli bir bulgudur. Kadınların bu eşitsizliği daha fazla hissettiği yönündeki kanıtları ortaya koyması açısından da literatürdeki sonuçlarla büyük ölçüde örtüşen bu çalışmanın, konuyu farklı bir bakış açısıyla ve yöntemle değerlendirmesi açısından yazına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Araştırmanın Kısıtlılıkları: Araştırma kapsamında sınırlı sayıda katılımcıya ulaşılmış olması, bu çalışmanın genellenemesi açısından önemli bir kısıtlılık olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bütün boyutlarıyla değerlendirilmesinin ortaya çıkardığı zorluklar da araştırmanın kısıtlılıkları kapsamında yer almaktadır.

Kaynakça

- Acar, F., Ayata, A., Ecevit, Y., Saktanber, A., Altunok, G., Aybars, A. İ., Çorbacioğlu G., ve Saritaş-Eldem, C. T. (Mayıs 2013). *Türkiye'de cinsiyet eşitliğine elverişli ortamın oluşturulması bm ortak programı raporu*. 05 Haziran 2023 tarihinde http://ceidizleme.org/ekutuphaneresim/dosya/366_1.pdf adresinden erişildi.
- Altındal, Y. (2009). Erkeksi siyasetin 'erk'siz dublörleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 351-367. <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50238/648000>
- Altındal, Y. (2017) Kadınları tepeden tırnağa boyayan kadınlar: güzellik salonlarında çalışan kadınların iş, yaşam ve aile döngüleri. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 61-73. <https://doi.org/10.26695/mukatcad.2017.6>
- Ayata, A. G., ve Tütüncü, F. (2008). Critical acts without a critical mass: The substantive representation of women in the Turkish parliament. *Parliamentary Affairs*, 61(3), 461-475. <https://doi.org/10.1093/pa/gsn012>
- Ayata, A., ve Ergun, A. (1998). Atatürk ve Türk kadını. *Erdem Dergisi*, 11(31), 11-22.
- Ayata, A. (1997). The emergence of identity politics in Turkey. *New Perspectives on Turkey*, 17, 59-73. <https://doi.org/10.1017/S0896634600002752>
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye'de kadınlık. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 108-114. <https://doi.org/10.18493/kmusekad.36760>
- Bora, A. (2012). Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık. Ayrımcılık: Çok boyutlu yaklaşımlar. (Derleyenler: Kenan Çayır ve Müge Ayan Ceyhan) *İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları*. 07 Haziran 2023 tarihinde <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/damla.aslan/138623/4%20Toplumsal%20Cinsiyete%20Dayal%C4%B1%20Ayr%C4%B1mc%C4%B1l%C4%B1k%201%20Aksu%20Bora%202.pdf> adresinden erişildi.
- Bracke, P., Delaruelle, K., Dereuddre, R., & Van de Velde, S. (2020). Depression in women and men, cumulative disadvantage and gender inequality in 29 European Countries. *Social Science & Medicine*, 2020;113354,1-6. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113354>
- Çakır, S. (2008). Kapitalizm ve patriyarkaya karşı: Sosyalist feminizm. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 2(4), 185-196. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/210992>

- Daşlı, Y. (2019). Öğrencilerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumların belirlenmesi üzerine bir alan araştırması. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1), 364-385. <https://dergipark.org.tr/en/pub/yyuefd/issue/50700/660821>
- Direk, N., ve Irmak, B. (2017). Dokuz Eylül Üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinde toplumsal cinsiyet rollerine yönelik tutumlar. *DEÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 31(3), 121-128.
- Ecevit, Y. (2021) Türkiye’de katılımcı demokrasinin güçlendirilmesi: Toplumsal cinsiyet eşitliğinin izlenmesi projesi faz II - Toplumsal cinsiyet eşitliğinin temel kavramları eğitim materyali, *CEID Yayınları*, ISBN: 978-625-7666-03-9. 10 Mayıs 2022 tarihinde <http://dSPACE.ceid.org.tr/xmlui/handle/1/1417> adresinden erişildi.
- Ecevit, Y. (2008) Türkiye Sanayicileri ve İş Adamları Derneği - Türkiye Kadın Girişimcileri Derneği, Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sorunlar, Öncelikler ve Çözüm Önerileri: "Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş: Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset" Raporunun Güncellenmesi. 05 Haziran 2023 tarihinde http://www.keig.org/wp-content/uploads/2016/03/KADINRAPOR-kagider_Turkiyede_toplumsal_cinsiyet_esitsizligi.pdf adresinden erişildi.
- Elmas-Atay, S., ve Gerçek, M. (2021). İş-yaşam çatışmasının Koronavirüs (COVID-19) pandemisi sürecinde yeniden değerlendirilmesi: Kadın akademisyenler açısından nitel bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(45), 203-241. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.865298>
- Glick, P., Lameiras, M., Fiske, S. T., Eckes, T., Masser, B., Volpato, C., & Wells, R. (2004). Bad but bold: Ambivalent attitudes toward men predict gender inequality in 16 nations. *Journal Of Personality and Social Psychology*, 86(5), 713-728. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.86.5.713>
- Günay, G. ve Bener, Ö. (2011). Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 153(153). <https://dergipark.org.tr/en/pub/tsadergisi/issue/21488/230340>
- Gümüšoğlu, F. (2008). Ders kitaplarında toplumsal cinsiyet. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 2(4), 39-50. <https://dergipark.org.tr/en/pub/toplumdd/issue/22728/242599>
- Gürses, D. (2009). ‘İnsani gelişme’ ve Türkiye. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 339-350. <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50238/647988>
- Heise, L., Greene, M. E., Opper, N., Stavropoulou, M., Harper, C., Nascimento, M., & Gupta, G. R. (2019). Gender inequality and restrictive gender norms: framing the challenges to health. *The Lancet*, 393(10189), 2440-2454. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30652-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30652-X)
- Heymann, J., Levy, J. K., Bose, B., Ríos-Salas, V., Mekonen, Y., Swaminathan, H., & Gupta, G. R. (2019). Improving health with programmatic, legal, and policy approaches to reduce gender inequality and change restrictive gender norms. *The Lancet*, 393(10190), 2522-2534. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30656-7](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30656-7)
- Kalaycı, Ş. (2006) *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, 2.Basım. Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., ISBN: 975-9091-14-3.
- Lorber, J. (2001). *Gender inequality*.5.Basım Oxford Üniversitesi Yayınları.
- Ökten, Ş. (2009). Toplumsal cinsiyet ve iktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin toplumsal cinsiyet düzeni. *Journal of International Social Research*, 2(8), 302-312.
- Özçatal, E. Ö. (2011). Ataerkillik, toplumsal cinsiyet ve kadının çalışma yaşamına katılımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 21-39. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ckuiibfd/issue/32888/365347?publisher=karatekin>
- Ridgeway, C. L. (1997). Interaction and the conservation of gender inequality: Considering employment. *American Sociological Review*, 218-235. <https://doi.org/10.2307/2657301>
- Sallan-Gül, S., ve Altındal, Y. (2015). Türkiye siyasetinin eril anatomisi: 2015 seçimlerini kota uygulamaları üzerinden yeniden düşünmek. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 9(19), 51-72. <https://dergipark.org.tr/en/pub/toplumdd/issue/22712/242419>
- Sancar, S. (2008). Türkiye’de kadınların siyasal kararlara eşit katılımı. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 2(4), 173-184. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/210983>
- Sancar, S. (2009). Türkiye’de feminizmin siyasal bilimlere etkisi. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (40), 119-132. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iusiyasal/issue/596/6004>
- Aras, G., Belek U., Erdem-Tuzlukaya Ş., Ertung C., Gültekin L., Güneş G., Saraç S., Selçuk Ü., Sever Ç., Şimşek A. ve Yıldırım P (2013) *Toplumsal cinsiyet. toplumsal cinsiyet ve yansımaları*, (Ed:

- Gültekin L., Güneş G., Ertung C., ve Şimşek A., Atılım Üniversitesi Yayınları, 27-32. ISBN: 9789756707357
- Savaş, G. (2018). Türkiye’de yaşayan bireylerin toplumsal cinsiyet eşit (siz) liği algısı. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 1(2), 101-121. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ktc/issue/39906/461518>
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*, (35), 29-56. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iusoskon/issue/9517/118909>
- Yılmaz, D. V., Zeyneloğlu, S., Kocaöz, S., Kısa, S., Taşkın, L., ve Eroğlu, K. (2009). Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 775-792.
- Yılmaz, K. (2013). Üniversite öğrencilerinin dini yönelimleri ile bireysel değerleri arasındaki ilişki. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 129-146. <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50182/645946>

Etik kurul onayı

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Etik Kurulu kararı ile gerçekleştirilmiştir (2022/09-911).

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Birinci yazar % 40, ikinci yazar %35 ve üçüncü yazar ise %25 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir kurum, kişi veya kuruluş ile bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

1734 - 1735 İran seferlerinin organizasyon ve lojistiğinde Rusçuk örneği The example of Ruse in the organization and logistics of the Iranian campaigns of 1734 – 1735

Gönderim Tarihi / Received: 20.05.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 07.12.2022

Doi: [10.31795/baunsobed.1119193](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1119193)

Alpay BİZBİRLİK**1

Seçkin ŞENTÜRK²

ÖZ: Osmanlı Devleti, I. Selim döneminde Çaldıran Muharebesi sonucu Doğu Anadolu coğrafyasını ele geçirmiştir. Osmanlı'nın, XVI. Yüzyılın sonunda Azerbaycan bölgesini ele geçirmesi ile devam eden Osmanlı-İran mücadelesi dahilinde, İran tarafının kaybettiği topraklardan vazgeçmemesi sebebiyle sürekli savaşlar yaşanmıştır. Bu süreç içerisinde İran'da Safevi hanedanının iç karışıklıklar sebebiyle zayıflamış olması ile Osmanlı Devleti'nin ordu ve savaş kabiliyetinin üstünlüğü savaşlardan Osmanlı tarafını galip çıkarmıştır. XVIII. yüzyılda Osmanlı I. Mahmut saltanatının ilk yıllarında Patrona Halil'in sebep olduğu isyanın etkileri ile uğraşırken, İran tarafında iç karışıklıklara son vererek Safevi hanedanını yönetimden uzaklaştırıp idareyi eline alan Nadir Şah, kaybedilen topraklara tekrar hakim olmak amacıyla harekete geçmiştir. Bu süreç içerisinde Osmanlı Devleti'nin 1734-1735 İran Seferi hazırlıklarının Rusçuk şehri özelindeki kısmı R52 Rusçuk Şer'iyye sicilindeki belgeler ışığında incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İran seferleri, Lojistik, İaşe, Rusçuk, Kale

ABSTRACT: The Ottoman Empire captured the Eastern Anatolian geography as a result of the Battle of Çaldıran during the reign of Selim I. There were constant wars due to the fact that the Iranian side did not give up the lost lands within the scope of the Ottoman-Iranian struggle, which continued with the Ottoman capture of the Azerbaijan region at the end of the sixteenth century. In this process, with the weakening of the Safavid Dynasty in Iran due to internal turmoil, the superiority of the Ottoman Empire's army and war capability made the Ottoman side victorious in the wars. However, in the eighteenth century, the first years of the reign of Mahmut I in the Ottoman Empire passed with the effects of the revolt caused by Patrona Halil. On the Iranian side, Nadir Shah, who put an end to the internal turmoil and removed the Safavid dynasty from the administration, took action in order to dominate the lost lands again. In this process, the preparations of the Ottoman Empire's 1734-1735 Iranian Campaign in the light of the documents in the R52 Rusçuk sharia registry book in the city of Rusçuk were examined.

Keywords: Iran expeditions, Logistics, Subsistence, Rusçuk, Castle

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹Doç. Dr. Manisa Celal Bayar Üniversitesi/Fen Edebiyat Fakültesi/Tarih Bölümü/Yeniçağ Tarihi ABD, alpay.bizbirlik@cbu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7619-4257>

²Tarih Uzmanı, Manisa Celal Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/Tarih Anabilim Dalı, senturksekin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1724-4637>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

The subject of this study is the preparations made within the Ruse City within the scope of the preparations for the Iran campaign of 1734-1735. When the literature on the organization of the expedition, subsistence, supply and logistics is examined, it is seen that there are articles and thesis studies, but very little work has been done about Ruse City. In this context, the main source of our study has been the R52 Ruse sharia register. In addition, theses and articles on voyage preparations, subsistence, supply and logistics were used. The preparations of the Ottoman Empire before the expedition, how it equipped its army and prepared it for the expedition, how the food and ammunition needed by the army were provided during the expedition, and the functions of the cities in the provinces in this regard were examined. In addition, the repair and reinforcement activities in the castles on the banks of the Danube and in the other castles that secure the western border were also examined. In addition, by giving a short history of the Ottoman-Iranian relations, the issues that caused the conflict between the two states were tried to be revealed in general terms.

Methodology

At the beginning of this study, first of all, the internal turmoil in Iran in the first half of the eighteenth century and the studies about Nadir Shah's ascension to the Iranian throne, his struggle against the Ottoman Empire and the negotiations that followed are given. In the second part of the study, the studies we determined as a result of the literature review related to the expedition organization, subsistence, supply and logistics, and the documents determined in the R52 Ruse sharia registry, which constitute the main source of this study. Then, the data obtained from these documents were carefully classified and interpreted in an open and impartial way using the criticism and context method.

Findings and discussion

The aim of this study is to understand how the Ottoman Empire prepared the food items needed by the army for the war situation and the function of the city of Ruse and its port in relation to this. In addition, it is to understand the methods of obtaining foodstuffs and how the state acts in terms of transporting them and how it creates a method to provide food and supply for the army during the campaign. It is also to examine the measures taken by the Ottomans to keep their army extremely organized and healthy for centuries. In addition, it is to deal with the repair and reinforcement activities in the border forts in order to secure the borders while the army is on the campaign. In addition to all these, he sees how the coordination between the capital and the countryside is from the correspondence between Istanbul and Ruse judges.

Results and recommendations

As a result, in this study, the short histories of the two states, whose relations and conflicts have been going on for more than two hundred years, are included. It was seen that especially Nadir Shah gave importance to the negotiation process even though he was fighting with the Ottomans. In fact, it is understood that he is making an effort to eliminate the segregation caused by the sectarian difference. In the war environment that took place in a time when both states were in trouble, rusks were made for the consumption of the soldiers within the scope of the war preparations of a state like the Ottoman Empire, which came to the fore with its state and army order, and grain was provided for the needs of the soldiers and their riding animals. The edicts and warrants sent to the qadi of Ruse, related to the transportation of this grain, which was procured by way of gruel and negotiation, were examined. Some of the castles in the western lands of the state, Vidin, which is on the banks of the Danube River, and Niş castles, within the scope of the repair and reinforcement works, it has been seen that the state also used local facilities in the supply and transportation of ammunition and labor. In addition, considering the conditions of the time, in a period when transportation techniques were not good and sufficient, the state's efforts to send soldiers to a mountainous geography such as Eastern Anatolia and to ensure the continuation of the material flow for the supply of soldiers brought the sea route and accordingly the port cities to the fore.

Giriş

Osmanlı Devleti, kuruluş safhasından itibaren sürekli savaş ve mücadele içinde bulunmasından dolayı teşkilatlanmasını, taşra idaresini ve ordu düzenini savaşa her daim hazır olmak üzerine kurgulamıştır. Osmanlı ordusunun seferlerinde, Anadolu ve Rumeli askerlerinin küçük bir kısım hariç tamamına yakınının katılımı söz konusu olup, XVI. yüzyılda Sultan I. Selim'in düzenlediği İnan Seferi'nde de bu durum aynen devam etmiştir. Sefer sonucunda Safevi ordusunun hezimetini takiben, Osmanlı Devleti bu günkü Doğu Anadolu topraklarının büyük bir kısmını fethetmiş, bilahare yüzyılın sonlarında Kuzey ve Güney Azerbaycan topraklarının da ele geçirilmesiyle sınırlar genişlemiş ancak Safevilerin topraklarını geri alma mücadelelerinden hiç vazgeçmemeleri her iki devletin uçlarında sürekli problem ve çatışma ortamı oluşmasına sebep olmuştur. Sınırların bu denli genişlemesi, Osmanlı Devleti'ni, savaş hazırlıklarında, orduyu savaş bölgesine sevkinde ve ikmal konularında aksaklık yaşanmaması için sorunsuz işleyen bir sistem kurmak durumunda bırakmıştır.

Rusçuk şehri ve sefer organizasyonundaki rolü

Niğbolu Sancağı'na bağlı kazalardan biri olan Rusçuk'un (İnciciyan, 1976: 127) doğusunda Silistre, kuzeydoğusunda Hezargrad Kazaları, güneyinde Tırnova, batısında Zıştovi Kazaları ve kuzeyinde Tuna Nehri bulunmaktadır (Fidan, 2014: 41). Rusçuk şehri, güneyden akarak Tuna Nehri'ne dökülen Lom Nehri'nin doğu kısmında yüksekte bulunan düz bir arazi üzerine kurulmuştur (Babinger, 2009: 784-787; Özkan, 2006: 28; Karahan, 2021: 1-34). Nehrin karşı kıyısında Yergöğü şehri ve iskelesi bulunmakta, Rusçuk şehri ve kalesi ise, bu iskele ile Lehistan, Transilvanya ve Vlaşko topraklarından geçerek İstanbul yönüne giden güzergahın korumasında önemli yeri olan askeri ve ticari merkez olarak tebarüz etmiştir. (Topal, 2008: 232-234). Rusçuk şehrinin Bükreş ile İstanbul arasındaki ulaşımın sağlandığı hat üzerinde bulunması, önemli bir tersanesinin olması, kara ulaşımının ve su yollarının kesiştiği bir konumda yer alması, çevresindeki şehirlere göre daha çabuk gelişim göstermesini sağlamıştır (Özkan, 2006: 28-29). Lom Nehri ile Tuna'nın birbirine bağlandığı noktada yer alan tersanesi, Tuna Nehrindeki Osmanlı donanmasının inşa edildiği yer olması bakımından önem arz etmektedir. "Tuna Tersanesi" olarak adlandırılan tersanede kış aylarında gemiler konaklarlar, bahar aylarında da bakımları yapılırdı (Kiel, 2008: 246). Arazilerinin verimliliği ve ticarete faal olduğu bilinen bir şehir olan Rusçuk (İnciciyan, 1976: 130) için 18.Yüzyılda İbrahim Hamdi Bey, "Rumeli'nin bundan ma'mür şehri ma'lüm değildir" ifadesini kullanmaktadır. (Fidan, 2014: 41).

Rusçuk iskelesi, Orta Avrupa içlerinden Karadeniz'e değin var olan iskeleler içinde en faal olanlarından biriydi. Tuna Nehri üzerindeki konumundan ötürü asker ve mühimmat sevki ile sefer levazimatının temin edilmesi ve taşınması konularında mühim bir fonksiyonu üstlenmekte, aynı zamanda İstanbul ile Varna arası sefer yapan at ve arabacıların görevlendirilmesi, Kladovo ile İsakçı arasında nehir yolu üzerinde işleyen kayık ve gemilerin temini ile bunların eğitimli personelinin istihdamı konularında önemli bir liman kenti haline geldiği görülmekteydi. Bunların yanı sıra 18. Yüzyıl'da vuku bulan savaşlar Rusçuk'u ön plana çıkarmış, şehirdeki askeri personel sayısında bir artışa da sebebiyet vermişti (Topal, 2008: 232-234).

Uluslararası ticaret içerisinde önemli bir yer edinen Rusçuk şehri, İbrail iskelesinde de olduğu gibi doğusundaki ülkelerden gelen ticaret gemilerinin uğrak noktası olan önemli bir merkezdi. (Fidan, 2014: 42). Ayrıca Rusçuk, hububat temini konusunda da önde gelen bir liman şehriydi. Bu nitelikleri sebebiyle savaş hazırlıkları sırasında da devletin sıklıkla tercih ettiği bir lojistik merkezi halini almıştı. Barış döneminde ise tahıl üretiminin çok olduğu zamanlarda stoklarda fazla bulunan ürünler, Maçın iskelesi ile İbrail iskelesine gönderilerek oradan da gemilere yüklenip İstanbul'a ulaştırılmaktaydı (Fidan, 2014: 42).

XVIII. Yüzyılın ilk yarısında Osmanlı-İnan ilişkileri

1694'te tahta çıkan Şah Hüseyin'in devlet yönetimindeki bilgisizliği ve ilgisiz tavrı İnan'da otorite boşluğu meydana getirmiş, bu durum yaşanan halden yararlanmak isteyen devletlerin politikalarını değiştirmelerine sebep olmuş, rakip devletler, doğal olarak toprak elde etme gayreti içerisinde girmişlerdir. Şah Hüseyin'in etkisiz yönetimi sonucu ülkede karışıklıklar meydana gelmiş ve otorite boşluğu oluşmuştur (Taşağıl, 1999: 1). Bunun neticesinde Abdalî Afganlar isyan başlatmış, Şah Hüseyin bu durumla başa çıkamamıştır. Abdalî Afganlarının baskısı karşısında tek başına etkili olamayınca Şah

Hüseyin, başkent İsfahan'ı terk ederek devletin merkezini Kazvin'e taşımış, Gılzay Afganları'nın lideri Mahmud Han'ın da desteğini sağlayarak Abdalileri itaat altına almıştır. Ancak tüm bunlar olurken Şah Hüseyin'in zayıflığını fırsat bilen, durumu lehine kullanıp güç ve nüfûzunu artırma niyetinde olan Mahmud Han, Şah'a isyan ederek 8 Mart 1722'de karşı karşıya geldiği Şah ordusunu bozguna uğratarak İsfahan'da bulunan Şah'ı kuşatma altına aldı. Altı aylık çetin bir kuşatma sonucunda artan açlık, sefalet ve ölümlerin etkisiyle Ekim 1722'de Şah Hüseyin teslim olmak ve tahttan çekilmek zorunda kaldı. Şubat 1725'de Şah Hüseyin'in oğlu Mirza Safi'nin İsfahan'dan firar etmesi sonucu Mahmud Han Afganî, Şah Hüseyin ve yaşları küçük olan iki şehzadesi haricindeki hanedan üyelerinin tamamının öldürülmesini emretti. Bu emir ile birlikte on sekiz şehzade katledildi (İşbilir, 2020: 240).

Safevî Devleti içerisinde yaşanan bu iç karışıklıklar Osmanlı Devleti'nin dikkatini İran tarafına çevirmesine sebep oldu. Pasarofça Antlaşması'nın (1718) imzalanması sonrasında Osmanlı ile Safevî Devleti ilişkilerinde gerginlikler yaşanmış, bazı devlet adamları da batıda elden çıkan toprakların doğu yönünden alınacaklarla telafi edilmesine yönelik tekliflerde bulunmuşlardı. Bölgede meydana gelen hadiseleri, İran coğrafyasına yakınlığından dolayı Erzurum, Van, Bağdad ve diğer valilikler üzerinden yakinen izleyen Osmanlı, İran'daki bu gelişmeleri Sadrazam Damad İbrahim Paşa'nın liderliğinde gerçekleştirilen divan toplantılarında değerlendirmiş ve Osmanlı Devleti'ne sınırı bulunan Safevî kontrolündeki vilayetlerin ele geçirilmesine karar vermişti. Bu kararın sonrasında Kafkasya, Azerbaycan ve Irak cepheleri olmak üzere üç koldan İran'a karşı sefer başlatılmıştı (Yıldırım, 2002: 140).

Bu arada İran'dan Kazvin'e kaçan Şehzade Tahmasb, II. Tahmasb ünvanıyla tahta çıkarak şahlığını ilân etmişti. İran, Afganların hâkimiyetinde olsa da, Tebriz, Kazvin ve Yezd başta olmak üzere diğer şehirler direnişe devam ediyorlardı. Mîr Mahmûd Han, 1725'te yeğeni Eşref Han tarafından devrildi. Osmanlı tarafı ise, İran'daki bu gelişmeleri yakından takip etmiş ve kayıtsız kalamayarak Safevî Şahını tekrar tahta çıkarmak niyetiyle Afganlılar'ın üzerine yürümüştü (Adıgüzel, Yıldırım, 2017: 62). Nisan 1725'de Osmanlı Devleti'nin eski şahı tekrar tahta çıkarmak amacıyla İran üzerine gelmesi Eşref Han'ı korkutarak Şah Hüseyin'i öldürtmesine sebep oldu (İşbilir, 2020: 240). Bunun üzerine Osmanlı Devleti, İran'a Eyüplü Hasan Paşa komutasında bir ordu gönderdi. Ancak Hasan Paşa, Kirmanşah'ı almasından bir süre sonra vefat etti. Bunun üzerine sefer oğlu Ahmed Paşa tarafından tamamlandı. Ahmed Paşa komutasındaki Osmanlı ordusu, ellisekiz günlük kuşatma ile Hemedan'ı ele geçirdi (1724) (Ateş, 2001: 38). Ancak bir müddet sonra Afganî Eşref Şah, Ahmed Paşa'yı Hemedan Şehri'nden çıkarmayı başardı (1727). Yine de Ahmed Paşa'nın toparlanıp daha güçlü bir ordu ile gelmesinden endişe ederek savaşa devam etmeye cesaret gösteremeyip, İran'ın batı ve kuzeybatı bölgelerinin bir bölümünü Osmanlılar'a bırakmak zorunda kalarak barış imzaladı. 22 Eylül 1728'deki Hemedan Barışı ile Osmanlı Devleti'nin hak iddialarının tümünü tanımış oldu (Uzunçarşılı, 2002: 512).

Bu anlaşmadan sonra İran'da kısmi bir toparlanma başlamıştı. Avşar Boyu'nun Kırıklı ya da Kırıklı olarak anılan obasına mensup olan Nâdir Han'ın (Özcan, 2002: 51-82) 1726'da Esterâbâd bölgesine yerleşmiş bulunan II. Tahmasb'a katılmasıyla bu cephe kısmen güçlenmiş, ilk olarak kabileler arasında yaşanan çatışmalara son verilmişti. Nadir Han, 1727-1729 yılları arasında Herat'taki Abdâlî Afganlılar ile savaşından sonra İsfahan'a yönelerek şehre hakim oldu. Ardından Aralık 1729'da Eşref Han'ı Şîraz yakınlarında vuku bulan savaşta mağlup ederek İran'dan sürdü. Böylece İran'da süre gelen Afgan hâkimiyeti son buldu (Ateş, 2001: 66).

İran Şahı II. Tahmasb, Osmanlı Devleti'nden işgal etmiş olduğu toprakları teslim etmelerini istemiş, Osmanlı tarafı ise, bu isteği yaptıkları masrafların karşılanması koşuluyla kabul edebileceklerini belirtmiştir. Osmanlı'nın şartını kabul etmeye yanaşmayan İran tarafı, Osmanlı Devleti'ne savaş ilanı ile karşılık vermiştir. Nadir Han'ın idare ettiği İran ordusu, Erdelan ve Kirmanşah'ı ele geçirerek, Temmuz 1730'da Azerbaycan topraklarını Osmanlı'dan geri almak amacıyla harekete geçmiş ve Ağustos 1730'da Tebriz'i ele geçirmiştir. Patrona Halil isyanıyla birlikte ülkede baş gösteren iç karışıklıklar Osmanlı Devleti'nin, İran'a karşı yürüttüğü bu savaş politikasını kesintiye uğratmasına sebep olmuştur. (Adıgüzel, Yıldırım, 2017: 65).

İstanbul'da meydana gelen Patrona Halil İsyanı'nı fırsat bilen Nadir Han, harekete geçerek, Hemedan ve Tebriz'in dahil olduğu Azerbaycan ve İrâk-ı Acem'i Osmanlı Devleti'nin elinden alarak yeniden

Safevî topraklarına kattı. Bir süre sonra doğuya yönelerek Abdâlîler elinde bulunan Herat'ı ele geçirdi. Bu sırada Osmanlıların, karşı harekât başlatarak Hemedan ve Kirmanşah'ı ele geçirmeleri, Şark Seraskeri olan Ahmed Paşa'nın Şah II. Tahmasb'ı mağlup etmesi ve Hekimoğlu Ali Paşa'nın Urmiye ile Tebriz'i ele geçirmesinden dolayı, İnan'ın isteği ile 10 Ocak 1732'de iki taraf arasında antlaşma (Ahmet Paşa Antlaşması) yapılmıştı. Bu antlaşma ile Tebriz, Hemedan ve Kirmanşah şehirleri Safevîler'de; Tiflis, Gence, Revan, Şirvan ve Dağistan Osmanlılar'da kalmış ancak, bu anlaşma beklentileri daha büyük olan Osmanlı hükümdarı Sultan I. Mahmud'u memnun etmemiş, ayrıca İsfahan'a dönmüş olan Nâdir Han tarafından da kabul görmemişti. Nâdir Han antlaşmayı bozarak Şah II. Tahmasb'ı tahttan hal edip yerine birkaç aylık olan oğlu III. Abbas'ı Şah ilan etmiş, kendisi de 7 Eylül 1732'de "vekîlü'd-devle" ve "nâibü's-saltana" ünvanlarıyla yönetime hâkim olmuştu (Özcan, 2006: 276).

Nadir Han, ülke genelinde meydana gelen isyanları bastırıp, karışıklıklara son vererek, 1732 yazında Bağdat'ı ele geçirmek amacıyla Irak-ı Acem'e doğru ilerleyip, Dicle Nehri'nin batısı istikametinden harekete geçerek, Bağdat'a yaklaşık 80 km. mesafede bulunan Osmanlı ordusunu yapılan savaşta mağlup etmişti. Bu savaş neticesinde Serasker Ahmed Paşa esir edilmiş olduğundan seraskerlik görevi eski Vezir-i azam Topal Osman Paşa'ya verilmişti (Adıgüzel, Yıldırım, 2017: 69).

Nadir Han, Ocak 1733'te Bağdat'a yürüyüp şehri kuşattı. Ancak Erzurum Valisi Topal Osman Paşa komutasındaki Osmanlı ordusu yardıma geldiğinden, yapılan savaşta Osmanlı karşısında mağlup olarak yaralı bir şekilde 20 Temmuz 1733'te Hemedan'a döndü (Ateş, 2001: 90). Aynı senenin Aralık ayında tekrar Irak üzerine sefere çıkarak, Kerkük'ün kuzeyinde yer alan Akderbend mevkiinde Osmanlı ordusunu yenilgiye uğratarak Bağdat'ı kuşattı. Ancak İnan'da kendisi aleyhine bir girişimin başlatıldığını haber almasıyla kuşatmayı neticelendirmeden geriye döndü. Bu sırada İnan'ın güneydoğusunda faaliyete geçmiş olan Mahmud Han isyan çıkarmıştı. Nâdir Han, Şubat 1734 tarihinde bu isyanı bertaraf ederek Şirâz'ı hakimiyeti altına aldı. Sonrasında İsfahan'a geçip Ruslar ile Osmanlı Devletine karşı ittifak kurdu. Mart 1735'te müttefiki olan Ruslar'ın da destek vermesiyle Gence'yi kuşatmış ancak ele geçiremeyerek Kars'a yürümüştü. Buradaki bir günlük çarpışmanın ardından da Arpaçayı'nı geçerek Kars'ın güneydoğusuna çekildi. Kendisini takip eden Abdullah Paşa'nın ordusunu yenilgiye uğrattıktan sonra, 9 Temmuz 1735'te Gence'yi, 12 Ağustos 1735'te Tiflis'i ve 3 Ekim 1735'te Revan'ı ele geçirdi. Tüm bunların neticesinde İnan'ı, Osmanlı ile Ruslar'ın tehdidinden kurtardı (Adıgüzel, Yıldırım, 2017: 71-72).

Nadir Han, 1736'da Mugan'da bir kurultay düzenlenmesine karar vererek katılımları için valileri, ulemayı, önde gelen eşrafi, aşiret reislerini ve oba beylerini davet etmişti. Osmanlı Devleti'yle olan mücadelesinde Irak ve Kafkasya'da elde ettiği askeri başarılar ile İnan genelinde konumunu güçlendirdiğinden kendisini şah ilan etmek için hazırlık içerisindeydi. Toplanan kurultayda Nadir Han'a Şah olması önerilmişse de, bu isteği Caferilik mezhebinin ön plana çıkarılması, diğer mezheplerin etkinliklerinin azaltılması şartları ile kabul edebileceğini belirtmişti. Bu şartların kabul edilmesinin ardından Nadir Han, İnan şahı olmuştu. Böylece, Safevî şahı ile giriştiği mücadele sonucunda, İnan'da bu hanedanın saltanatına son vererek, 1736 yılında iktidarı ele almış ve diğer bir Türk boyu olan Afşarların teşkil ettiği hanedanın saltanatını başlatmıştı (Kimya, 2018: 53).

Safevî Hânedanı'nın son bulmasıyla Nâdir Şah, Müslümanlar arasındaki mezhep farklılığından vukua gelen düşmanlığı sona erdirmek ve İnan'ı İslâm dünyasındaki yalnızlığından kurtarmak amacıyla harekete geçmiştir. Başlatmış olduğu bu hareketin etkisiyle ülkesinde Nadir Şah, Sünnî mezhebini kabul etmekle itham edilmiştir. Osmanlılar'la yapılan barış müzakerelerinde mezhep konusuna da değinilmiş, diğer konuların yanı sıra bu durum da bildirilerek şartlar içerisine Osmanlılar'ın Caferî mezhebini beşinci hak mezhep olarak kabul etmeleri istenmiş, ayrıca Mekke'de Caferîler adına da bir rükün açılması ve İnanlı hacıların tayin ettikleri Hac Emiri'nin kabul edilmesi istenmiştir. Aylarca devam eden görüşmelerin ardından 24 Eylül 1736'da Osmanlı tarafı İnanlıların hacıları için istedikleri Hac Emiri şartını kabul etmiş, ancak Caferîliğin beşinci hak mezhep olarak kabulüne dair istek şer'î ve siyasî sakıncalar sebep gösterilerek reddedilmiştir. Bunun yanı sıra Caferîliğin yalnızca İnan'a has bir mezhep olarak tanınması hususunda bir mahsur görülmemiştir. Bu görüşmeler sonrasında da Nâdir Şah'ın Şii ve Sünnî tarafların yakınlaştırılması için çabaları devam etmiş, Osmanlı ve İnan ulemasının katı-

İmlarıyla 1746'da Necef'te bir toplantı tertip edilmiştir. Bu toplantı sonucunda karşılıklı uzlaşma metni imzalanarak, İranlılar'ın Hz. Peygamber'in sahabelerine kötü sözler sarfetmemeleri, Osmanlılar'ın da İran Şii inancını İslâm inanç dairesi içerisinde kabul etmeleri konusunda anlaşmaya varılmıştır. 1746 tarihli anlaşma metni içerisinde İranlılar'ın dört halifeyi hayırla anacakları ve dua edecekleri ibaresi de yer almıştır. Netice itibari ile Nadir Şah, benimsediği mezhep anlayışında Şii'likten uzaklaşmamakla birlikte, Şah İsmail zamanında bazı tefrik edici anlayış ve ifadeleri kaldırılarak İslam dünyası içerisinde yalnızlıktan kurtulmaya çabalamış gibi gözükmektedir (Ateş, 2001: 183).

Osmanlı İmparatorluğu'nda sefer hazırlıkları

Osmanlı İmparatorluğu, kuruluş döneminden itibaren, bulunduğu coğrafyanın XIII. Yüzyıla birlikte Moğol baskısının etkisiyle Anadolu'ya göç etmiş olan diğer Türk hanedanlarının mücadele sahası ve Bizans'a sınır komşusu olması gibi sebeplerle harbe hazırlık seviyesini sürekli arttırma çabası içinde olmuştur. Bu sebeplerdir ki Osmanlılar, yerleştikleri Bizans sınır coğrafyasında kısa süre içinde önemli bir siyasî ve askerî güç hâline gelmişlerdir (Emecen, 2008: 267-275).

Temelde idarî ve malî yapılanmasını sürekli devam eden savaş durumunun meydana getirdiği ihtiyaçları karşılamaya yönelik şekilde teşkilâtlandırmış olan Osmanlı Devleti, böylece sefer organizasyonlarını başarılı bir şekilde yürütür hale gelmiştir (Ertaş, 1999: 690-697). Kuruluş döneminden itibaren elde ettiği birikimin oluşmasında muharip kuvvetlerin donanımı, talimi ve disiplinlerinin sürekliliği yanında, sefer arefesinde yapılan hazırlıkların da etkileri büyük olmuştur. Bilhassa günümüz şartlarına göre ulaşım ve haberleşme araçlarının gelişmediği, her şeyin tamamen insan ve hayvan gücüne bağımlı kalınarak yürütüldüğü bu dönemde, hareketin başarıya ulaşmasında sefer öncesi hazırlıkların iyi olması çok önem verilen bir durum olmuştur (İşbilir, 2002: 151-163).

Osmanlı Devleti, tarihi boyunca doğu ve batı sınırlarındaki devletlerle yapmış olduğu savaşlar sırasında, ordusunun sınır bölgeleri ile düşman toprakları içerisindeki sefer faaliyetlerini sorunsuz bir şekilde başarıyla yürütebilmesi için, gereken silah, erzak, cephane ve diğer ihtiyaçlarının temini ve hızlıca nakledilmesi hususuna fevkalade ehemmiyet vermiştir.

Ele geçirilen toprakların artmasıyla genişleyen Osmanlı, XVI. ve XVII. yüzyıllarda, batıda Avusturya, kuzeyde Rusya ve doğuda İran gibi büyük devletlerle komşu olmasının getirdiği zorunlulukla doğu tarafındaki seferler için Rumeli'deki kuvvetlerinin, Rumeli tarafındaki seferler için de Anadolu kuvvetlerinin tamamını sefere çağırılmayarak bir kısmını sınır muhafazası için serhat kalelerinde bırakmıştır. Sefer güzergâhının uzun olması, seferlerin peş peşe gerçekleşmesi ve yaşanan mali sıkıntılar da bu şekildeki bir uygulamaya devleti mecbur bırakmış olmalıdır (Yıldırım, 2002: 141).

Osmanlı'da sefer için karar alınma aşamasında, ilk olarak sefer hakkında divan-ı hümayunda görüşmeler yapılır, akabinde sefer açılması uygun görülür ise şer'iat hükümlerine uygunluğu hakkında Şeyhülislam'dan fetva alınır (Yıldız, 2006: 12-22; Kurtaran, 2012: 2281). Divan-ı Hümayun'dan sefer kararı çıktıktan sonra hazırlıkların yapılması yönünde hizmeti beklenen bölgelere sırasıyla Padişah tarafından ferman, Sadrazam, Yeniçeri Ağası, beylerbeği ve sancakbeği gibi hiyerarşinin üst kademesindeki makamlardan buyruldu ve mektuplar gönderilmeye başlanırdı.

Osmanlı Devleti'nin, sefer kararı alınmasından sonraki süreçte hazırlıklar kapsamında ilk olarak lojistik imkânlarını devreye sokmaya dikkat ettiği görülür. Savaş halindeki ordunun ihtiyaç duyduğu mühimmat ve iaşenin teminini de içeren gerekli tüm hazırlıkların tamamlanarak bu malzemelerin savaşın vukuu bulacağı coğrafyaya ulaştırılmasında nakil vasıtalarının ibtidai olması yanında, devletin çok geniş coğrafyalara yayılması da oldukça önemli bir sorun teşkil etmekteydi. Bu vaziyetin farkında olan Osmanlı yönetimi, ordunun savaşın gerçekleşeceği yere ulaşması için geçecek sürede düşman tarafın saldırma ihtimaline karşı bazı önlemler alıyordu. Bu bağlamda sefer arefesinde asker sevkiyatı hususunda coğrafi uzaklıkları göz önünde bulunduran yönetim, güvenlik zafiyetini gidermek maksadıyla sınırlarda kalelerin tamir (Ruşçuk Şer'iyye Sicili, R52, 16b-2) ve bakım çalışmalarının yaptırılması, istihkâmın takviye ettirilmesi, sınıra yakın mahallerdeki güvenli bölgelere mühimmatın ve erzakın depolanması gibi tedbirler almaktaydı (Ertaş, 1999: 590).

1734-1735 İnan seferi öncesi Rusçuk'taki sefer hazırlıkları

Rusçuk kadısına gönderilen emirlerde, genellikle hazırlıkların önemli bir kısmını teşkil eden zahire mübaya'ası, toplanan zahirenin nakli için hayvan tedariki ile nakilde kullanılmak üzere gerekli olan gemilerin yapımı ya da eskimiş gemiler varsa onların tamir edilmesi ve tamirde kullanılacak malzemelerin temin edilmesi gibi konular ile bu konuların bir kaçının birlikte yer aldığı da olurdu. Bu yazışmaların içeriğinde idarecilere yönelik olarak, halktan usulsüz vergi tahsilâtı yapmamaları ve halkı zorlayacak davranışlardan kaçınmaları ile ilgili uyarılar yer alırdı. Bunların yanı sıra seferler ile ilgili yapılması emredilen hususların yapılıp yapılmadığının sorulduğu, zafiyet görülen konuların tekrar bildirildiği ve çalışmalarını ihmal edenler hakkında gereken ceza ne ise bu cezaya çarptırılacakları gibi konular da belgelerde geçmekte idi (Yıldırım, 2002: 142).

Seferlerdeki başlıca iaşe maddeleri

Osmanlılar, Avrupalı rakiplerine kıyasla erzak ve yem tedariki hususunda daha tecrübeli ve gelişmiş bir sisteme sahiptiler. Ordunun yürüdüğü güzergâhta ve büyük sınır kalelerinde sefer süresince ihtiyacı olan malzemenin karşılanması için kurulmuş iaşe depoları vardı. Bölge kadılarının bu depolarını kontrol etmeleri vazifeleri dahilindeydi. Devlet, kalelerin ve ordunun her zaman yeterli miktarda erzak ve mühimmatının bulunmasına dikkat ederdi. Tüm bunlara bakarak Osmanlı idaresinin sefer esnasında lojistik hizmetlerini öncelikli hizmetlerden gördüğü söylenebilirdi (Majer, 1981:192-193).

İaşe konusunda devletin en dikkat ettiği husus askerin günlük yemek ihtiyacının karşılanmasıydı. Ordunun savaş gücü silah teknolojisinin yanı sıra, neferlerin beden kuvvetine de bağlı olduğundan zayıf düşmemeleri için yeterli beslenmelerine dikkat edilirdi. Askerin protein ihtiyacını karşılamada en önemli besin kaynağı koyun eti olup, orduda her nefere günde yaklaşık olarak 200 gram (60 dirhem) et verilmekteydi (Türkmen, 2002: 152-153). Bu konuda ihtiyaç, çoğunlukla seferin yapıldığı cihete göre Anadolu ve Rumeli'den sağlanan canlı hayvanların satın alımıyla karşılanmaktaydı.

Orduda önem verilen bir diğer iaşe maddeleri ekmek, hububat ve peksimettir. Ekmek, sefere hazırlık sürecinde menzillerdeki depolara konulmuş olan unlardan fırıncı esnafına ücretleri ödenip pişirilerek temin edildiği gibi, çeşitli kazalara konulan sürsat mükellefiyetiyle de elde edilmekte idi. Pişirtirme olanağının bulunmadığı zamanlar için ise, önceden pişirilip kurutulan peksimetler ekmek yerine kullanılmaktaydı (Türkmen, 2002: 151). Sefer durumuna geçmiş olan ordunun temel besin maddelerinden biri olan hububat ise, buğday, arpa ve pirinç gibi tahıl maddelerinden oluşmakta, devlet bunlara duyduğu ihtiyacı daha çok nüzül ve sürsat gibi yükümlülüklerle ya da mübaya'a usulüyle gidermekte idi (Sevinç, 2010: 216).

Tüm bunlarla birlikte ordunun yanı sıra hareket eden at, katır, öküz ve manda gibi yük ve binek hayvanını olarak kullanılan hayvanların yemleri, menzillere hazırlık kapsamında daha önceden depolanmış arpa, saman ve ot gibi yem maddelerinden karşılanmaktaydı (İşbilir, 1996: 2).

Ordu iaşesi için zahire ve peksimet temini

Zahire tanımı içinde yer alan arpa, buğday ve pirinç gibi hububatlar, Osmanlı Devleti'nde şehir ve kazaların iaşesi konusunda temel unsurlardı. Devletin, sınırları içerisinde kıtlık yaşanmamasına azami ölçüde dikkat etmesi hububat konusuna ayrı bir önem atfetmesine sebep olmuştu. Daha da önemlisi hububat türünden yiyecekler seferdeki ordunun beslenmesinde de hayati derecede öneme sahipti. Bu nedenle devlet, "ihracı memnu' meta" olarak kabul ettiği hububatın yabancı devletlere ihracını ve satışını yasaklamıştı. Hatta devletin sınırları dahilinde hububatın bir yerden başka bir yere nakledilmesi ve satılması da yalnızca izin verilmesi halinde mümkündü. Devletin temel anlayışı, hububatın yöre halkının ihtiyacı giderildikten sonra, fazlası varsa ihtiyaç duyulan başka yerlere gönderilmesiydi. Diğer durumda hububat, fazla kazanç elde etme isteğiyle, üretim merkezi olan kaza ahalisinin ihtiyaçları karşılanmadan, kaza veya ülke dışına satılabiliyor, bu suiistimal nedeni ile hububat darlığı meydana gelebiliyor, yöre halkının iaşe ihtiyacı için devlet, daha uzak yerlerden hububat sevk etmek zorunda kalıyordu (Güçer, 1952: 79-98). Ayrıca herhangi bir bölgede hububat darlığı veya kıtlığı ortaya çıktığında devletin ihtiyat ambarları devreye giriyor ve burada stoklanmış miri hububat ihtiyacı karşılamak için kullanılıyordu (Kaçan Erdoğan, 2001: 112).

Devlet bahsi geçen ihtiyat ambarlarından mal çıkışını, sefer dönemlerinde ordunun iaşesi konusunda halkın ticarî ve zirâî yaşamına da en az müdahalede bulunmak anlayışı ile itinalı bir şekilde organize etmek yoluna gitmişti. Bu anlayış neticesinde Osmanlı ordusu, seferleri sırasında taşıyabildiği miktarda malzemeyi yanında getiriyor, getiremediği veyahut tükenen malzemeyi ise ordunun geçiş güzergâhı üzerindeki ahalden zor kullanmadan karşılıyordu. Osmanlı yönetimi, askerlerin halka ait tahıl stoklarını yağmalamasına izin vermiyor, savaş bölgelerine en yakın bölge ile nakliyenin kolay sağlanabildiği vilâyetlerin halkından önceden ayarlanmış düzenli mübaya'alarla iaşenin teminini sağlıyordu (Murphey, 2007: 89-104).

Devlet sefer kararı aldığı zaman yönetimin karşı karşıya kaldığı en önemli sorunlar, ordunun iaşesinde gerekli olan zahire ve hayvanların ihtiyacı olan yemin tedariki ile bunlara harcayacağı parayı temin etme meselesi idi (İşbilir, 1996: 11). Bu durumda çoğunlukta devlet, bir taraftan sefer masraflarının bütçeye getirdiği maliyet yükünün hafifletilmesi, diğer taraftan da askerlerin erzağı ile ordunun teçhizatını taşıyan hayvanların yem tedariki meselesini düzeni aksatmadan aynı anda çözmek durumunda kalmaktaydı.

Ruşuk'ta bu mübaya'alar için Şehit Ali Paşa'nın mühürdarlığını yapmış Mustafa isminde bir zat görevlendirilmişti. Mübaya'alar buğday, arpa, un ve peksimet gibi ürünleri kapsamaktaydı. Rusçuk Kadısına gönderilen fermanla seferde kullanılmak üzere dörtbin kantar peksimetin ambarda mevcut olduğu bildirilmekle birlikte mahzenler açılıp sayım yapılması ve ne kadarının yemeğe uygun olduğunun rapor edilmesi istenmişti. Bazı çuvallarının tamamen çürüdüğü, ayrıca geçmiş senelerde yaşanan kıtlık sebebiyle halka satış yapılmasından mevcutta meydana gelen eksikliğin giderilmesi ve içlerinden çuvalları çürütenlerin yenilenmesi ile satılanların parasının, satıldığı değer üzerinden tahsil edilip Mühürdar Mustafa'ya teslim edilmesi istenmiş sonrasında İsâkçı iskelesine nakledilmesi emredilmişti (R.Ş.S., R52, 9b-1). Ayrıca Mühürdar Mustafa'ya Rusçuk, Silistre, Niğbolu ve çevresinden zahire alımı yapması, Rusçuk iskelesine alınan buğdayı arabacıların ücretini ödeyip naklettirmesi, hubbas taifesinden de fiyat alarak un yaptırıp, peksimet pişirttirmesi için emir verilmiş (R.Ş.S., R52, 15a-1), yapılan unların konulması için çuvalları Rusçuk ve havalisinden alarak ücretini devlet bütçesinden ödemesi istenmişti (R.Ş.S., R52, 38a-2, 44a-1). Bu unlardan pişirilecek peksimetler için fırın sahiplerinin çoğunun askeri taifeye dahil olmalarından kaynaklı mükellefiyetleri bulunmamasından dolayı işlerini yapmaktan kaçındıkları görülmüştür. Bu sebeple işlerin aksamaması için üzerlerine birer adam tayin edilerek pişirmeleri gereken peksimet sayısı tamamlanmadıkça fırınlarından dışarı çıkarılmaması tembih edilmiştir (R.Ş.S., R52, 33a-1). Ayrıca belgelerde meselelerle ilgili olarak doğacak sorunlara sebep olanlarla peksimetin pişirilmesini yavaşlatacak davranışta bulunanlara haklarından gelineceği de hatırlatılmıştır (R.Ş.S. R52, 38b-1).

Devlet, yukarıdaki örneklerde de görüldüğü gibi ordunun beslenmesinde sıkıntıya düşmemek için stokları ile ihtiyat ambarlarını kontrol ederek gerektiğinde alımlar yaparak ihtiyacı karşılama yoluna gitmiştir. Bunun dışında iaşe ihtiyacının karşılanması için başka yol, yöntem ve usuller de kullanılmıştır. Ancak bunlardan bilhassa iki tanesi çok öne çıkmıştır. İlki; iaşe tedariki masrafları merkezî hazinenin yükünü azaltmak amacıyla savaş, kıtlık ve benzeri olağanüstü şartlarda Divan'dan alınan kararlar çıkarılan "Avârız-ı Divaniye" olarak adlandırılan vergi uygulamasıdır. İkincisi ise, ziraattan elde edilen mahsullerin hem üretim hem de dağıtım sürecini takip etmek amacıyla oluşturulmuş devlet mekanizmasıdır.

Osmanlı belgeleri içerisinde "avârız-ı divaniye" ve "tekâlif-i örfiye" adıyla geçmekte olan bu vergiler çok yönlü ve çeşitlidir (Ortaylı, 2008: 140-141). Bu vergilerin talebi ile maksat, ordunun ihtiyaç duyduğu savaş malzemesi ile arpa, saman gibi yem maddelerini tedarik etmek ve ulaşımını sağlamak, gerekirse de amele, araba, hayvan bulmak, kürekçi, cerahor ve kavas isimleri ile anılan ordunun yardımcı sınıflarını temin etmek, hisar inşaatı ile tamirini yapmak gibi istihkâma yönelik hazırlıkları da içine alan hizmetleri sağlamaktır. Devlet, sefer durumu söz konusu olduğunda ordunun iaşesi için gereken maddelerin teminini ise, avârız mükellefiyetlerinin içinde sayılan nüzül, sürsat ve işira yöntemleri ile karşılamıştır (İşbilir, 1996: 15-23).

Nüzül

Sözlüklerde nüzül kelimesi, "inme, konma" şeklinde açıklanmaktadır. Askeri ve mali tabir olarak nüzül, türü ile miktarı önceden belirlenmiş zahirenin, ordunun sefer güzergâhı üzerindeki menzillere iaşede

sürekliği sağlamak için götürülmesi “indirilmesi” manasında kullanılmaktadır. Nüzülün tahsilinde avarız hane sistemi esas alınmakta olup, bölgenin mahsul verimliliği ile şehir, kasaba veya köy oluşuna bakılarak alınması gereken miktar belirlenmektedir. Başlangıçta mal ve hizmet olarak tahsil edilmekle birlikte, zaman içerisinde nakit olarak da toplanabilen bir vergiye dönüşmüş olduğu anlaşılmaktadır (BOA, Cevdet Askeriye, nr. 381-15756). Bu durum genellikle sefer bölgesine uzak olan yerler için uygulanmaktadır. Nüzül kapsamında aynî olarak toplanan zahirenin çuvallara konularak menzillere taşınması ve nüzül eminine (BOA, Cevdet Askeriye, nr.885-38048; Cevdet Askeriye, nr.420-17411) ya da mirî zahire ambarlarına teslimi kadıların vazifelerinden olup, (İşbilir, 1996: 16) bu konuda zaman zaman mütesellimlerin de görev aldıkları belgelerden anlaşılmaktadır (BOA, Cevdet-Maliye, nr.669-27418).

Sürsat

Ordu iaşesi için gerekli olan emtianın temininde kullanılmış olan bir diğer yöntem ise sürsattır. 1500’lerin son çeyreğinde avâız vergisinin ve nüzülün nakit ödeme şekline dönüşmesi ile mala duyulan ihtiyaçtan dolayı ortaya çıkmıştır. Sürsatta, ihtiyaç duyulan emtia miktarının ve türünün, kadılar tarafından kendilerine emredildiği gibi menzillere getirilmesi, belirlenen fiyatlardan alınarak ambarlarda depolanıp, muhafaza altına alınması esastır (BOA, Cevdet-Maliye, nr. 751/ 30615; Cevdet Askeriye, nr. 1219-54689; Kurtaran, 2012: 2273).

İştira

İştira, devletin esnaftan ya da çiftçiden serbest piyasa fiyatlandırması ile yaptığı satın alımların genel adıdır. Devletin bu yöntemle başvurduğu sebepleri ise nüzül ve sürsat toplamanın mümkün olmaması veya toplanmış olan zahirenin yeterli gelmeyip ihtiyacı karşılamamasıdır (BOA, Cevdet-Askeriye, nr.343-14240; Cevdet-Askeriye, nr. 1123-49799; Halaçoğlu, 1991: 57; Kurtaran, 2012: 2273).

Yol ve menzil sistemi ile iaşenin sefer alanına taşınması

Yollar, tarih boyunca bugün de olduğu gibi bütün devletler için ticari ve ekonomik faaliyetlerin sürekliliği, haberleşme, savaş dönemlerinde iaşe ve asker nakli gibi hususlar bakımından önemli olmuştur (Halaçoğlu, 1981: 123). Ortaçağdan itibaren uzun mesafe ticaretinin yapılabilmesini sağlayan büyük kervanların kullandığı düzgün bir kara yolundan bahsetmek mümkün değildi. Bu dönemde yollar kendiliğinden oluşan daha ziyade arazi şartlarının belirlemiş olduğu rotaları takip etmekteydi. Bu şekilde oluşan yolların küresel ve bölgesel bir şebeke meydana getirebilmesi için güvenlik, her türlü seyahati kolaylaştıran fiziki altyapı, konaklama imkânı ve bu tesislerin yakınlarında zamanla oluşan yerleşimin devamlılığı gibi birçok hususta yeterli olması gerekmektedir (Ertaş, 2011: 626-627). Bu bakımdan, çok geniş bir coğrafyaya hâkim olan Osmanlı İmparatorluğu’nda da gerek Anadolu’da, gerekse Rumeli’de ana yollar ile bunlara bağlı lüzumu kadar tali yollar yapılmış ve bunların bakımı ve korunması işlerine önem verilmişti (Miroğlu, 1997: 243).

Anadolu, Suriye, Mısır, Arabistan, Rumeli ve Balkan şehirlerine giden bu yolların başlangıç yeri İstanbul’du. Yollar İstanbul’dan Anadolu ve Rumeli’ye sağ kol, orta kol, sol kol olmak üzere üçer kol halinde yayılmaktaydı (Miroğlu, 1997: 241).

Bu yollar üzerinde, emirlerin ve diğer haberleşme unsurlarının yerlerine çabuk ve emin bir şekilde ulaştırılması ve tebliği için “menzil” adı verilen konak yerleri tesis etmiş ve bu noktalar ordunun iaşesinin temininde, ticari nakliyatla ve özel haberleşmelerde de kullanılmıştı. Bu bakımdan menzillerin ve menzil teşkilâtının, Osmanlı İmparatorluğu’nun, askeri olduğu kadar sosyal ve ekonomik hayatında da ne derece önemli olduğu ortaya çıkmaktaydı (Halaçoğlu, 1981: 123; Miroğlu, 1997: 243). Sefer güzergâhları üzerinde kurulan bu menzillerde daha önce belirtildiği gibi yöre kadısının yetkisi ve gözetiminde getirilen zahire askerî kullanım amacıyla inşa edilen zahire ambarlarına depolanırdı. Bu ambarlarda depolanan erzak, barış dönemlerinde, yörede vukua gelen ciddi kıtlık gibi acil durumlarda halka dağıtılır ya da bozulması ihtimaline karşı satılırdı (R.Ş.S., R52, 9b-1).

Sefer hazırlığında, ordu iaşesinin temini ve depolara taşınması, toplanmış olan erzakın orduya hangi mevkide ve coğrafyada olursa olsun sürekli akışının sağlanması, her zaman devletin dikkatle ele alması gereken konulardan olmuştur. Erzak nakliyesi için kara vasıtalarının yanı sıra, olanak sağlayan bazı coğrafyalarda zaman zaman gemiler de kullanılmıştır. Gemi taşımacılığında sadece denizler değil,

Rumeli’de Tuna, Anadolu’da Fırat ve Dicle nehirleri su miktarının müsait olduğu zamanlarda, sıklıkla erzak ve mühimmat ile ticarî malların nakliyesinde kullanılan güzergahlardan olmuşlardır (İşbilir, 2002: 154).

Sefer için gerekli olan malzemelerin naklinde ihtiyaç duyulan gemiler başlıca iki kaynak tarafından karşılanıyordu. İlki donanma dâhilindeki kalyonlar ve diğer gemiler, ikincisi de kiralanarak hizmete alınan ticaret gemileriydi. Miri gemiler yetersiz kaldığında tüccar gemilerinden faydalanılıyordu. İç bölgelerden iskelelere taşınan zahire, buradan savaş bölgesine naklediliyordu. Genel olarak sefer zamanı seyr ü seferde yoğunluk meydana geldiğinden güvenlik hem donanma ile hem de taşımacılık yapan gemilere asker yerleştirilerek sağlanıyordu (Türkmen, 2002: 62).

Ruşuk ve civar kazalardan toplanan zahire ve pişirtilen peksimetin doğu cephesine nakledilmesi hususunda Tuna Nehrine kıyısı olan ya da nehre ulaşım kolaylığı bulunan kazaların iskelelerinden faydalanılmıştır. Belgelere göre toplanan zahire Tuna Nehri’nin Karadeniz’e döküldüğü konumda bulunan İbrail İskelesi, İsmail İskelesi ve ana toplanma noktası olması hasebiyle İsakçı İskelesi ambarlarına konulmuştur. Daha sonra İsakçı’dan Karadeniz yoluyla Trabzon’a ulaştırılmıştır. Ulaşım ve nakliyat denizde ve nehirlerde kullanılmış olan bu gemiler için genellikle “sefine” tabiri geçmekle birlikte, bazı belgelerde kalite, fırkate, borazan, üstüaçık şeklinde gemi türlerinin isimlerine de rastlanmaktadır. (R.Ş.S., R52, 19b-2, 19b-3, 43b-1, 38b-2, 39b-1, 18a-1, 19a-2, 19b-1).

Devlet bilhassa doğu yönüne yapacağı seferlerde arazi şartlarının zorluğundan dolayı arabalardan ziyade yük hayvanlarını tercih ediyordu. Arabaların bozulması, tamirleri esnasında zaman kaybedilmesi gibi sebepler de hayvanların, özellikle kapasitesinin fazlalığından dolayı develerin, dayanıklılıklarından dolayı da yük atları ve katırların kullanılmasına sebep teşkil ediyordu (İşbilir, 1996: 65).

Bu dönemde beygirler için gördükleri işlere göre çeşitli isimler ortaya çıkmıştı. “Mekkâri beygiri”, zahirenin ve mühimmatın taşınması ile askerlerin eşyalarının naklinde kullanılanlara (R.Ş.S., R52, 35b-1), “topkeşan beygiri”, topların cepheye taşınmasında, “saka beygiri” ordunun ihtiyacı olan suyun taşınmasında, “menzil beygiri” ise ulakların kullandıklarına verilen isimler olmuştu. Katırlardan da kayıtlarda esterân olarak bahsedilmektedir. Osmanlıda tarım faaliyetlerinin temel mekanizasyonunu oluşturan hayvanlardan öküz ve mandalar da sefer esnasında diğer hayvanların yanı sıra mühimmatın ve zahirenin nakledilmesinde kullanılmışlarsa da, asıl işlevlerinin daha fazla güç gerektiren ağır topların nakliyesi olduğu görülmektedir (Genç, 2012: 241-242).

Ayrıca nakliye işinde karşılaşılan önemli sorunlardan biri de çok büyük miktarlar tutan zahire ve mühimmatın konulacağı çuvalların kısa zaman içerisinde temin edilememesi ve çuval fiyatlarının da bir hayli fazla olmasıdır (R.Ş.S., R52, 9b-1, 38a-2). Bu nedenle Osmanlı Devleti bazen nakliye işini, tımar ve zeamet tasarruf edenlere yükleyerek, nakliyenin maliyeye getirdiği yükü hafifletmeye çalışmış aksatanları ise cezalandırmıştır (BOA. Cevdet -Askeriye, nr. 1107/48963; Kurtaran, 2012: 2276).

Serhad kalelerinde tamir ve takviye çalışmaları

Vidin, 1400’lerde Osmanlı’nın sahip olduğu Avrupa’daki en önemli sınır kaleleri arasındaydı. Ancak daha sonra sınırların Macaristan’a kaymasıyla serhat olma özelliğini yitirmiş, içerlerde kalmış ve askerî önemi azalmıştı. 1700’lerin başında Vidin, Temeşvar Eyaleti’nin bir sancağı olarak, Rumeli coğrafyasının Tuna’daki kapılarından birisiydi. Bu kalenin askeri olarak tekrar değerlendirilmesi, 1683-1699 tarihleri arasında yaşanan savaşlarda kısa bir müddet Habsburg’ların işgali altında kalıp, bilahare tekrar Osmanlı hâkimiyetine girmesinden sonra olmuştur. Bu işgalden sonra Vidin, tekrar tahkim edilmiş ve içine bir garnizon yerleştirilerek korunmaya başlanmıştır. Avusturya işgalinin yaşandığı on aylık periyot içerisinde Habsburg askerî mühendislerinin tahkimatla alakalı çalışmaları, Vidin’de modern askerî mimari çalışmaların ilk örneklerinden biri olmuştur. Esasen Vidin Kalesi, etrafında inşa edilmiş palankalarla beraber bir savunma hattı oluşturuyordu. Sayılarının dokuzu bulunduğu bilinen bu palankalardakilerle birlikte, Vidin kalesi muhafız askerlerinin çok fazla olmadığı, ancak muhafızların içinde yeniçeri birliklerinin de bulunduğu görülmekteydi (Gezer, 2016: 43-45).

Sefer hazırlıkları çerçevesinde ele alınan diğer bir husus da, bu kalelerin ve palankaların saldırıya uğramaları ihtimalinden dolayı tamirlerinin yapılmasıydı. Buna göre kalelerin cebehane, ambar ve tabyaları tamir edilip elden geçirilirdi. Bu işlerde çalıştırılmak üzere amele alımı da yapılarak gerekli iş gücünün temini yoluna gidilirdi.

Bu konu ile alakalı İran seferinden hemen önce Rusçuk Kadısına çeşitli emirler gönderilmiştir. Bunlarda Vidin kalesinin Tuna Nehri tarafındaki seyirdim duvarlarının kargır olmak üzere inşa edilmesi ve gerekli görülen binalarında da hizmet etmeleri için yevmiyesi yirmişer akçeden adamların temini konuları vurgulanmaktadır (R.Ş.S., R52, 16b-2). Bu konu ile ilgili diğer bir belgede araba gereksiniminin karşılanması ile temin edilmesi istenilen adamların işten kaçmayıp firar etmeyeceklerine dair mutemet kişilerden kefil istenmiştir (R.Ş.S., R52, 25b-1). Ayrıca başka bir belgede bu binaların yenilenmesi hizmetinde malzeme taşımak üzere kullanılacak olan yirmi beş parça üstü açık sefine tabir edilen Tuna gemilerinin on parçasının altı seneden beri elden geçmediği belirtilerek, Ahmet Kaptanın sorumluluğunda olmak üzere işin Yergöğü'nde, Eflâk vilayetinden getirilecek keresteler ile marangoz, demirci ve ameleler temin edilerek ücreti mukabilinde yapılması emredilmiştir (R.Ş.S., R52, 26b-1).

Balkanların elde tutulması ve Avusturya'dan gelebilecek herhangi bir saldırının engellenmesinde çok önemli bir rolü olacağı değerlendirilen Niş Kalesi, çağının askerî mühendislik tekniklerine göre yeni baştan inşa edilmek istendiyse de, bu kapsamlı proje, Avusturya ile girilen savaşlar neticesinde akamete uğramıştır. Niş Kalesi ile garnizonunun, tekrar hayatî bir mesele haline gelmesi, Temeşvar ve Belgrad kalelerinin 1716-1717 yıllarında Habsburg hakimiyetine girmesinden sonrasına rastlar (Gezer, 2016: 43-45). 1734-1735 senelerinde İran savaşı hemen öncesinde devletin serhad kalelerinden olan Niş kalesinin cebehanesine ikmal maksadıyla İstanbul'dan mühimmat gönderilmiş, bunların suyollarından yararlanılarak İsakçı İskelesinden Tuna'nın ocaklık şaykaları ve üstü açık tombaz gemileriyle Rusçuk'a, bilahare Vidin üzerinden Niş Kalesi'ne getirilmeleri emredilmiştir. (R.Ş.S., R52, 38b-2). Yine bu konu ile alakalı başka bir fermanında, Niş kalesine gönderilen kırk parça top ve mühimmatın bir an evvel ulaştırılması maksadıyla cerahorlar tutularak işin hızla bitirilmesi istenmiştir (R.Ş.S., R52, 39b-1). Bu dönemde benzer bir şekilde Bosna Eyaleti'nde ki kaleler için de hazırlıklar yapıldığı ve görev için Dergâh-ı âlî gediklilerinden Abdullah Ağa ile bir takım çorbacıların tayin edilmesinden işe büyük önem verildiği anlaşılmaktadır. Bu hazırlıklar süresince kullanılan gemilerin yeterli olmadığı zamanlarda sivil kaynaklardan borazan (Bolazan) sefinesi ve cerahor tutulduğu da görülmektedir (R.Ş.S., R52, 18a-1).

Bu hazırlıklar esnasında Tuna Nehrinin suyunun azalmasından dolayı İsakçı, İbrail ve Rusçuk güzergahında yapılan taşımacılığın sekteye uğradığı bildirilmekte, nakil ile alakalı bir çözüm bulunması, gerekirse cerahorlardan yararlanılarak bu sıkıntının giderilmesi zaman zaman tehdit dili de kullanılarak (selamet-i halleriniz lazım ise) sıkıca tenbih edilmiştir (R.Ş.S., R52, 19a-2). Bu bahsedilen konu ile alakalı buyruğunda kalelere gönderilen topların ve mühimmatın taşınmasında kullanılan gemilerin eskiliğinden bahsedilerek, taşıma için ek olarak gemi kiralanması istenmektedir. Buradan da Tuna'da seyr ü sefer eden devlet gemilerinin ihmal edildiği anlaşılmaktadır (R.Ş.S., R52, 19b-1). Ayrıca sınır güvenliği maksadıyla aynı şekilde Akkerman Kalesinin tamirinin yapılması (R.Ş.S., R52, 27b-1) ve Azak Kalesine de Özi Eyaletindeki sancaklarda bulunan zeamet ve tımar sahiplerinin "bayrak açub" asker toplayarak derhal gitmesi emredilmiştir (R.Ş.S., R52, 39b-2).

1718 yılından sonra Vidin, 1739 yılına değin Habsburg tehdidine karşı Osmanlı savunmasının merkezi olacak, 1739 sonrasında da bir sınır kalesi ve garnizonu olma önemini korumaya devam edecektir.

Sonuç

Araştırmada, başta ana hatlarıyla bahsedilen Osmanlı-İran savaşlarının 1734-1735 yılındaki sefer hazırlıkları, sefer öncesi ve sefer süresince lojistik faaliyetleri ve sefer organizasyonlarının Rusçuk özelindeki gelişmesi ele alınmıştır.

Bu konu ile alakalı olarak Rusçuk'da, tüm Osmanlı taşrasında olduğu gibi iaşe depolama fonksiyonu ile depolanan iaşenin askere ulaştırılması faaliyetlerini içeren bir süreç olduğu, ayrıca nakliyenin hızlı ve sorunsuz olarak gerçekleştirilebilmesi maksadıyla devletin, uygun bölgelerde deniz taşımacılığını kullandığı görülmektedir.

Ruşçuk şehri ve iskelesi ile Yergöğü şehri ve iskelesinin oluşturduğu işbirliği örüntüsünün, hem Tuna Nehri'ne kıyısı olan kalelere yapılacak sevkiyatlarda, hem de kara yoluyla gönderilecek emtianın naklinde kilit bir rol oynadığı görülmektedir.

Ruşçuk şehrinin, Tuna Nehri'ne göre konumu ve verimli topraklara sahip olması özellikleri ile lojistik ve işe temininde farklı boyutlarda hizmet ettiği de yine belgelerden anlaşılmaktadır. Şöyle ki, belgelere göre İran seferleri için gerekli ürünlerden olan arpa, buğday ve peksimetin bir kısmının buradan temin edildiği yani şehrin bu durumda tedarik merkezlerinden biri olma rolünü üstlendiği anlaşılmaktadır. Rusçuk, sadece temel ihtiyaçların karşılanması açısından değil, kale tahkimatları ile tamirati konularında da bir merkez görünümündedir. Vidin kalesinin mühimmat olarak güçlendirilmesi ve takviyesi ile Niş kalesinin tamirati için malzemeler de buradan temin edilmektedir.

Ayrıca devletin, işe temini ve nakliyesi hususunda hazinenin yanı sıra yerel ekonomiyi de korumanın önemini kavradığını ve ahaliyi incitmeyecek şekilde tedbirler almaya gayret ettiğini Rusçuk özelinde görmekteyiz. Bunu da ihtiyaç duyulan işe mallarını serbest piyasadan alımlar yaparak ya da taşımacılıkta angarya yerine gemi kiralama yolunu tercih ederek göstermekteydi.

Belgelere göre Rusçuk, savaş öncesi hazırlıklar kapsamında işe temini ve nakli konusunda başkentle birçok yazışma yapmıştır. Bu yazışmaların bir kısmı da serhat kaleleri hüviyetindeki çevre kalelere top ve mühimmat nakli, kalelerin tamiri ve asker takviyesi konularını içermekte idi. Bu durumdan anlaşılmaktadır ki devlet, savaş öncesi hazırlıklarını sadece doğudaki sefer yapacağı güzergaha yönelik değil, aynı zamanda saldırı gelebileceği endişesiyle batı sınırlarında da yapmakta idi. Bu durum devletin en azından 18. Yüzyılın ilk yarısında düşman algısını göstermek açısından önemli bir durumdu.

Kaynakça

- Adıgüzel, A., Yıldırım, A. (2017). I. Mahmud dönemi (1730-1754) Osmanlı-İran ilişkileri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S.VIII., C.4.
- Ateş, A. (2001). *Avşarlı Nadir Şah döneminde Osmanlı-İran ilişkileri*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, [Doktora Tezi].
- Emecen, M. F. (2008). *İlk Osmanlı savaşları ve taktikleri üzerine bazı tespitler. eski çağ'dan modern çağ'a ordular*, (Ed. M. Feridun Emecen), Kitabevi Yayınları.
- Ertaş, M. Y. (1999). *Osmanlı Devleti'nde sefer organizasyonu*, Osmanlı, C.VI. Yeni Türkiye Yayınları,
- Ertaş, Mehmet Y. (2011) Savaşlarla şekillenen yollar: Osmanlı Devleti'nde yol sistemi. *CIEPO Uluslararası Osmanlı Öncesi ve Osmanlı Tarihi Araştırmaları 6. Ara Dönem Sempozyum Bildirileri*, C. I, İzmir, ss. 625-652.
- Fidan, F. (2014). *18. Yüzyılda İstanbul'un ve Ordu'nun işesinde tuna iskelelerinin rolü (1711-1768)*. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, [Doktora Tezi].
- Franz B. (2009), *Ruşçuk, İA*, C. IX, İstanbul, MEB.,
- Genç, S. (2012). III. Ahmed dönemi İran seferlerinde nakliyenin sağlanması ve nakliye vasıtaları (1722-1725). *History Studies*, S. 4/1.
- Gezer, Ö. (2016). *Kale ve nefer: Habsburg sınırında Osmanlı askerî gücünün yeniden örgütlenmesi (1699-1715)*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, [Doktora Tezi].
- Güçer, L. (1964), *XVI- XVII. Asırlarda Osmanlı İmparatorluğu'nda hububat meselesi ve hububattan alınan vergiler*, Simurg Kitabevi.
- Güçer, L. (1952). XVI. Yüzyıl sonlarında Osmanlı İmparatorluğu dahilinde hububat ticaretinin tabi olduğu kayıtlar. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 13,1-4.
- Halaçoğlu, Y. (1991). *XIV-XVII. Yüzyıllarda Osmanlı Devlet teşkilâtı ve sosyal yapı*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Halaçoğlu, Y. (1981). Osmanlı İmparatorluğu'nda menzil teşkilatı hakkında bazı mülahazalar. *Osmanlı Araştırmaları*, II, İstanbul, ss. 123-132.
- İnciciyan, P.L. (1976). Osmanlı Rumelisi'nin tarih ve coğrafyası, (Çev.Hrand Andreasyan). *Güney-Doğu Avrupa Araştırmaları Dergisi*. 4-5, 1975-1976.

- İşbilir, Ö. (1996). *XVII. yüzyıl başlarında şark seferlerinin iâşe, ikmâl ve lojistik meseleleri*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, [Doktora Tezi].
- İşbilir, Ö. (2002). Osmanlı ordularının iâşe ve ikmâli: I. Ahmed devri İran seferleri örneği. *Türkler*, C.X,
- İşbilir, Ö. (2020). Osmanlı ülkesinde son safevî şehzâdeleri: Sam Mirzâlar. *İstanbul Üniversitesi Tarih Dergisi - Turkish Journal of History*, S.71.
- Kaçan E. M. (2001). *II. Viyana kuşatması*. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, [Doktora Tezi].
- Karahan, A. (2021) ,Tuna Nehri ve kıyılarındaki yerleşim yerleri hakkında XVIII. yüzyıl sonlarında kaleme alınan bir risale (değerlendirme ve çeviri metin). *Türk Kültürü İncelemeleri Dergisi*, 45.
- Kiel, M. (2008). Rusçuk, *DİA*, C. XXXV.
- Kimya, O. (2018). Nadir Şah Afşar Dönemi Osmanlı-İran münasebetleri ile ilgili Türkiye’de yapılan akademik çalışmalar. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, S.14.
- Kurtaran, U. (2012). Osmanlı seferlerinde organizasyon ve lojistik. *Turkish Studies, International Periodical for The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic*, Volume 7/4 .
- Majer, H. G. (1981). 17. yüzyılın sonlarında Avusturya ve Osmanlı ordularının seferlerdeki lojistik sorunları. *Osmanlı Araştırmaları Dergisi*, S.2,C.2.
- Miroğlu, İ. (1997), Osmanlı yol sistemine dair. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Enstitüsü Dergisi, Prof. Dr. Münir Aktepe’ye Armağan*, Sayı: 15, ss. 241-252.
- Murphey, R. (2007). *Osmanlı’da ordu ve savaş 1500-1700*. (M. Tanju Akad, çev.) Kitap Yayınevi,
- Ortaylı, İ. (2008). *Türkiye teşkilât ve idare tarihi*. Cedit Neşriyat.
- Özcan, A. (2002). Nadir Şah ve Afganistan, *Afganistan üzerine araştırmalar*. (Yay.Haz. Ali Ahmetbeyoğlu). Tarih ve Tabiat Vakfı Yayınları.
- Özkan, E. E. (2006). *R-20 Numaralı Rusçuk kadı sicili transkripsiyon ve tahlili (H.1244-1247/M.1828-1831)*, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, [Yüksek Lisans Tezi].
- Sevinç, T. (2010). *1695 ve 1696 Avusturya seferlerinde organizasyon ve lojistik*. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, [Doktora Tezi].
- Taşagıl, A. (1999). Hüseyin Mirza, *DİA*, C.19.
- Topal, M. (2008). II. Mustafa’nın Avusturya seferlerinde Rusçuk şehri ve limanı’nın önemi. *Türklük Araştırmaları Dergisi, Mücteba İlgürel Armağanı II Özel Sayısı*.
- Türkmen, M. N. (2002). Kamanıçe seferinin lojistik hazırlıkları. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, [Doktora Tezi].
- Uzunçarşılı, İ. H. (2002). *XVIII. Asırda Osmanlı-İran münasebetleri*, Türkler. C.12, Yeni Türkiye Yayınları.
- Yıldırım, M. Z. (2002). 1724-1727 İran seferleri sırasında askeri hazırlıklar ve aksaklıklar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. IV, S. 1.
- Yıldız, H. (2006). *Haydi Osmanlı sefere: Prut seferi’nde lojistik ve organizasyon*. İş Bankası Yayınları, R52 numaralı Rusçuk Şeriyeye Sicili
- BOA, Cevdet- Askeriye, nr. 381-15756
- BOA. Cevdet -Askeriye, nr. 1107/48963.
- BOA. Cevdet- Askeriye, nr.885-38048
- BOA. Cevdet- Askeriye, nr.420-17411
- BOA. Cevdet-Askeriye, nr. 876/ 37606.
- BOA. Cevdet- Askeriye, nr. 1219-54689
- BOA. Cevdet-Maliye, nr. 751/ 30615.
- BOA. Cevdet-Maliye nr.669-27418

II. Meşrutiyet dönemi basınında tarımsal kalkınmayı savunan bir yayın organı: Felahat

A publication organ defending agricultural development in the press of the II. constitutional period: Felahat

Gönderim Tarihi / Received: 03.03.2023

Kenan DEMİR¹

Kabul Tarihi / Accepted: 02.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1259546](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1259546)

ÖZ: Osmanlı Devlet’inde tarımsal yayıncılık 1880’lerden itibaren yaygınlaşmış ve II. Meşrutiyet dönemi ise en canlı olunan yayıncılık dönemi olmuştur. Osmanlı Devleti’nin bir tarım ülkesi olması nedeniyle iktisadi kalkınmada tarımsal konular önem arz etmiş ve bu bağlamda ziraat yayıncılık örnekleri fazlalaşmıştır. II. Meşrutiyet döneminde çıkan tarımsal yayım organlarından biri de *Felahat* dergisi olmuştur. Osmanlı Devleti’nde Ziraat Bakanlığı’nda ve çeşitli eğitim kurumlarında muallim olarak istihdam edilen ziraat uzmanlarının yazar kadrosunu oluşturduğu *Felahat*’ın içeriği genelde tarımsal konuları kapsamamasına karşın iktisadın diğer sektörlerine yönelik de yazılar da çıkmıştır. Osmanlı Devleti’nin tarımsal kalkınmasını daha elzem olduğunu belirten *Felahat*, bu bağlamda tarım sektörünün sorunlarına değinmiş ve ne gibi politikalar geliştirirse kalkınmış bir tarım sektörü olacağına yönelik çözüm önerileri getirmiştir. Bu çalışmada *Felahat* dergisinin 1913-1918 döneminde çıkan yazılar doğrultusunda Osmanlı Devleti’nin tarım sektörünün sorunları ve politikaların neler olduğu gösterilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Devleti, Tarım sektörü, İktisadi kalkınma, Ziraat yayıncılık, Felahat

ABSTRACT: Agricultural broadcasting became widespread in the Ottoman Empire from the 1880s and became the broadcasting sector in which the II Legitimacy period was the most vibrant. Due to the fact that the Ottoman Empire was an agricultural country, agricultural issues were important in economic development and in this context, the examples of agricultural publishing increased. Felahat magazine was one of the agricultural publication organs published during the II. Constitutional Monarchy period. Although the content of Felahat, which consisted of agricultural experts employed as teachers in the Ministry of Agriculture and various educational institutions of the Ottoman Empire, generally covered agricultural subjects, it was also published in other sectors of the economy. Stating that the agricultural development of the Ottoman Empire was more essential, Felahat touched upon the problems of the agricultural sector in this context and offered solutions for the Ottoman Empire to be a developed agricultural sector, whatever policies it develops. In this study, it has been tried to show the problems and policies of the agricultural sector of the Ottoman Empire in line with the articles published in the period of 1913-1918 in the Felahat journal.

Keywords: Ottoman State, Agricultural sector, Economic development, Agricultural publishing, Felahat

¹ Doç. Dr. İstanbul Medipol Üniversitesi/İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi/Uluslararası Ticaret ve Finansman, kdemir@medipol.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1508-5978>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Despite the implementation of various policies in order to develop economically from the beginning of the 19th century, the Ottoman Empire could not achieve sufficient success and the economic problems continued unchanged for more than a century. In line with the international division of labor of the Ottoman Empire, the development of the agricultural sector has become an opinion since the 1850s, and the Ottoman Empire has made many initiatives for the realization of agricultural development. Although it achieved partial success in the agricultural sector, it could not realize radical changes regarding the problems. Although the inadequacy of factors such as capital and human capital in the Ottoman Empire were the most important factors in not solving agricultural problems, the lack of competent Ottoman bureaucrats who were knowledgeable in agricultural issues also caused agricultural problems to become chronic.

Ottoman bureaucrats started their initiatives by reorganizing agricultural institutions for the development of the agricultural sector of the Ottoman Empire and established a modern-style agricultural bureaucracy network. With the formation of the idea that teaching the public the modern agricultural method to increase agricultural production would increase agricultural production, initiatives such as educational institutions, sample farms and agricultural broadcasting were carried out in the provinces to provide educational information to the public on this subject. Due to the importance of mechanization in production in addition to applying modern agricultural methods, the import of these machines was encouraged for the use of the latest technology invented in Europe in the agricultural sector and guiding policies were implemented for the farmers to supply these machines. Attempts were made on agricultural loans to supply both machinery and agricultural planting costs, and in this direction, Homeland Funds were established and Homeland Funds were transformed into Ziraat Bank in 1888. Investments were made in transportation for the development of commercial agriculture and the cultivation of industrial agricultural products by the farmer, and the transportation network of the Ottoman Empire was strengthened.

After the declaration of the II. Second Constitutional Monarchy, a new administration came to power in the Ottoman Empire and the Union and Progress administration made many economic initiatives for the economic development of the Ottoman Empire and gave more importance to the agricultural sector due to its relatively developed agricultural infrastructure. It has continued its agricultural investments and policies since the 19th century. In this study, the problems of the Ottoman agricultural sector were examined in the light of Felahat magazine. After the index of 67 issues of Felahat magazine, which was published in the period of 1913-1919, was published, the agricultural problems of the Ottoman Empire and solution suggestions were explained in the light of the publication policy of the magazine. In the study, the descriptive method was applied and the agricultural problems of the Ottoman Empire were examined by considering the chronological history process.

As a result of factors such as the Ottoman Empire's position as an agricultural country as an economic sector and the censorship of political issues in general, many agricultural publications were published and agricultural issues were heavily covered in political newspapers. Felahat, one of the journals published in the field of agriculture during the II. Constitutional Monarchy period, although it was published as an agricultural journal, touched on other economic sectors and problems.

Results

Felahat A publication policy aimed at the economic problems experienced during the II. Constitutional Period and the content of the articles published in the magazine created the economic problems of the Ottoman Empire. Felahat also paid attention to the publication of articles that would help Ottoman farmers in their agricultural plantings and increase their knowledge, and the language of the newspaper was simple and understandable so that the people could understand the articles more easily. Felahat tried to use modern agricultural methods instead of traditional farming methods by farmers and to spread the use of agricultural machinery. He touched upon the problems experienced by the farmers during agricultural planting and made suggestions to solve them and tried to eliminate the problems by

expressing them. He wanted the farmers to increase their production and emphasized that with the realization of more market-oriented industrial and animal production, both their own welfare would increase and the economic development of the state would be realized. Although Felahat is an agricultural journal, subjects such as trade, industry and transportation were also the economic sectors that the journal touched on, and these articles were mostly related to agricultural production and stated that the development of trade, industry and transportation would increase agricultural production.

Giriş

Osmanlı Devleti, iktisadi anlamda 19. yüzyılın başından itibaren kalkınmak için çeşitli politikalar uygulanmasına karşın yeterli bir başarı sağlayamamış, iktisadi sorunlar bir yüzyıldan fazla değişmeden devam etmiştir. Osmanlı Devleti'nin uluslararası iş bölümü doğrultusunda tarım sektörünün geliştirilmesinin uygun olduğu 1850'lerden itibaren bir kanaat haline gelmiş ve tarımsal gelişmenin gerçekleştirilmesi için Osmanlı Devleti'nde birçok girişim gerçekleştirilmiştir. Tarım sektöründe kısmi bir başarı yakalanmasına karşın sorunlara yönelik radikal değişimleri gerçekleştirememiştir. Osmanlı Devleti'nin sermaye ve beşerî sermaye gibi faktörlerinin yetersizliği tarımsal sorunların çözülmemesinin en önemli faktörleri olmasına karşın tarımsal konulara vakıf ve dirayetli Osmanlı bürokratlarının olmaması da tarımsal sorunların kronik bir hale gelmesine sebep olmuştur.

Osmanlı bürokratları Osmanlı Devleti'nin tarımsal sektörünün kalkınması için öncelikle tarımsal kurumları yeniden organize ederek girişimlere başlamış ve modern tarzda ziraat bürokrasisi ağını kurmuşlardır. Halka modern tarım yöntemlerinin öğretilmesinin tarımsal üretimi artıracak fikrinin oluşumuyla birlikte halka bu konuda eğitici bilgilerin verilmesi için vilayetlerde eğitim kurumları, numune çiftlikleri ve tarımsal yayıncılık gibi birçok girişimde gerçekleştirilmiştir. Çiftçinin modern tarım yöntemlerini uygulamanın yanında makineleşmenin üretimdeki öneminden dolayı Avrupa'da icat edilen son teknoloji tarımsal araç ve gereçlerin tarım sektöründe kullanılması için bu makinelerin ithali teşvik edilmiş ve çiftçilerin bu makineleri teminine yönelik yol gösterici politikalar uygulanmıştır. Hem makine temini hem de üretim maliyetlerini tedarik etmek için tarımsal kredi konusunda girişimlerde bulunulmuş ve bu doğrultuda Memleket Sandıkları tesis edilmiş ve Memleket Sandıkları 1888'de Ziraat Bankası'na dönüştürülmüştür. Ticari tarımın geliştirilmesi ve çiftçinin endüstri tarım ürünlerinin ekiminin gerçekleşmesi için ulaşım konusunda yatırımlar gerçekleştirilmiş ve Osmanlı Devleti'nin ulaşım şebekesi güçlendirilmiştir.

II. Meşrutiyet'in ilanından sonra Osmanlı Devleti'nde yeni bir yönetim iktidara gelmiş ve İttihat ve Terakki yönetimi, Osmanlı Devleti'nin iktisadi kalkınmasının gerçekleştirilmesi için birçok iktisadi girişimde bulunmuş, göreceli olarak gelişkin bir tarımsal alt yapı olması nedeniyle tarım sektörüne daha fazla önem vermiş ve 19. yüzyıldan beri gerçekleştirilen tarımsal yatırım ve politikalarını devam ettirmiştir. Bu çalışmada Osmanlı tarım sektörünün sorunları *Felahat* dergisi ışığında incelenmiştir. *Felahat* dergisinin 1913-1919 döneminde çıkan 67 sayısının fihristi çıkartıldıktan sonra derginin yayım politikası ışığında Osmanlı Devleti'nin tarımsal sorunları ve çözüm önerileri anlatılmıştır. Çalışmada tasvir yöntemi uygulanmış ve Osmanlı Devleti'nin tarımsal sorunları kronolojik süreç dikkate alınarak incelenmiştir.

***Felahat*'ın künye bilgileri ve yayım politikası (1913-1919)**

Felahat, 28 Mart 1913 ile Şubat 1919 tarihlerinde on beş günde bir olarak 16 sayfa halinde 67 sayı çıkmıştır. 34. sayıya kadar düzenli çıktıktan sonra derginin çıkışında bazı aksaklıklar yaşanmış ve 44. sayıdan itibaren ise aylık yayımlanmaya başlamıştır. Yayım politikasını 40. sayıya kadar *Ziraat, Baytar, Sanayi ve Ticari Mecmua*, (*Felahat*, 1913: 1) ve bu sayıdan kapanana kadar ise *Yeni Çiftlik Mecmuası* olarak açıklamıştır (*Felahat*, 1917: 1) Tüm sayılarında imtiyaz sahibi ve başyazarı Sabuh İstipanyan (Birinci, 1938: XII), yazı işleri müdürü ise Ahmed Talad ve Leon olarak verilmiştir. Derginin bir nüshası 40 para olarak satılmış, senelik aboneliği ise 30 kuruş olarak belirtilmiştir (*Felahat*, 1913; 1917: 1). Derginin nüshaları Matbaa-i Hayriye Şürekâsı ile Matbaa-i Orhaniye Kolektif Şirketi'nde neşredilmiştir. *Felahat*, yerel vilayetlerin de ziraatına önem vermiş ve bu doğrultuşa derginin 41-42. sayısı sadece Aydın bölgesi ziraatına ayrılmış ve bu sayı Aydın özel nüshası olarak çıkmıştır. Özel nüsha olarak hazırlanan sayının 100 nüshası da Aydın Vilayeti incir üreticilerine hediye olarak ücretsiz dağıtılmıştır (*Felahat*, 1917: 1).

İfade-i Mahsus: İki Söz (*Felahat*, 1913: 1) başlıklı giriş yazısında *Felahat*'ın çıkış amacı açıklanmıştır. *Felahat*, Osmanlı Devleti'nin kendisini bir çiftçi ülkesi olarak tanımlamasına karşın çiftçiliğin Nuh zamanından kalma yöntemlerle işletilmesini eleştirmiştir. Osmanlı çiftçilerinin Amerika ve Avrupa çiftçiliğinin gelişmesini sağlayan modern tarım yöntemlerinden habersiz şekilde ziraatla iştigal ettiğini belirtmiş ve *Osmanlı Devleti*'nde arazilerin modern tarım yöntemleriyle işletirilmesi gerektiğini

savunmuştur. Tarımda ilerlemek için Osmanlı çiftçilerinin modern tarım yöntemlerini uygulamasını önermiştir. *Felahat*'ın çıkarılış amacı da *Osmanlı Devleti*'nde modern tarım yöntemlerinin yaygınlaşmasını sağlamak olarak açıklanmış ve derginin dili halkın anlayacağı bir şekilde sade Türkçe ile yazılacağı ifade edilmiştir. *Felahat*, *Osmanlı Devleti*'nde ziraat gazete ve dergilerine ilgi gösterilmemesine, halkın kahvehanelerde miskin miskin oturarak mizahi ve siyasi gazeteleri okumasını ve siyasi politikalarından başka havadislerle ilgilenmemesini eleştirmiştir. Çiftlik sahibinin tarlasında çiftçilikle vakit geçirmemesi ve toprağın veriminin artırmanın yollarını aramamasını da eleştiren *Felahat*, halkın toprağa olan alakasının yüzeysel olduğunu belirtmiştir. İngiltere'de lordların, Mısır'da felahların, Türkistan'da Türkmenlerin tarımı modern yöntemlerle işlediğini ve ziraatı geliştirmek için her türlü çabayı gösterdiğini vurgulamıştır. Mısır'ın kalkınmasının felahların gayreti sayesinde gerçekleştiğini ve Osmanlı çiftçilerinin de vaktin değerini ve sabanın kudretini anlayarak el birliği ile toprağı işlemeye başlaması ve Anadolu'yu iktisaden kalkındırması gerektiğini ifade etmiştir. Derginin ana gayesinin modern ziraat yöntemlerini bilen yazarlarla ziraat ve ziraatın alt şubelerinden bahsetmek olduğu açıklanmıştır. Dergide ormancılık, baytarlık, ticaret ve sanayi konularında da yazıların çıkacağı ifade edilmiştir (*Felahat* 1913: 1-3).

Kapak sayfasının ön kısmında derginin yazar kadrosunun listesi verilmiştir. Listeye göre Ziraat ile Şuubatı Muharrirleri: İhsan, İzmir'de Seydiköyü Bağcılık ve Bahçevanlık Müdürü (Onnik İhsan); Agop Sinasyan, İzmit Ziraat Memuru; Behram Vehbi, Mısır'da Memalik-i Hara Ziraatı Müdavimi; Tahsin, Sütçülük Mektebi Müdürü; Süreyya, Halkalı Ziraat Mekteb-i Alisi Muallimi; Hasan Basri, Şehremaneti Fen Memuru; Hikmet, Selanik Sabık-ı Ziraat Memuru; Senekerim İstipanyan, Kastamonu Çiftlik Mektebi Müdürü; Talat, Mısır'da Çiftlikat Nazırı; Arapyan, İzmit Çiftlikat Müdürü; Ali Rıza, İzmir Seydiköyü Bağcılık ve Bağçevanlık Mektebi Müdür-i Muavini; Faik, Ziraat Müfettiş Umumisi; Kalfayan, Ziraat Nezareti Fen Şubesi Müdür-i Muavini ve Halkalı Ziraat Mektebi Alisi Muallimi; Karekin Deveciyan, Balıkxhane Merkez Müdürü; Kirkor, Ziraat Nezareti Kimyageri; Kimon, Halkalı Ziraat Mekteb-i Alisi Muallimi; Lütfi Arif ve Versail Bağçevanlık Mektebi Müdavimi; Lui Polopis, John Fawlor ve Şürekası, Ziraat Mühendisi; Muştafa Sabit, Üsküp Sabık-ı Çiftlik Mekteb-i Müdürü; Mihalaki: Mısır Memalik-i Hara Ziraatı Müdavimi; Nebil, Darphane Kimyageri; Nureddin, Kimyager; Baytar Muharrirleri: Simon Küçükyan, Baytar Mekteb-i Alisi Müdür-i Sanisi; Osman Nuri, Bakteriyolog; Karekin Arsinyan: Tophane Müzeceleri Baytarı; Yorgi, Baytar Mekteb-i Alisi Muallimi; Ticaret ve Sanayi Muharrirleri: Arşak Seğpusyan, Ticaret Mekteb-i Alisi Muallimi; Alber Barzilay, Ticaret Mekteb-i Alisi Muallimi; Sarkis Nihad, Ticaret Mekteb-i Alisi Muallimi; Yervant Zeki, Tüccar; Ormancılık Muharrirleri: Asaf Cemal: Orman Mekteb-i Âlisi Muallimi; Hırant Danzikyan, Orman Mekteb-i Âlisi Muallimi; Hukuk Muharriri: Sebuğ Navasartyan, Deavi Vekili. (*Felahat*, 1913: 1).

Listede ismi olmayan ancak dergide yazıları çıkan yazarlar ise şu isimlerden oluşmuştur: Abdülhakem Haras, İlhami, Şinasi, Ohannes, Ata Hamdullah, A. Fikret, Ali Kemal, Ali Osman, Ziya, Selim, Feridun, Ahmed Hamdi, Agop, Mehmed Reşid, Fazıl, Seyyid Ahmed Mahmud, Agop Oskan, Dikran Elmasyan, Arif Hikmet.

Derginin yazarlarından Simon Küçükyan, Osmanlı Ticaret Okulu ile 1893'te Halkalı Ziraat Mektebi'nde mezun olmuş ve 1908'de Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte İstanbul'da Veterinerlik Okulu müdürü olarak görev almıştır (Stepanyan, 2014: 99). Senekerim İstipanyan, Kastamonu Çiftlik Okulu'nun müdürlüğü görevinde bulunmuştur (Stepanyan, 2014: 99). Hırant Danzikyan, Büyükdere Orman Müdürlüğü Okulu ve Halkalı Ziraat Mektebi Alisi'nde muallimlik görevlerinde bulunmuştur (Stepanyan, 2014: 98). Karekin Deveciyan, 1891'de Duyun-ı Ümumiye İdaresi'ne girerek Bursa, Bandırma, Selanik ve Sivas şubelerinde muhasebecilik, sandık amirliği, müteferrika katipliği, gümrük resmi munzam baş kontrollüğü ve memurluk gibi değişik departmanlarda çalıştıktan sonra 1910'da İstanbul Balıkxhane Merkez Müdürlüğü, 1917'de Balık İşleri Başmüfettişliği ve 1922'de Balıkçılık Başkontrollüğüne getirilmiştir (Seropyan, 1999: 376). İki yüzden fazla fotoğrafın yer aldığı *Balık ve Balıkçılık* adlı eseri 1906'da yayımlanmış ve 1915'te ikinci baskısı çıkmıştır (Stepanyan, 2014: 114). Onnik İhsan Efendi, İzmir'de Bağcılık Mektebi Müdürü olarak görev almıştır (Stepanyan, 2014: 99). İhsan Efendi, Meclis-i Mebusan üçüncü dönem İzmir mebusluğu da yapmıştır. Ziraat mektebi mezunu olup uzun süre ziraat uzmanı olarak çalışmıştır. Zirai üretim ve girişimleri üzerine birçok kitap kaleme almıştır (Şahin, 2015: 270). Sarkis Nihad (Kiver), İstanbul'da eğitim gördükten sonra yükseköğrenimini

Fransa’da *Paris Ecole des Hautes Etudes Commerciales Mektebi*’nde birincilikle mezun olduktan sonra İstanbul’a geri gelmiş ve Yüksek Ticaret Mektebi’nde birinci sınıf mütehassıs muhasep sıfatıyla muallim olarak görev almıştır. 42 sene bu eğitim kurumunda çalıştıktan sonra 1952’de emekliye ayrılmıştır (Dabağyan, 2010: 207).

Felahat dergisi, kapak sayfasında tarımsal teknolojinin halk tarafından rağbet edilmesi için birçok tarım makinesi ve araç ve gereçlerin reklamını yapmıştır. *Felahat*’ın önemseydiği konulardan biri de tarımda makineleşmedir. Dergide çıkan Jon Fowler ve Şürekâsı adlı reklam derginin kapak sayfalarında uzun süre yer almıştır. Jon Fowler’ın yazar kadrosu içerisinde olması derginin finansörlerinden ya da dergiyle yakın bir ilişki içerisinde olma ihtimalini vermektedir. Reklamda Fowler buharlı pulluklarıyla toprağın hakkıyla sürülüp bol mahsul elde edileceği vurgulanmıştır. Makinenin kullanımı hakkında her türlü bilginin mühendis Lipoldis tarafından verileceğini ve makinenin satımında gerekli kolaylıkların da sağlanacağı vurgulanmıştır (Felahat, 1913c: ks). Diğer bir tarımsal makine ilanı ise Hofherr-Schranz-Clayton Shuttleworth Şirketinin son sistem ürünü olan lokomobilleriyle harman makinesi olmuştur. Aynı zamanda el, bargir ve buharla çalışan sabit ve gayr sabit kuru ot tazyik makineleri, tınaz aletleri, saman doğrayan, hububat ve mısır parçalayan Balkan markalı aletlerin de satışının gerçekleştiği belirtilmiş ve bu makineler çiftçilere tavsiye edilmiştir (Felahat, 1913b: ks). Mayer ve Şürekâsı Şirketi’ne ait buğday, arpa, yulaf gibi ürünleri temizlemesi için kalbur makinesinin ilanı da dış kapak sayfasında yer almıştır. Kalbur makinesini resmini ilanının ortasında göstererek Mayer markasının en iyi kalbur makinelerini ürettiği vurgulanmıştır (Felahat, 1913a: ks). Aynı sayfada resminin de gösterildiği bir çiftlik makinesinin ilanı da yer almış ve Fr. Hake Berlin firmasının her türlü çiftlik makineleri, yağ makineleri, pamuk balyaları yapmak için tazyik makineleri ve su cendereleri gibi makinelerinin de satışı gerçekleştirdiği vurgulanmıştır (Felahat, 1913a: ks). Dergide yer alan bir reklamda A. Gaulin Ingenieur Constructuer firmasına ait sütçülüğe ait bir makinedir. Resmin gösterildiği bir makinenin birçok takdirname ve övgüler aldığı vurgulanmış, sütü, kaymağı, tereyağını muhafaza ve nakleden her türlü makinenin satışının gerçekleştiği vurgulanmıştır (Felahat, 1913b: ks). Rudsack Alat-ı Ziraiye Fabrikası adıyla yapılan reklamla ise çelikten mamul her türlü sapan ve pulluk gibi birçok tarımsal aletlerin satışının gerçekleştiği yazılmıştır. Fabrikanın senevi 200.000 pulluk ile 7.000 tohum ekmeğe mahsus makine sattığı reklamda vurgulanmıştır (Felahat, 1915a: ks). *Felahat*’ın arka kapağında tam sayfa olarak ilk dönemin hemen tüm sayılarında görülen George Chisnell ve Müdavimleri İngiliz Kumpanyası’na ait bir reklam da yer almıştır. Galata’da Mahmudiye Caddesi’nde 142-146 numaralı şirket bayisini şarkın en büyük ziraat makineleri kurumu olarak verilmiş ve dükkânda tarım sektörünün her türlü alt şubesine ait son teknoloji makinelerin satışın gerçekleştiği vurgulanmıştır (Felahat, 1913e: ks). İlk derginin dördüncü sayısında görülen daha sonra diğer sayılarda olan ve şirkete ait dört ziraat makinesinin resminin de yer aldığı ilanda dünyanın en maruf Primus’u başlığıyla verilen reklamda Avance markalı yağ işleten makine ve motorların satışının gerçekleştiği belirtilmiş ve Hjorth şirketine müracaat edilerek bu makinelere sahip olacakları vurgulanmıştır (Felahat, 1917f: ks).

Felahat’ın tarımsal makineleşme yanında kimyevi gübrelerin benimsenmesi ve yaygınlaşması için de kapak sayfalarında kimyasal gübrelerin öneminden bahseden reklamlar verilmiştir. Bu reklamlardan birinde Mısır Teşebbüsat-ı Ticariye Anonim Şirketi’nin reklamı yapılmıştır. Osmanlı Devleti’nin tarımsal üretiminin her şubesine ait kimyasal gübrelerin satışını gerçekleştirdiğini belirtmiş, azot ve fosfatlı gübrelerin en kalitesinin şirket tarafından satıldığı vurgulanmış az ya da çok miktarda satışının gerçekleştiği ve gübre kullanımında çiftçiye her türlü bilginin ücretsiz verileceği ifade edilmiştir (Felahat, 1913a: ks). Diğer bir reklamda ilk kez altıncı sayısında görülen ve sonra diğer sayılarda da sıklıkla çıkan reklamda çiftçi, bağcı ve bahçevanlara seslenerek üretimlerini artırmaları için tarla, bağ ve bahçelerinde Silink* markalı azotik kimyasal gübresini kullanmalarını önermiştir. Bu gübrenin kullanımıyla ziraat mektebinde yapılan tecrübelerle başarılı sonuçlar verdiği vurgulanmış. Bu gübrenin kullanımı hakkında Türkçe ilanların ücretsiz olarak almak isteyenlerin kuruma mektup yazmanın yeterli olduğu belirtilmiştir (Felahat, 1913f: ks).

Felahat dergisinde ziraat teknolojisine ait makinelerin yanında ziraatla alakalı ve derginin yazar kadrosunda olan kişilerin çıkarttığı kitaplarında tanıtımı da yapılmıştır. İlk defa 5. sayıda görülen ilanda derginin yazar kadrosundan Sarkis Nihad’a ait Faizli Hesabat-ı Cariye adlı kitabın reklamı yapılmıştır. Paris Ulum-ı Aliye ve Ticaret Mektebi mezunlarından olan Sarkis Nihad’ın Ticaret Mekteb-i Âlisi ve

Galatasaray Sultanisi'nde muhasebe dersleri verdiği vurgulanmıştır. Muhasebeye ait bu kitapla her türlü teori ve pratik bilginin de verildiği belirtilmiştir (Felahat, 1913: ks). Diğer kitap ise A. Ferid olarak bilinen yazara aittir. Ameli Bağçevanlık adlı kitabın nefis ve resimli bir kitap olduğu ve ufak bir bahçesi olan herkesin bu kitabı okuması gerektiği vurgulanmıştır (Felahat, 1913e: ks). Felahat yazarlarından olup aynı zamanda Seydiköyü Bağcılık ve Bahçevan Müdürü İhsan Bey'e ait olan kitabın da reklamı yapılmıştır. Peynir ve Tereyağı Yapmak Sanatları adıyla çıkan kitabın tüm çiftçi, ziraat öğrencisi ve muallimlerine tavsiye edilen kitaba Felahat idaresine başvurarak elde edebilecekleri belirtilmiştir. (Felahat, 1913e: ks.) Ayrıca diğer bir ilanda ise Pirinç Ziraatı adlı kitabın Felahat başyazarı Sebuğ İstepanyan'ın kitabı olduğu ifade edilmiş ve bu kitapla her türlü tecrübe ve tatbikat yöntemlerinin öğretildiği vurgulanmıştır. Bir yandan ülkede fazlaca üretilen bir yandan da senelik bir milyon değerinde ithal edilen pirincin Osmanlı'nın milli bir yemeği olduğunu nazarı dikkate alınarak kitabın her Osmanlı vatandaşının okuması gerektiği belirtilmiştir (Felahat, 1913e: ks.). Sekizinci sayıda Kimyevi Gübreler başlıklı reklamda Manastır Ziraat Müdürü Ligor Efendi tarafından kaleme alınıp neşrolunan bu kitap herkese tavsiye edilmiştir (Felahat, 1913g: ks). Tatbikat-ı Ziraiye adlı kitap reklamında ise Giresun Darümuallimin'de Ziraat Muallimi Osman Hilmi Efendi tarafından yazılan risaleyi tüm çiftçilere tavsiye edilmiştir (Felahat, 1913g: ks). *Felahat*, Nazar-ı Dikkate başlığıyla yazılan bir yazıda harita yaptırmak ve rapor yazdırmak arazilerini sulama işlerini düzenlemek, bataklık kurutmak ve topraklarını münbit kılmak isteyen kişilerin *Felahat* yönetimine müracaat etmeleri istenmiştir. Yabancı memleketlerde tahsil gören ve uzman olan harita, su ve ziraat mühendislerinin bu gibi işleri yapmaya hazır olduğu vurgulanmıştır (Felahat, 1913k: ks). Pamuk Ziraat ve Ticareti başlığıyla verilen ilanda ise *Felahat* başyazarı Sebuğ İstepanyan tarafından yazılan kitabını tanıtımı yapılmıştır. Yedi seneden fazla Mısır'da yaptığı tecrübelerin eseri olan bu kitabın pamuk ziraatıyla uğraşanlar için faydalı olduğu ve dokuma sanayiden istifade etmek isteyen uzman ve fen uzmanlarına da kitap tavsiye edilmiştir. Pamuğun *Osmanlı Devleti*'nin birçok bölgesinde yetişmesi hasebiyle kitabın önemli bir hizmet sağlayacağı ifade edilmiştir (Felahat, 1913k: ks).

Felahat dergisinin son sayfalarında yer alan ve bazen kapak iç sayfasına da sarkan *Havadis* başlığıyla ziraat sektörü hakkında çeşitli bilgiler ve haberler verilmiştir (Felahat, 1913: 64). *Tevcihat* adıyla verilen bir haberde Ticaret ve Ziraat Nezareti Umur-ı Baytar Müdürü Abdullah Efendi'nin istifası sonrası yerine Mülkiye Baytar Mekteb-i Alisi Müdürü Ali Rıza Bey'in tayin edildiği yazılmıştır (Felahat, 1913: 64). İzmit Sancağı Orman Müfettişliğine de Rumeli müfettişlerinden Tahsin Bey'in atandığı ifade edilmiştir (Felahat, 1913: 64). Yenice Vardar Alat-ı Ziraiye Depo Müdürü Abdülmecid Efendi'nin Erzurum Vilayeti Merkez Ziraat Muallimliğine atandığı ve aynı zamanda Priştine Alat-ı Ziraiye Depo Müdürü Eyüp Sabri Efendi'nin de Erzurum Alat-ı Ziraiye Depo Müdürlüğü'ne getirildiği ifade edilmiştir (Felahat, 1913: 64). Felahat'ta tayin atamaları yanında Pendik'te inşa edilen Bakteriyojihaneye Baytarlığında yapılan suiistimalden dolayı Ticaret ve Ziraat Nezareti Memuru Jan Çiçekçiyen'in memurluktan men edildiği belirtilmiştir (Felahat, 1913: 64). Felahat'ın 10. sayıda *Havadis-i Baytariye* başlığıyla Anadolu eyaletlerine yeni atanan baytar memurlarının listesi de verilmiştir (Felahat, 1913h: ks). Felahat'ın 12. sayısında ise *Tevcihat-ı Ziraiye* başlığıyla verilen yazıda ise Anadolu'ya yeni atanan ziraat memurlarının listesi verilmiştir (Felahat, 1913i: ks). *Havadis* başlığıyla verilen haberde Bağdat Vilayet Ziraat Müdürü Vecihi Bey'in 2.500 kuruş maaşla Hicaz Ziraat Müdürlüğü'ne tayin edildiği ve Baytar Ermenak Efendi'nin ise 1.500 kuruş maaşla Şehremaneti Baytarlığına tayin edildiği yazılmıştır (Felahat, 1913: 144). Aynı sayıda yazılan habere göre Ticaret ve Ziraat Nezareti'nin Babıali'den istediği 250.000 liralık ek ödeneğin ancak 50.000 lirasının kabul edildiği ve kısa sürede Rumeli illerinde memur olarak istihdam edilen ziraat uzmanlarının Anadolu'nun çeşitli müdüriyet ve memurluklarına tayin edileceği ifade edilmiştir (Felahat, 1913: 144). Ayrıca Selimiye ve Erzurum Ziraat Mektepleri müdürlüklerinin ilga edildiği haberi de verilmiştir (Felahat, 1913: 144). *Duyun-ı Umumiye* Osmaniyeye'den başlığıyla verilen bir yazıda Kozlu Kömür Madenleri Osmanlı Anonim Şirketi tarafından ihraç edilen hisse senetleri hakkında bilgiler verilmiştir. Bir hissenin beş lira olduğu altın bin hisse kağıdının olduğu okurlara ilan edilmiştir (Felahat, 1914: 448).

Tohum Temizleme Makineleri başlığıyla verilen havadiste ise mahsulata etkisi çok olan tohumların ıslahı meselesinin Ziraat Bakanlığı'nın dikkate aldığı bir konu olduğu vurgulanmıştır. Bundan dolayı her kaza ve köyde birer tohum temizleme makinesinin bulundurulması, makine teminini için gereken sermayenin de Ziraat Bankası tarafından ödeneceği ve Avrupa'dan yeterli derecede makine siparişinin

yapıldığı yazılmıştır. İki tane tohum makinesinin satın alındığı ve bunlardan birinin Halkalı Mekteb-i Âlisine diğerinin ise Bursa Ziraat Mektebi'ne gönderileceği yazılmıştır (Felahat, 1913d: ks). Numune Tarlası Fidanlıkları başlıklı bir havadiste Trabzon vilayetine bağlı Ordu kasabasında hükümetçe satın alınan bir arazide fındık ve ceviz gibi ürünleri yetiştirmek amacıyla numune fidanlığı ve numune tarlasının tesis edildiği ifade edilmiştir (Felahat, 1913d: ks). Fidan Tohumlukları adlı havadiste ise Anadolu'da orman yetiştirmek için hükümet tarafından fidanlıklar tesisi duyurulmuş ve Konya, Hüdavendigâr, Van vilayetleriyle Kütahya ve Urfa sancaklarında fidanlıklar için çeşitli fidan tohumlarının gönderileceği yazılmıştır (Felahat, 1913d: ks). Çekirgeler İçin Heyeti Fenniye adlı havadis başlığında ise Aydın vilayetinde zuhur eden çekirgeler için Paris'ten sipariş edilen çekirge serumunu denemek için bir uzmanın Aydın vilayetine gönderildiği ve heyetin içerisinde Felahat yazarlarından olan haşerat mütehassısı Süreyya Bey'in de yer aldığı yazılmıştır (Felahat, 1913d: ks). Harput'ta Artezyen Kuyusu adlı havadis yazısında ise Harput Amerikan Konsoloshanesinin hükümet adına bir artezyen kuyusu açmak için alet ve edevatıyla birlikte Amerika'dan bir ustanın sipariş edildiği ifade edilmiş ve aletlerin Harput'a gitmek için Samsun'a ulaştığı ve ilgili ustanın ise beklendiği belirtilmiştir (Felahat, 1913d: ks). Balkan Arazi Bankası başlığıyla verilen haberde Paris'te Bangué Balkanique Fonciere adında bir bankanın kurulduğu yazılmış ve bu bankanın Balkan hükümetleri tarafından işgal edilen çiftlik arazileriyle miri arazileri değerlendirerek satma işlemleriyle uğraşacağı ifade edilmiştir (Felahat, 1913d: ks). Şam'da Ziraat Mektebi başlığıyla verilen haberde ise yakında Şam'da bir Ziraat İmaliyat Mektebi'nin açılacağı belirtilmiştir (Felahat, 1913d: ks). İzmit'te Çiftlik Mektebi adıyla verilen havadiste ise İzmit'te bir çiftlik mektebinin açılacağı duyurmuştur (Felahat, 1913d: ks). İslahatı Ziraiye adlı verilen haberde ise bir sonraki senede ziraatta uygulanacak tedbirler ve ıslahatlara yönelik bir layihanın hazırlamak üzere Ticaret ve Ziraat Nezareti şube müdürlerinin Bakan Celal Beyefendi nezdinde toplandığı ve birkaç gün içerisinde layihanın Babıali'ye sunulacağı yazılmıştır (Felahat, 1913d: ks). Ziraat Sergisi adıyla verilen havadiste ise İngiltere'nin Bristol şehrinde bir ziraat serginin açılacağı haberi verilmiştir (Felahat, 1913d: ks)

Felahat, Teşekkür başlığıyla çıkışını kutlayan bir sürü yayın organı olduğunu vurgulamış, İzmir'den Köylü, Konya'da Babalık ve Kayseri'de çıkan Erciyes gazetelerine özellikle teşekkür eden bir yazıyı dördüncü sayısında yayımlamıştır (Felahat, 1913d: ks). İtizar başlığıyla yazılan yazıda ise her taraftan her gün alınan tebrik varakalarına ayrı ayrı cevap yazmanın mümkün olmadığını cümlesine alenen beyan teşekkür edilmiş ve okurlardan bu durumun mazur görülmesi rica edilmiştir (Felahat, 1913d: ks).

Felahat dergisi, Piyasa başlığıyla bazı tarımsal ürünlerin büyük ticaret merkezlerinde olan piyasa şartları hakkında bilgiler vermiştir. Pamuk Piyasası başlığıyla verilen İskenderiye muhabiri tarafından aktarılan bilgilerle Mısır piyasası okurlara aktarılmıştır. Fiyatlarda büyük bir dalgalanmanın yaşanmadığı, son günlerde deltaya düşen yağmur ve doluların pamuk fidanlarını olumsuz etkilemesine karşın mahsulün iyi durumda olduğu yazılmıştır. Ayrıca pamuk piyasasının Amerika şartları da verilmiştir. Avrupa ve Liverpool piyasasının canlı olduğu, Amerikalı endişelendiren konunun yabancı pamuk üzerinden alınan gümrük resminin hükümet tarafından düşürüleceği beklentisi olduğu yazılmıştır. Ve bunun Avrupalı üreticilerinin Amerika üreticileriyle rekabet ortamını artıracığı yazılmış ve bunun Amerikan fabrikatörlerini endişelendirdiği ifade edilmiştir. Amerika pamuk üretiminin iyi olduğu ve fiyatlarının yükseliş trendinde olduğu vurgulanmıştır (Felahat, 1913: 112).

***Felahat*'in yayın politikası**

Ziraatın geliştirilmesi için getirdiği öneriler

Felahat Dergisi'nde imzasız çıkan *Bir Memlekette Ziraat Nasıl Terakkî Eder* başlıklı makalede yazar ziraatın gelişmesinin eğitimin gelişmesine bağlı olduğunu ifade edenlere itiraz etmiştir. Eğitimin yararının inkâr edilmediğini ancak ziraatın gelişmesinin tamamen eğitime bağlanamayacağını vurgulamıştır. Maarifin az ilerlediği ya da hiç ilerlemediği devletlerde de tarımın geliştiğini belirtmiş ve Mısır köylülerini örnek olarak göstermiştir. Ayrıca ziraatın gelişmesi için büyük çiftliklerinin kurulmasının önemli olduğunu dile getirmiş ve Osmanlı'da büyük çiftliklerin yaygınlaşması gerektiğini dile getirmiştir. Büyük çiftliklerin kurulmasında asayiş, ulaşım ve amele gibi üç önemli sorununun olduğunu belirtmiş ve devletin bu üç konuda çalışma yaparak büyük çiftliklerin kurulmasına öncülük etmesini istemiştir. Ankara, Konya ve Eskişehir gibi bölgelerde ulaşımın gelişmiş olduğunu ifade etmiş ve bu bölgelerde büyük çiftliklerin tesisini önermiştir. Hükümetin gücünü gösterip asayişini temin etmesi

gerektiğini savunmuş, asayiş sağlanmadan ziraatta gelişmenin imkânsız olduğunu vurgulamıştır. Kırsal kesimde nüfus azlığından dolayı tarım sektöründeki işçi meselesinin çözümün ise diğer iki soruna göre zor olduğunu ancak gerekli çabanın gösterilmesiyle bir çözümün üretileceğini belirtmiştir (Felahat, 1918: 852-854). Ayrıca ziraatı geliştirmek için büyük çiftlik tesisinin teşvik edilmesinin önemli olduğunu vurgulamış ve büyük çiftliklerin oluşturulması için üretici kesimin aralarında arazi şirketleri kurmasını önermiştir. Kurulan arazi şirketlerini hükümetin ilk senelerde desteklemesi gerektiğini belirtmiş, İtibar-i Milli Bankası'nın arazi şirketleri tesisine öncülük etmesini teklif etmiştir (Felahat, 1918: 854-855).

Ziraat-ı Milliye başlıklı imzasız çıkan makalede Felahat, Osmanlı Devleti'nde üretilen tarımsal ürünlerin milli bir ürün haline getirilmesini önermiştir. Osmanlı'da yetişen ve ülkeyle özdeşleşen bir sürü ziraat ürünü olmasına karşın bu uğurda herhangi bir faaliyetin gösterilmemesini eleştirmiştir. Osmanlı Devleti'nde incirin milli bir ziraat ürünü olmasına karşın devletin incir üretimine de destek vermediğini ifade etmiştir. Osmanlı incir fidanlarının Califonirya'ya götürüldüğünü ve burada incir çiftliklerinin tesis edildiğini belirtmiş, Amerika hükümetinin incir tüketimini yurt içerisinde tedarik ettiğini ve yakında Avrupa piyasasına da girip Osmanlı ile rekabet edeceği uyarısını yapmıştır. Fındık ziraatının da milli bir ziraat olmasına karşın yine binlerce fidanın Trabzon ve Giresun'dan yabancı memleketlere gönderildiğini ve Rusya'da Trabzonlular vasıtasıyla büyük fındık çiftliklerinin tesis edildiğini belirtmiştir. Bağcılıkta da aynı durumun yaşandığını, İzmir ve Suriye üzümlerinin meşhur olmasına karşın yerli ürünlerinin ıslah edilemediğini ve bu nedenle dış piyasada sorunlarla karşılaştığını ifade etmiştir. *Felahat*, İncir, fındık, üzüm ziraatı için bir araştırma merkezi tesis edilmediğini ve bu ürünlerin ıslahı için hiçbir teşebbüsün bulunmadığını dile getirmiştir. Yöneticilerin, fındığın değerini artırmak için dış piyasada İtalya ve İspanya menşeli fındıklarıyla rekabette hiçbir teşebbüsü gerçekleştirmemesi ve Giresun'da bir fındık ziraat merkezi açmaması nedeniyle eleştirmiştir. Milli tarımsal ürünlerinin geliştirilmesi için gerekli sermayenin olmadığını ileri sürenlere karşı makalenin yazarı, yabancı sermaye aracılığıyla gerekli teşebbüslerin yapılabileceğini önermiştir. Aydın Vilayetinde Fransız demiryolu kumpanyası aracılığıyla Manisa'da Bağcılık Ziraat Merkezi kurulabileceğini ve yine İngiliz Demiryolu Kumpanyası vasıtasıyla Aydın da incire yönelik bir ziraat araştırma merkezi açılabilceğini belirtmiştir. Bir devletin milli ziraatlarının o ülkenin iktisaden gelişmesi için temel taşları olduğunu vurgulamış ve devletin onların muhafaza etmesi gerektiğini belirtmiştir (Felahat, 1914: 513-515).

Ziraatta Hususiyet başlıklı makalede İstepanyan, çiftçilerin arazilerinde tek ürün yetiştirmekten ziyade farklı ürünleri bir arada yetiştirilmesini önermiştir. Bir çiftlikte bitkisel sanayi ürünleri yetiştirildiği gibi at, sığır, bal, süt ve tereyağı gibi ürünlerin de yetiştirilmesini önermiş ve son yıllarda genellikle hayvan yetiştiriciliğinde bir azalmanın görüldüğünü belirtmiştir. Çiftçilerin birkaç ürüne yoğunlaşarak bu ürünlerin üretilmesini eleştiren İstepanyan, bu politikanın yanlış bir girişim olduğunu ve bir çiftlikte tek ürünle uğraşılmasının iktisat kanuna aykırı olduğunu belirtmiştir. Bir çiftçinin tek bir ürünü üretmesi ne kadar tehlikeli ise bir ülkenin tek bir ürün üretmesinin de bin kat daha tehlikeli olduğunu vurgulamıştır. Mısır'ın bunu yaşadığını ve Mısır'da sadece pamuk yetiştirildiğini belirtmiştir. Pamuk ihtiyacının ortadan kalktığı ya da fiyatı düştüğü sürece Mısır'ın iktisaden iflas edeceğini ifade etmiştir (Senekerim İstepanyan, 1913: 243-244).

Ziraat Ancak Hürriyetle Payidar Olabilir başlıklı imzasız çıkan makalede *Felahat*, Montesquieu'nun dediği gibi *bir memlekette ziraatın terakkisinin hürriyetle gerçekleşebilir* sözüne değinmiş ve ziraatın hür bir sanat olduğunu ve özgür bir ülkede özgür bir ferde mahsus bir üretim faaliyeti olduğunu belirtmiştir. Osmanlı vatandaşlarının memuriyet peşinde koşması ve özel teşebbüs gerektiren girişimlerde bulunmaması eleştirilmiştir. İngilizlerin teşebbüsü şahsi ederek kendi kendini yetiştirdiğini ve bu alanda birçok girişim gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Osmanlı Devleti'nde özel teşebbüsün görülmemesinin en büyük sebebinin yıllarca hürriyetten yoksun olunmasına bağlamıştır. Osmanlı'yı kurtaracak yegâne gücün ziraat olduğunu vurgulamıştır. Ziraatın gelişmesini sağlayacak en büyük amilin ise özel teşebbüs olduğunu ve tarımsal gelişimin hürriyetle birlikte gerçekleşeceğini belirtmiştir (Felahat, 1913: 129-139).

Usul-i Muhasebe-i Ziraiye başlıklı yazıda *Fazıl*, ziraatta muhasebe usulünün önemini anlatmıştır. *Fazıl*, eskiden çiftçinin kendi ve ailesinin tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için ziraat ettiğini ve bu nedenle

muhasebe defteri tutmasına ihtiyaç olmadığını belirtmiştir. Ancak bu sırada çiftçilerin piyasaya yönelik birçok ürün üretmeye başladığını ve birçok işçi çalıştırdığını dile getirmiştir. Çiftçilerin ziraat işlerinde muhasebe sistemini uygularsa kısa zamanda üretimin artacağını ve bu nedenle Osmanlı Devleti'nin de yabancı boyunduruğundan kurtulacağını belirtmiştir. Çiftçinin muhasebe sistemini uygulanmamasının düşünülmemeyeceğini dile getirmiş ve birçok çiftçinin muhasebe sisteminden habersiz olduğunu vurgulamıştır. Bu nedenle *Felahat*'ın sütunlarında çiftçilere muhasebe sistemini öğretecek yazıların yayımlanacağını duyurmuştur (Fazıl, 1913: 282-283). Sonraki sayıda Fazıl, muhasebe hakkında okurlara çeşitli bilgiler vermiştir. Bir çiftliğin üretimin ehemmiyeti ne olursa olsun miktarlarını kaydeden deftere muhasebe-i ziraat defteri denildiğini ve çiftlik işlerinin doğru bir surette gidip gitmediğini ziraat defterleri sayesinde anlaşılacağını ifade etmiştir. Çiftçinin yaptığı işleri gösteren bir rehber ihtiyacı olduğunu ve muhasebe defterlerinin çiftçileri işlerinden haberdar ettiğini belirtmiştir (Fazıl, 1914: 315).

Osmanlı Devleti'nde ziraat sendikalarının kurulması girişimleri olması nedeniyle bu doğrultuda *Felahat* sütunlarında yabancı ülkelerde tesis edilen ziraat sendikaları hakkında okurlara bilgi verilmiştir. Yazıda belirtildiğine göre Belçika'da yedi ziraat sendikası olmak üzere 540 ziraat iştiraki şirketi vardır. Japonya'da 1.500 ziraat sendikası, İtalya'da 1.800 tasarruf sandığı, Avusturya'da 7.200 tasarruf sandığı ve Almanya'da 13.700 itibari ziraat sendikası bulunmaktadır. Fransa'da 1900'de 9 bölge sandığı, 87 mahalli sendikası vardır. 1910'da bölge sandıklarının adedi 97'ye ve mahalli sandıkları ise 1.350'ye yükselmiştir. *Felahat*, Avrupa ziraatının gelişiminde ziraat sendikalarının önemli rol oynadığını ve *Osmanlı Devleti*'nde de bu sandıkların teşkiliyle tarım sektöründe kredi sorununun çözüleceğini vurgulamıştır (Felahat, 1914: 318).

Muhabir Mektupları: Adana'dan başlıklı yazıda Ohannes, Adana Ovası'nın tarımsal şartları ve teknolojisi hakkında okurları bilgilendirmiştir. Ohannes, Adana Ovası ziraatının %3'ünün son sistem teknoloji makinelerinin kullanıldığını ifade etmiştir. Çiftçilerin kullandığı makinalardan bazılarının çift ve tek buharlı pulluklar olduğunu ve bu aletlerin kuvvetlerinin ise 16-26 beygir gücünde olduğunu belirtmiştir. Çift buharlı pullukların günde elli ila yetmiş dönüm, tek lokomotiflerin ise otuz dönüm ekim yapacak kapasitede olduğunu vurgulamıştır. İngiliz sistemindeki teknolojinin buralarda çok yayıldığını ve zengin çiftçilerin yeni teknolojiyle üretimlerini sürdürmesine karşın fakir çiftçilerin ise sabanlarla ziraat ettiğini ifade etmiştir. Vilayetin birçok çiftliğinde tek ve çift buharlı pulluklar olduğunu ve bu makineler sayesinde ziraatın ilerlediğini belirtmiştir. Pulluklardan sonra vilayet dahilinde rağbet edilen diğer bir makinenin harman makineleri olduğunu ve sayısının 50 civarında olduğunu dile getirmiştir. Makineler çoğunluğunun İngiliz malı ve 250-300 lira değerinde olduğunu ve makineler sayesinde mahsulün zamanında piyasaya getirildiğinden yüksek fiyatlarla satıldığını belirtmiştir. Buharlı pulluk ve harman makinelerinden sonra vilayette önem arz eden diğer bir makinenin de biçer makinesi olduğunu belirtmiştir. Vilayette yaygın bir şekilde makine kullanılmasına karşın almış binden fazla amele çalıştığını belirtmiş, ancak fazla ameleye de ihtiyaç duyulduğunu ve hasat zamanında amele eksikliği yüzünden sıkıntıların yaşandığını ifade etmiştir (Ohannes, 1913: 46-47).

Felahat, ziraat kanununun değiştirilmesi için bir komisyon kurulmasını önermiştir. Mevcut Ziraat Kanunu tetkik edilerek yeniden yazılmasını talep etmiş ve ayrıca Ziraat Kanunu'na yönelik bir ders kitabının yazılmasını istemiştir. Ders kitabının hazırlanmasında hukuk uzmanı olduğundan Ticaret ve Ziraat Nazırı Mustafa Şeref Bey'in bu çalışmalara öncülük edeceğini ifade etmiştir. Kısa sürede ziraat kanunu ve nizamlarına yönelik bir eserin çıkmasını arzu etmiştir (Felahat, 1918: 834-835).

İaşe Meselesi başlıklı imzası çıkan yazıda *Felahat*, kamuoyunu meşgul eden iaşe meselesine değinilmiştir. İaşe meselesinde asıl sorunun üretim meselesi olduğunu belirtmiş ve devletin tüm kuvvetiyle üretim imkanlarını artırması gerektiğini savunmuştur. Temel geçim kaynağının yabancı ülkelerinden ithalat ederek temin edildiğini ve Osmanlı'nın buğday üreten bir memleketi olarak dillendirilmesine rağmen un ihtiyacının Romanya, Rusya ve Amerika'dan karşılandığını dile getirmiştir. Artık buğday üretiminin artırılması ve iaşede üretim meselesinin çözülmesi gerektiğini vurgulamıştır (Felahat, 1918: 850-851).

Felahat, Osmanlı vilayetlerinin zirai üretim istatistiklerini yayınlamıştır. Beşinci sayıda çıkan İzmir Zeytin Hasılatı başlıklı yazıda İzmir'in 1911-12 senesi zeytin üretiminin 900.000 kantar olduğu ve bunun 100.000 kantarının Ayvalık'tan, 400.000 kantarının Midilli'den ve geri kalan 400.000 kantarının da Aydın, Bandırma, Ödemiş'te üretildiği belirtilmiştir (Felahat, 1913: 77). Üçüncü sayıda çıkan Kastamonu Vilayetinın Ketan Hasılatı başlıklı haberde, vilayetin senelik ihracatının 500.000 kilogram olduğu gibi 200.000 kilogramın da yurt içerisinde ip üretiminde kullanıldığı belirtilmiştir (Felahat, 1913: 44). Aynı sayıda çıkan Aydın Vilayetinın 1328 Senesi Hasılatı başlıklı yazıda ise Aydın vilayetinde 1912 senesi buğday üretiminin 5.681.818 kile, arpa üretiminin 9.067.777 kile, yulaf üretiminin 1.250.000 kile, çekirdeksiz üzüm üretiminin 900.000 kantar ve incir üretiminin 300.000 kantar olduğu yazılmıştır (Felahat, 1913: 44).

İmzasız çıkan bir yazıda *Felahat*, filoksera ile mücadele edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Acilen bir filoksera kanununun çıkartılması ve filoksera hastalığının bütün Osmanlı'yı istila etmeden önce gerekli tedbirlerin alınması gerektiğini belirtmişti. Bunun en kestirme yolunun ise haşerenin yayılmasını engellemekle ve bağların Amerikan asma çubuklarıyla değiştirilmesiyle olacağını belirtmiştir. Çiftçinin bir kısmının bağlarını Amerikan asmaları ile değiştirmek istememelerini ise eleştirmiştir (*Felahat*, 1918: 834).

Ziraat Makineleri: Buhar Pullukları Hakkında Bir İki Söz başlıklı makalede Ahmet Talat, sanayinin gelişmesinin ziraat için yarar sağladığını ve birçok makinenin icat edildiğini vurgulamıştır. Makinelerle ekim sürecinden zaman ve maliyetten tasarruf sağlandığını belirtmiş ve birkaç bin liraya satın alınan bu makinelerden yeterli sermayesi olmayan çiftçilerin yararlanamadığını ifade etmiştir. Çiftçinin aralarında kumpanyalar teşkil ederek ya da ücret karşılığında tesis edilen bir kumpanyanın makinelerinden faydalanabileceklerini belirtmiştir. Bu gibi makinelerin toprak sürmek, su hendekleri açmak, harman makinesi işletmek, yük arabalarını çekmek, tulumba çevirmek gibi işlerde kullanabileceğini vurgulamıştır. İthal olunacak bu gibi makinaların alımında bazı mühim noktaların olduğunu belirtmiştir. Çiftçilerin hilekâr komisyonculara aldanarak bazı makineleri ülkeye getirdiklerini ve ancak bu makinelerden yeterli şekilde faydalanılmadığını ifade etmiştir (Ahmet Talat, 1913: 83-87).

Sanayi ve Ziraatta Makinelerin Ehemmiyeti başlıklı imzasız çıkan yazıda Felahat, ziraatın terakkisinden makine kullanımının anlaşılmasını ve ziraat yöntemlerinde ciddi bir yeniliğin olmamasını eleştirmiştir. Arazinin gübrenmesine çalışılmadığını, ülkeye sürekli makine ithal edildiğini, depoların biçer ve diğer makinelerle dolu olduğunu belirtmiştir. Osmanlı Devleti'nde modern tarım yöntemlerinden sadece yeni ve mükemmel makineler vasıtasıyla ziraatın imal edilmesi olarak anlaşılmasını eleştirmiştir. Bu fikrin yanlış olduğunu belirtmiş ve ziraatın ana esaslarının nebat, toprak ve havyan olarak üç faktör açıklamıştır. Ziraat makinelerinin öneminin ise ikincil derecede olduğunu ve makinelerin sadece say u amelde insana hizmet ettiğini belirtmiştir. Sadece makinelerin teminiyle yeni ziraatın icra edilmesinin mümkün olmadığını belirtmiştir. Osmanlı Devleti'nde ziraatın basit şekilde olduğundan ziraat aletlerinin ithal edilmesiyle fazla bir hâsılâtın elde edilmesinin imkânsız olduğunu belirtmiştir. Orak makinelerinden katı şekilde sakınılması gerektiğini vurgulamıştır. Amerika'nın geniş arazilerinde işleyen orak makinelerin hiçbir surette Osmanlı mahsulünü artıramayacağını belirtmiştir. Geniş çiftliklerin az olması ve çiftlik sahiplerinin arazilerinin de parça parça olması gibi faktörler nedeniyle biçer makinelerin ehemmiyetinin düşük olduğunu ifade etmiştir (Felahat, 1913: 258-262). *Felahat*, pullukları çekecek hayvanların ülkede az olduğunu belirtmiştir. Keçi büyüklüğünde olan öküzlerin ağır pullukları çekemediğini ve bitki cinslerinin ise tamamıyla değiştiğini ifade etmiştir. Depoları biçer makineler yerine hayvanların çekebileceği pulluklar ile doldurulmasını ve biçerbağ ve diğer ziraat aletlerine verilen paralarla kimyevi gübrelerin satın alınmasını önermiştir. Hayvan gübresinin eksikliğinden dolayı toprakların kaybettiği kuvveti tedarik etmek için kimyevi gübrelerden istifade edilmesini istemiştir (Felahat, 1913: 262).

Meclis-i Mebusan'da Ziraat Bütçesi Münasebetiyle başlıklı çıkan imzasız makalede *Felahat*, iktisaden terakki eden ülkelerde ziraatın terakkisinin güvenliğinin ve asayişin temin edilmesi, yolların tesis edilmesi ve halkın ilim seviyesinin yükseltilmesi gibi faktörlere bağlı olarak geliştiğini belirtmiştir. Osmanlı Devleti'nde ulaşım geliştirilmediği sürece ziraatın gelişemeyeceğini vurgulamıştır. Bir taraftan memleketin huzur ve asayiş ortamının olmaması diğer taraftan da memurların liyakatsizliği ve

beceriksizliği gibi faktörler nedeniyle Ziraat Bakanlığı'nın etkin şekilde çalışmadığını belirtmiştir (Felahat, 1914: 529-530). Ziraat Bakanlığı'nın ziraat mektepleri için yabancı devletlerden uzman getirilmesini destekleyen *Felahat*, ziraat mekteplerinin bölgesel ziraat mektepleri haline getirilmesini önermiş ve Adana Ziraat Mektebi'nin pamuk eğitimine, Ankara Ziraat Mektebi'nin hububat eğitimine, Kastamonu Çiftlik Mektebi'nin kenevir eğitimine ağırlık verilmesiyle Osmanlı'nın ziraattan daha fazla istifade edeceğini vurgulamıştır (Felahat, 1914: 530-531).

Posta Tasarruf Sandıkları başlıklı makalede Sebuğ İstepanyan, köylünün iktisadi olarak gelişmesini talep etmiştir. Köylünün kazancının az olmasına karşın az kazancın da tasarruf edebileceğini belirtmiş ve önemli olanın köylülerin tasarrufa alıştırılması konusu olduğunu ifade etmiştir. Azar azar tasarruftan büyük büyük sermayelerin birikebileceğini ispatlamak için Mısır köylülerini örnek göstermiştir. 1912'de posta tasarruf sandıklarının kurulduğunu ve Mısır köylülerinin küçük miktarlarını buraya getirip tasarruf sandıklarında sakladığını belirtmiş ve tasarruf sandıkları kurulma amacının amele ve fellah arasındaki tasarruf bilincini uyandırmak olduğunu belirtmiştir. Osmanlı vatandaşında olmayan tasarruf düşüncesinin sebebi olarak maarif eksikliğinin gösterildiğini belirtmesine karşın maarifin etkisinin inkâr etmediğini ancak tasarruf eksikliğinin maarif eksikliğine bağlanmasının yanlış olduğunu savunmuştur. Osmanlı Devleti'nde zaman kaybetmeksizin postane ve mekteplerde öğrencilere mahsus tasarruf sandıklarının tesis edilmesini önermiştir (Sebuğ İstepanyan, 1913: 65-68).

İslam Ziraat ve Arazî Şirketleri adıyla imzasız çıkan makalede yazar, yabancı sermayedarların Mezopotamya bölgesinde vapur şirketleri teşkil ettiğini ve demiryolu hatlarının inşa ettiğini belirtmiştir. İleri ki günlerde ise bu vapurlara hammadde tedarik etmek için arazi şirketleri teşkiline başlanacağını ve toprağı işleteceklerini vurgulamıştır. Mısır'ın başına gelenlerin Mezopotamya'nın başına gelmesi konusunda uyarılarda bulunan *Felahat*, ecnebi sermayesiyle birçok arazi şirketi teşkil edileceğini, bu verimli topraklardan istifade edileceğini ve yerlilerin emeğinin gasp edileceğini dile getirmiştir. Son günlerde millette bir iktisadi uyanışın görüldüğünü, başkentten başlayarak her tarafta bakkal ve diğer şirketlerin teşkil edildiğini ifade eden *Felahat*, ancak yapılması gereken teşebbüslerin İslam arazi şirketleri teşkili olduğunu belirtmiştir. Yeterli sermayenin olduğunu ülkede olduğunu ve sermaye sahiplerinin bir araya gelip arazi şirketleri teşkil ederek Mezopotamya, Konya ve Adana'nın verimli arazilerinde yeni tarımsal alanlarının ekime kazandırılmasını önermiştir. Gerçekleşmediği takdirde yabancıların bu girişimleri gerçekleştireceğini ve Osmanlı Devleti'nin iktisadi esareten kurtulmak arzusunda ise böyle şirketlerin teşkiline başlanması gerektiğini savunmuştur (Felahat, 1914: 497-498).

Vesait-i Nakliye Terakki-i Ziraatın Lazımı Gayr-i Mefarikidir başlıklı makalede Barzilay, ulaşımın gelişmesinin asayiş, güven ve refahın artmasına vesile olduğunu takdir eden Avrupalı devletlerinin, ülkelerini baştanbaşa demiryolu ve karayollarıyla donattığını ifade etmiştir. Ulaşım yetersizliğinden dolayı mahsulâtın çürüyüp gittiğini gören çiftçinin arazisini fazla mahsul elde etmek için girişimlerde bulunamayacağını belirtmiştir. Mahsulâtın kolayca ve karlı bir surette nakledilmeyip üretim alanında çürümesiyle çiftçinin ziraatını yeni usul dairesinde ıslah çaresine teşvik verilse bile rağbet etmeyeceğini dile getirmiştir (A. Barzilay, 1913: 55-57).

Felahat'ın diğer sayısında Vesait-i Nakliye başlıklı makalede Barzilay, demiryolunun olduğu bölgelerde şoseler olduğu takdirde yük otomobillerinin kullanımına elverişli olacağını vurgulamıştır. Osmanlı Devleti'nin çeşitli bölgelerinde inşa olunacak şoselerle otomobil kullanımının büyük yararlar sağlayacağını belirtmiştir (A. Barzilay, 1913: 152-155).

Sarkis Nihad, Osmanlı Devleti'nde senevî zirai üretimin hiç mesabesinde olduğunu açıklamış, buğday, arpa, un, mısır, yulaf, keten, kenevir gibi ziraat üretiminde Rusya, Romanya ve Marsilya'ya bağımlı olduğunu belirtmiştir. Çiftçinin babadan görme gelenek usulünü terk edemediğinden arazilerden yeterli şekilde istifade edilemediğini açıklamış ve usulü ziraat dolayısıyla Aydın vilayetinin iç taraflarıyla Mezopotamya bölgesinin çöl halini alarak eski veriminden uzaklaştığını ifade etmiştir. Sermaye eksikliği, köylünün fakirliği, ulaşımın yetersizliği gibi faktörler nedeniyle ziraatın gelişmediğini vurgulamıştır. Ayrıca vergilerin ağırlığı, uygulamadaki haksızlıklar, asayiş ve emniyetin kontrol altına alınmamasının da ziraatın gelişmesini engelleyen faktörler olduğunu belirtmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 118).

Tarımsal sanayi

Nebatat-1 Sanayinin Ehemmiyeti Şeker Pancarı Ziraatı başlıklı makalede İhsan, *Osmanlı Devleti*'nde şeker fabrikaları tesisinin ciddiyle tartışıldığını belirtmiştir. Harp nedeniyle kolaylıkla şekerin getirilemediğinden fiyatının yüz liradan yüz elli kuruşa yükseldiğini ve şeker kıtlığının yaşandığını ifade etmiştir. Muharebeden önce şeker fabrikası tesisine teşebbüs edilmiş ise de başta kapitülasyonlar olmak üzere birtakım sebepler yüzünden teşebbüslerin uygulanmasının engellendiğini vurgulamıştır. Ancak hükümetin gayreti, kapitülasyonların kaldırılması ve teşvik-i sanayi kanununun tatbiki sayesinde şartların değiştiğini ve yabancı rekabetinden fabrikalaşma girişiminin artık korunduğunu belirtmiştir (İhsan, 1917: 705). İhsan, ziraatın gelişmesinin sanayi ve ticaretin terakkisini sağlayacağını, bir memlekette sanayinin terakki etmesi için öncelikle ziraatın terakki edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bir memlekette şeker fabrikası tesis edilmeden önce şeker pancarının ne surette yetiştirebileceğini düşünmek gerektiğini dile getirmiştir. Osmanlı Devleti'nde şeker fabrikalarının tesisleriyle birinci olarak birçok çiftçinin pancar ziraatı ile iştiğal edileceğini ve fabrikalarda birçok amelenin istihdam edileceğini ve ikinci olarak her türlü sanayiden mahrum olan ve ziraat ürünlerini nakliyat yüzünden ihraç edemeyen iç kesimlerde şeker fabrikalarının tesisleriyle birlikte sanayi fikrinin uyanacağını belirtmiştir. Şeker pancarı yetiştirmeye uygun bir arazinin bulunmasına karşın şimdiye kadar pancar ziraatına asla ehemmiyet verilmemesini eleştirmiştir. Çiftçilerin sadece hububat ziraatına ehemmiyet vererek endüstri tarımına asla ehemmiyet vermediklerini vurgulamıştır (İhsan, 1917: 706). İhsan, Şeker Pancarının Ziraatı başlıklı makaleyle ise gerçekleştirilmesini öğretmek amacıyla çiftçilere pancar ziraatı hakkında bilgiler aktarmıştır (İhsan, 1917: 708-714).

Osmanlı Devleti'nde şeker fabrikaları konusuna Memalik-i Osmaniye'de Sanayi Şekeri: Şeker Pancarı Ziraatı Mı? Şeker Kamışı Ziraatı Mı? Bir Şeker Fabrikasının Ehemmiyeti Ne Merkezdedir? başlıklı makaleyle değinilmeye devam edilmiştir. Sebuğ İstepanyan, dergiye gönderilen üç mektubu dergide yayımlamıştır. Bu mektuplardan birincisinde Osmanlı Devleti'nde pancar ziraatının şeker sanayi nazarından iyi neticeler verebilir mi sorusuna cevap arandığını belirtmiş ve yurtiçinde senelik düşen yağmur miktarının pancar ziraatı için yeterli olmadığını ve Edirne vilayetinde pancar ziraatı teşebbüsüne girişildiğini ama bu girişiminin de akim kaldığını ifade etmiştir. Ülkenin herhangi bir vilayetinde pancar ekimini gerçekleştirmek için vilayetin ziraat şartlarının tamamen değiştirilmesi gerektiğini, hayvan, araç-gereç ve gübre temini için köylülere kredi verilmesi ve pancar ziraatının öğretilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Sebuğ, 1917: 714-715). Sebuğ İstepanyan, ikinci mektubun Eskişehir'den bir ziraat mütehassısı tarafından gönderildiğini belirtmiş ve sonra mektupta yazılanları aktarmıştır. Anadolu'nun kuzeydoğu bölgelerinde pancar ve Irak'ta ise şeker kamışı ekiminde yararlı bir üretimin gerçekleşeceğini açıklamıştır. Eskişehir ile Polatlı kısımlarında özellikle iklimin şeker pancarı için müsait olmadığını vurgulamıştır. Ülkenin birçok bölgesinde sulama vasıtasıyla pancar ziraatının yapılabileceğini ama mahsuldeki şeker miktarının yetersiz olacağını belirtmiştir. Eskişehir, Konya, Ankara ve Bursa vilayetlerin pancar üretiminin ve bu doğrultuda şeker fabrikaları tesisinin mümkün olmadığını dile getirmiştir (Sebuğ, 1917: 715-716). Sebuğ İstepanyan, üçüncü mektubu Adapazarı'nda bir tüccar tarafından gönderildiğini belirtmiştir. Osmanlı'da şeker üretiminin mümkün olduğunu gerek şeker kamışı gerekse pancar elde etmek elverişli bölgelerin bulunduğunu belirtmiştir. Sonra Osmanlı'da bir şeker fabrikası tesisi için mümkün mü sorusuna cevap aramış ve şeker fabrikalarına pancarı tedarik edecek yeterli tarım işletmelerinin olmaması nedeniyle pancar tedarikinde yaşanacak aksaklıklar nedeniyle fabrikalaşma girişiminin başarılı olmayacağını vurgulamıştır (Sebuğ, 1917: 716-717).

Memalik-i Osmaniye'de Tütün Ziraatı başlıklı imzasız çıkan makalede *Felahat*, Rus tütünlerinin Mısır eyaletinde Osmanlı tütünleriyle rekabet etmeye başladığını ifade etmiştir. 1913 senesinde Osmanlı'dan Mısır eyaletine ithali gerçekleşen tütünün 8.177.000 kilogram olduğunu belirtmiştir. Mısır eyaletinde Rus menşeli tütün ithalatının arttığını belirten *Felahat*, 1911'de 1.027.000 kilogram olan miktarın 1912'de 1.511.000 kilograma ve 1913'te ise 1.853.000 kilograma yükseldiğini belirtmiştir. Mısır eyaletinin tütün ihtiyacının dörtte birinin Rusya'dan karşılandığını ve bu gidişle birkaç sene içerisinde Rusya'nın Mısır'ın tütün tüketiminin yarısını temin edecek duruma geleceğini belirtmiş ve devletin buna bir çözüm bulmasını talep etmiştir. Tütün ziraatının Osmanlı Devleti için önemli bir servet kaynağını oluşturduğunu belirten *Felahat*, Samsun, Bafra, Trabzon gibi tütün merkezlerinde tütün ekiminin artırılmasını önermiştir. Ülkenin her tarafında tütünün yetiştirecek potansiyelde olduğunu ve Reji

İdaresi'nin gösterdiği engellerin ortadan kaldırılmasıyla tütün ziraatının artacağını belirtmiştir (Felahat, 1914: 481-482).

Dünyanın Tütün İstihlâkı başlıklı makalede, dünyada tütün üretimi ve tüketimi üzerine istatistikî bilgiler verilmiştir. Dünyanın tütün ticareti toplam olarak 480 milyon dolar civarındadır (Bir dolar yirmi beş kuruş). Dünyada en fazla tütün ihracat eden ülkeler sırasıyla şöyledir: Amerika 131.200.000 dolar, Küba 100.800.000 dolar, Hindistan 73.600.000 dolar, İngiltere 22.400.000 dolar, Brezilya 21.245.000 dolar, Hollanda 11.200.000 dolar, Mısır 8.800.000 dolar, Avusturya-Macaristan 8.000.000 dolar, Almanya 3.800.000 dolar, Meksika 4.800.000 dolar, Çin 4.800.000 dolar, Fransa 4.000.000 dolar, Cezayir 4.000.000 dolar, Japonya 3.600.000 dolar, İsviçre 2.400.000 dolar, İtalya 1.600.000 dolar. İşlenmiş tütünde ise birinciliği Küba adası olup senede 41.600.000 dolarlık ihracata sahiptir. Küba'dan sonra ise sırasıyla İngiltere 19.200.000 dolar, Amerika 9.200.000 dolar, Hollanda 8.000.000 dolar, Mısır, 8.520.000 dolar, Almanya ve Brezilya 4.800.000 dolar, Fransa 4.000.000 dolar, Avusturya-Macaristan ve Japonya 3.200.000 dolar, Cezayir 2.400.000 dolar, İtalya, Belçika ve Hindistan 1.600.000 dolar ile sıralanmıştır. En çok tütün tüketen ülkelerin ise Almanya 112.000.000 dolar, Amerika 96.000.000 dolar, Avusturya-Macaristan 32.000.000 dolar olarak sıralanmıştır (Felahat, 1913: 61-62). *Felahat*, tütün ziraatının Osmanlı için önemli bir servet kaynağı olduğunu vurgulamış, Mısır'ın tükettiği tütünün büyük bir kısmının Osmanlı'dan tedarik edildiğini belirtmiştir. Mısır'ın tütün ziraatını tatbik etmek için tecrübeler yattığını ve bu girişim başarılı olursa Osmanlı'nın tütün üreticilerine büyük zararları olacağını belirtmiştir. Mısır'ın Osmanlı'ya rakip olmasından ziyade daha ciddi sorunun ise tütün ziraatına verilmesi gereken ehemmiyetin gösterilmemesini göstermiştir. Trabzon tütün üreticilerinin Rusya'nın Sohum şehrine göç ettiğini, Sohum'da tütün üretiminin arttığını, Osmanlı tütünleriyle rekabet edecek miktarda tütün ihracına başladığını belirtmiş ve bunun Osmanlı tütünleri için önemli bir sorun oluşturduğunu vurgulamıştır (Felahat, 1913: 62).

Muhabir Mektupları Manisa'dan: Manisa Pamukları başlıklı imzasız çıkan makalede *Felahat*, Manisa ovasının pamuk ziraatına olan elverişliliğinin memleketin geleceği için önemli olduğunu vurgulamıştır. Pamuğun devlet için önemli bir servet kaynağı olmasına karşın pamuk üretimine gerekli desteğin verilmemesini ve pamuk fidanlarının kalitesinin düştüğünü belirtmiştir. Aydın ve Adana pamuk bölgelerinde birer pamuk eğitim kurumunun tesis olunmamasını ve pamuğun iktisadi kıymetinin bilinmemesinden kaynaklandığını vurgulamıştır (Felahat, 1913: 74).

Memalik-i Osmaniye'de Pamuk Ziraatı başlıklı adıyla imzasız çıkan başka bir makalede *Felahat*, Ticaret ve Ziraat Nezareti yönetiminde Osmanlı'nın çeşitli noktalarında pamuk ziraatı tecrübelerine başlanacağını belirtmiştir. Bakanlığın Mısır çeşidinden 25 bin, Türkistan çeşidinden 6 bin, çeşitli cins pamuklardan 200 kilogram tohum getirterek Bağdat, Basra, Adana, Suriye, Aydın ve Musul vilayetlerindeki çiftçilere parasız dağıtılacağını duyurmuştur. Ayrıca modern fen yönteminin pamuk ziraatının eğitimiyle temin edileceğini, kaliteli pamuk mahsulünü elde edenlere ve pamuk ziraatının terakkisine çalışanlara gerekli ödüllerin verileceğini vurgulamıştır (Felahat, 1913: 74).

Memalik-i Osmaniye'de Pamuk Ziraatı, başlıklı imzasız çıkan makalede *Felahat*, modern yöntemlerin uygulanmasıyla pamuk ziraatının geliştirilmesine çalışıldığı takdirde Osmanlı Devleti'nin pamuk üreticileri ülkeleri sıralamasında Amerika devletinden sonra ikinci ülke haline gelebileceğini belirtmiştir. Pamuk ziraatının geliştirilmesinde dikkat edilmesi gereken birinci faktörün sulama olduğunu belirtmiş, hükümetin bu meseleye dikkat ederek çalıştığını dile getirmiş, geçen sene başlanan Konya Ovasını sulama çalışmalarının tamamlandığı gibi Adana Ovası'nın sulama projesine de kısa sürede başlanacağını ifade etmiştir. Ziraat Bakanlığı'nın yerli pamuk cinslerini ıslah etmekle beraber Mısır ve Amerika menşeli pamuk cinslerinin tecrübe meselesine önem verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Öncelikle hükümetin Aydın, Adana, Halep, Musul, Bağdat, Harput gibi pamuk üretim merkezlerinde tecrübe tarlalarının tesis edilmesini talep etmiştir. Bir taraftan Nafia Bakanlığı'nın sulama projelerine devam edilmesini ve diğer taraftan Ziraat Bakanlığı'nın yerli tohum cinslerinin ıslahıyla yeni pamuk cinslerinin tecrübelerine fen memurları vasıtasıyla ciddi surette tatbikine teşebbüs edilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Felahat, 1914: 465-467).

Hayvansal üretim

Ziraatın ve Teksiri Hayvanatın Terakkisi başlıklı makalede Senekerim İstepanyan, hayvanların çoğaltılmasına ehemmiyetin verilmediğini belirtmiş ve Anadolu'daki hayvan cinslerinin cüsselerinin bir keçi seviyesi haline geldiğini ifade etmiştir. Ziraatın terakkisinin iklim ve toprağa bağlı olduğundan hayvanatın geliştirilmesi ve çoğaltılması meselesinin ziraat için önemli olduğunu vurgulamıştır. Osmanlı Devleti'nde ziraatın gerçekleşmesinde Anadolu'da öküz ve mandanın Arabistan'da devenin kullanıldığını, Avrupa ülkelerinde ise genellikle atların kullanıldığını belirtmiştir. Belçika'da da ırkının geliştirilmesi için mühim çalışmalar yapıldığını, Osmanlı'da da ziraat ekiminde atların kullanılmasının gerektiğini vurgulamış ve atların ıslahının gerçekleşmesi için Avrupa'dan uzmanların getirilmesini istemiştir (Senekerim İstepanyan, 1913: 291-294).

Bizde Sütçülük Nasıl Terakki Edebilir başlıklı makalede İhsan, geniş ve verimli yaylaların milyonlarca büyük baş hayvanı beslemeye müsait iken Osmanlı Devleti'nde tüketilen yağ ve peynirin çoğunluğunun yabancı ülkelerinden getirilmesini eleştirmiştir. Yağ ve peynirin ihraç edilmesinin amaçlanmadığını ancak iç tüketimi karşılayacak yağ ve peynirin üretilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Üretimi teşvik edici şartlar var iken bundan istifade edilmemesinin sebebi olarak cesaret eksikliğine ve teşebbüsü şahsi fikrinin olmamasına bağlamıştır. *Osmanlı Devleti*'nin her tarafında süt hayvanatı besleyerek sütlerinden istifade edilmesi mümkün iken halkın her şeyi hükümetten bekleyerek bu tarz girişimlerde bulunmamasını eleştirmiştir. Hayvansal servet kaynağından yeterince istifade edilememesinin diğer bir sebebinin sermaye ve bilgi eksikliğini olduğunu belirtmiştir (İhsan, 1913: 33-34). Süt üretimine uygun bölgelerde üreticilerin birleşerek kooperatif şirketleri teşkil edip toplanan sütleri bir araya getirerek süt üreticisi bir ustanın yönetiminde yağ ve peynir üretileceğini belirtmiştir (İhsan, 1913: 34). Trabzon, Halep, Erzurum tarafları başta olmak üzere Anadolu'nun tüm bölgelerinde az maliyetle bol süt tedarikinin imkânı olduğu halde hiçbir bölgede kooperatif şirketleri olmadığından bu servetten hakkıyla istifade edilemediğini vurgulamıştır. Bu gibi müesseselerin vücuda gelmesine çalışacak ve ön ayak olacaklara ziraat memuru ve muallimlerin istihdam edilmesinin sevinçle karşıladığını belirtmiştir (İhsan, 1913: 34-35).

Hayvanatımızın Islahı ve Teksiri başlıklı makalede Yorgi Pasalti, ülkedeki hayvanlarının değerinin seksen beş milyon Osmanlı lirası ve Anadolu'dan küçük olan Fransa'daki hayvanatının değerinin ise iki yüz altmış milyon Osmanlı lirası değerinde olduğunu belirtmiştir. Ülkedeki hayvanatını az olmasının sebebinin Anadolu'da yaygın olan hayvan hırsızlığına bağlamıştır. Asayişin temin edilmediğinden dolayı hırsızlığının önünün bir türlü alınmadığını belirtmiştir. Hayvanların azalmasının diğer bir sebebinin de hayvan hastalıkları olduğunu ve bu hastalıklar yüzünden birçok hayvanatın telef olduğunu belirtmiştir (Yorgi Pasalti, 1913: 35-37). Yorgi Pasalti, sonra hayvanatın terakkisi için alınması gereken tedbirleri maddeler halinde sıralamıştır: Birinci olarak hayvanatın ticaretini emniyet altına alacak asayişin sağlanması, nakliye ücretlerin ucuzlatılması, hükümetin lazım olan atları yurt içerisinde temin edilmesi. İkinci olarak damızlık hayvanatı tedarik edilmesi ve depoların kurulması. Üçüncü olarak hayvanatın ıslah ve çoğaltılması için hükümetin teşviklerde bulunarak modern bilgilerin yayılmasını sağlanması. Dördüncü olarak fenni bilginin yayılması için kitap ve risalelerin neşredilmesi. Beşinci olarak hükümetin atacağı adımların program halinde olması. Altıncı olarak hayvan hastalıkları kanununun tatbik edilmesi, yedinci olarak hükümetin hayvanatın çoğaltılması için yapacağı teşkilatın esaslı ve ciddi olması (Yorgi Pasalti, 1913: 37-38). Yorgi Pasalti, her şeyin hükümetten beklemenin doğru bir davranış olmadığını belirtmiş ve her ferdin memleketin terakkisi için çalışmaya mecbur olduğunu ifade etmiştir. Gençlerin birçoğunun Avrupa'ya ziraat tahsiline gönderilmesinin ülke için büyük bir kalkınmaya vesile olacağını belirtmiştir (Yorgi Pasalti, 1913: 38).

Memalik-i Osmaniye'de Tiftik Hasılatı başlıklı imzasız çıkan haberde Felahat, Osmanlı'da senede kırk bin balya (bir balya yüz kilo) tiftiğin üretildiğini, eski hükümetin dirayetsizliği yüzünden tiftik keçilerinin Osmanlı Devleti'nden temin ederek Ümit Burnu'nda yetiştiren İngiltere'nin senede seksen bin balya tiftik üretimini gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Osmanlı Devleti'nde tiftiğinin kalitesinin yüksek olduğunu ancak basiretsizlik yüzünden bir rakibin çıkartılmasını da eleştirmiştir (*Felahat*, 1913: 44).

Tiftik Ticareti ve Tiftik Keçisinin Lüzumu Islahı başlıklı makalede Yorgi Pasalti, tiftik keçisinin Anadolu'nun her tarafından yetiştirildiğini ve tiftikten elde edilen deri üretiminin yarım milyon Osmanlı lirasına yakın olduğunu belirtmiştir. Kab'ta tiftik üretimine başlandıktan sonra fiyatların düştüğünü belirten Yorgi Pasalti, son yirmi sene zarfında fiyatların 12-16 arasında değiştiğini, Anadolu'nun çeşitli vilayetlerinde üretilen tiftiklerin aynı kalite ve fiyatta olmadığını ifade etmiştir. Geçen sene birinci kalite üretiminin olduğu Kütahya, Afyonkarahisar, Eskişehir ve Beypazarı'nda okkasının on sekiz kuruş, ikinci kalite üretimin olduğu Ankara, Maden, Bolu ve Kastamonu'da okkasının on yedi kuruş, üçüncü kalite üretimin olduğu Küre ve Akşehir de ise okkasının on beş buçuk kuruş, dördüncü kalite üretimin olduğu Konya'da ise okkasının on dört kuruş değerinde olduğunu belirtmiştir. Tiftik keçisinin yetiştiği diğer bir bölgenin de Kab olduğunu, Kab'ın ikliminin Ankara ve Kütahya iklimine benzediğini ancak Anadolu ikliminin tiftik keçisinin yetiştirilmesine daha elverişli olduğunu vurgulamıştır (Yorgi Pasalti, 1913: 87-90).

Müşterek Elmenfaa Süthanelerin Sureti Tesisi ve İdaresi başlıklı makalede İhsan, kooperatif süt şirketlerinin tesis edilmesinin ülkeye yarar getirdiğini belirtmiş ve bu müesseselerin işleyici hakkında okuyucuları bilgilendirmiştir. Kooperatif süt şirketlerinin hangi maksat için tesis edilirse edilsin gerek süt üreticilerinin gerekse ortaklarının her türlü hukukunu tayin ederek muhafaza altına alınması gerektiğini vurgulamıştır (İhsan, 1913: 81-83).

Peynir Meselesi-Koyun Sütü başlıklı makalede *Abdülkerim Haras*, yurtiçi peynir ihtiyacını tedarik eden Rumeli'nin kaybedilmesiyle ülkeye Edirne'den beyaz peynir, Rumeli'den kaşar peynirin gelmeyeceğini, piyasada peynir fiyatlarının on iki ila yirmi beş kuruşa yükseleceğini belirtmiştir. Edirne, Selanik ve Manastır vilayetlerinin yaylalarında koyunculüğün geliştiğini ancak gerek peynirciliğin üretimine rağbet edilmemesi gerekse büyük sürülerin eksikliğinden dolayı Anadolu'da beyaz peynir ve kaşarın imal edilmediğini belirtmiştir. Anadolu'da sütçülüğün ve koyunculüğün geliştirilmesi gerektiğini Rumeli'de koyunculuk ve peynircilikle uğraşan muhacirlerin Anadolu'da da bu işlerini sürdürmesi için bunlara destek verilerek kooperatif şirketlerin teşkili için ciddi surette çalışılması gerektiğini vurgulamıştır (Abdülhakem Haras, 1913: 145-147).

Sütçülük: Süt Sağan Makineler başlıklı imzasız çıkan makalede *Felahat*, Avrupa'da amelenin eksikliğinden dolayı süt sağan makinelerin imal edildiğini belirtmiştir. Bu makineleri tanıtmak ve fikir edinmek için birisi tazyik ile işleyen diğeri ayaklı sağan makinelerinin resimlerini *Felahat* sütunlarda gösterildiğini belirtmiştir. Klim sistemindeki makineyle sütün hava ile temas etmeyeceğinden sıhhat açısından önemli ve iki ineği birden sağmanın mümkün olduğunu ifade etmiştir. Makine fiyatının on beş Fransız lirası olduğunu belirten *Felahat*, makinelerin henüz Osmanlı üretim şartlarına elverişli olmadığını ve fiyatın yüksek olduğunu ifade etmiştir. Bu makinelerin basit ve ucuzlarının keşif olunana kadar sabretmek gerektiğini belirtmiştir (Felahat, 1914: 324-325).

Yumurtaçılık başlıklı makalede Yervant Zeki, yumurtanın insanlar için yararlı bir gıda olduğunu ve dünyada yumurta tüketiminin büyük olduğunu belirtmiştir. Yumurtanın sadece gıda olarak kullanılmadığını aynı zamanda birçok sanayide alüminyum imalinde de kullanıldığını ifade etmiştir. Dünyada yumurta ticaretinin milyonlarca frank değerinde olduğunu Rusya, Mısır, Fransa, Osmanlı, Romanya, İtalya, Çin ve Japonya'nın yumurta ihracında da önemli ülkeler olduğunu açıklamıştır. Yumurta ticaretinde iki büyük sorununun olduğunu belirtmiş ve bunlardan ilkinin yumurtaların çabuk kırılması ve diğerrinin ise çabuk bozulması olarak açıklamıştır (Yervant Zeki, 1913: 183-184).

Tavukçuluk: Faideli Malumatlar başlıklı imzasız çıkan makalede yazar okuyucularına tavukçuluk hakkında yararlı bilgiler aktarmıştır. Faydalı bilgilerin bazıları şu şekilde sıralamıştır: *En iyi tavuklardan olan Leghorns ırkı kuluçkaya yaramaz. Bress ırkı yazın iyi ve büyük yumurta yumurtlar. Kışın yumurtlayıcı tavuklar meyanında hiçbir tavuk yaldızlı veyahut İtalya Legurani denilen cinse başa çıkamaz. Tavukları kuluçka yuvasında daimî surette saklayabilmek için kuluçka sepetlerini sakın bir mahale konulmalı çünkü kuluçkaya oturan tavuk sükûneti sever. Feverolle tavuklarının eti pek makbuldür. Tavuk eti istihsal etmek isteyenler bu cinsi beslemelidir. Hem et hem de yumurta isteyenler ise Orpington cinsini beslemelidir. Legerun ile Orpington çiftleşmesinden istihsal edilen tavuklar çok makbuldür. Bunlar hem yumurtlayıcı olurlar hem de etleri lezzetlidir* (Tavukçuluk, 1913: 299-300).

Arıcılık: Faideli Malumatlar başlığıyla imzasız çıkan makalede *Felahat*, arıcılık mesleğiyle uğraşan çiftçilere kovanları temiz tutmak ve beyaza boyalamak yöntemi gibi konularda bilgiler vermiştir (Arıcı, 1914: 314-315).

Ticaret politikaları

Ticaretimizin Menabi başlıklı makalede Arşak Seğpusyan, gelişmiş olmasa da ziraat ve sanayiye göre ticaretin gelişmiş olduğunu belirtmiştir. Ziraat potansiyelinin yurtiçi ihtiyaçları temin edecek durumda olmadığını ve ithalat kesilirse ziraatın Osmanlı Devleti'nin ihtiyaçları noktasında yetersiz kalacağını ifade etmiştir. Sanayi üretiminin hiç mesabesinde olduğunu giyim, gıda, mobilya ve inşaat malzemelerinin hepsinin dışarıdan ithal edildiğini vurgulamıştır (Arşak Seğpusyan, 1913: 71). Ticaretin ziraat ve sanayiye bağlı olduğunu belirtmiş ve ziraat ve zanaatı gelişmişse ürünleri mübadele eden ticaretin de kendiliğinden gelişeceğini vurgulamıştır. Bu memleketin ise ihtiyaçlarını karşılamak için ecnebi devletlerinin ziraat ve sanayisine müracaat etmek zorunda kalacağını vurgulamıştır. Osmanlı'da sanat ve ziraatın geri kalmasına karşın ticarete bir ilerlemenin gerçekleştirmesinin sebebi olarak ithal ticaretin gelişmiş olmasına bağlamıştır (Arşak Seğpusyan, 1913: 73). İç ticaretin yerli tüccarın tekelinde olduğunu belirtmiş, iç ticarete ulaşım imkânların gelişmemiş olmasından dolayı büyük girişimlerin gerçekleşmediğini vurgulamıştır. Memleketin üç tarafını çevreleyen denizlere rağmen bundan istifade edilememesini eleştirmiştir. İpek, mensucat gibi sanayi ürünlerin ihracının azımsanacak bir oranda olduğunu ve zahire, tütün, kahve, kenevir, keten, afyon ve derinin ise ihraç edilen önemli mallar olduğunu ifade etmiştir. İhracat ticaretinde yerli tüccarlar olmakla birlikte Avrupalı tüccarların da dış ticareti tekeline geçirdiğini, ithalat ticaretinde ise kısmen yerli, kısmen ecnebi tüccarların yönetiminde olduğunu ifade etmiş, ticarete komisyoncuların oynadıkları rolün büyük olduğunu belirtmiştir (Arşak Seğpusyan, 1913: 73-74).

Buhran-ı İtibari başlıklı makalede Arşak Seğpusyan, ecnebi devletlerinde ve vilayet dâhilinde mümkün mertebe itibarın kuvvetli bir ticari fonksiyonu olduğunu belirtmiştir. Son günlerde küçük tacirlerin sermaye eksikliği sorunu yaşadıklarından büyük tacirlere olan ödemelerini geciktirdiklerini ve ticaret muamelelerinde bir itibar zedelenmesi yaşandığını ifade etmiştir (Arşak Seğpusyan, 1913: 266-267).

Ticaret-i Hariciyemiz başlıklı makalede Sarkis Nihad, *Osmanlı Devleti*'nin Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarının kesişim noktasında bulunması ve bölgesinin önemli ticaret denizleri ile çevrili olması, Avrupa gibi sanayisi gelişmiş ülkeler ile Asya gibi gelişmemiş ülkelerin arasında bulunması gibi avantajlı faktörler yanında sahillerinde birçok liman ve körfezlerin mevcudiyeti, birçok maden ve ormanın mevcudiyeti, iklimin ziraat faaliyetlerine uygun olması ve verimli arazilerin olmasına karşın Osmanlı Devleti'nde ne ticaret ne sanayi ne de ziraat nazarından hiçbir gelişme gösterilemediğini belirtmiştir. İç ticaretin yolların gelişmemiş olması, nakliyatındaki pahalılık ve emniyetsizlik gibi engeller yüzünden gündün güne gerilediğini belirtmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 116-117). Birçok deniz kıyısı olduğu halde deniz ticaretinin yabancı gemiler vasıtasıyla icra edildiğini ve Osmanlı'da kuvvetli bir vapur kumpanyasının olmadığını belirtmiştir. İmparatorluk dâhilinde sadece bir ticaret mektebi varken yirmiden fazla yabancı ticaret mekteplerinin olmasının üzüntü verici olduğunu belirtmiştir. Tek bir ticaret mektebi olmasına karşın bu mektebin öğrenci sıkıntısı yaşadığını belirten Sarkis Nihad, halkın ticarete olan ilgisizliğini eleştirmiştir. Bütün ticaret, sanayi ve mali müesseselerin ecnebi tarafından işletilmesinin görülmesine rağmen halkta halen özel teşebbüs ruhunun oluşmamasını ve bir teşebbüsün bile görülmemesini eleştirmiştir. Eğer terakki edilmek isteniliyorsa ticaret mekteplerinin artırılması gerektiğini, önemli şehirlerde ticaret müze ve sergileri tesis ederek ticaret erbabının teşebbüslerine destek verilmesi gerektiğini belirlemiştir (Sarkis Nihad, 1913: 118-119).

Dersaadet Ticaret Odası başlıklı makalede Sarkis Nihad, ticaretin gelişmesi için pazarların fazla olmasına bağlı olduğunu ve bu noktada ise en büyük vazifenin tüccara ait olduğunu belirtmiştir. Tüccarların ticaret muamelelerine vukufu olmayan hükümet memurlarını aydınlatmasını ve yabancı ülkelerle yapılacak ticaret anlaşmalarında hataya düşülmemesi için hükümete rehberlik etmesini önermiştir. Hükümetin uygulayacağı kanun ve nizamları, takip edeceği bayındırlık siyasetini, ticaretle ilgili rüsum ve tekalif gibi memleketin iktisadi durumuyla ilgili her teşebbüsünde hükümeti ikaz etmesi ya da hükümetin tüccara müracaat etmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu gibi hususlarda hükümetin icraatına yön vermek ve ticarete ait birçok vazifeyi gerçekleştirmek için ticaret odalarının vücuda

geldiğini belirtmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 133). Sarkis Nihad, ticaret odalarının gerçekleştireceği hizmetleri maddeler halinde sıralamıştır. Birinci olarak, ticaret mektepleri tesis etmek, kütüphaneler tesis etmek, konferanslar düzenlemek, gençleri yabancı ülkelere ticaret eğitimine göndermek, yabancı dil öğretmek, ticaret müze ve istihbarat daireleri kurmak. İkinci olarak, ticaret anlaşmalarının serbest fikirlerle akdedilmesini temini için kamuoyunu hazırlamak. Üçüncü olarak sanayi mülkiyet haklarının yurtiçi-dışında teminini sağlamada hükümeti teşvik etmek. Dördüncü olarak bülten, broşür, mecmua ve rapor gibi ticaret neşriyatı yapmak. Beşinci olarak programlarını dar bir bölgeden ziyade bütün memleketi kapsayacak şekilde olmasını sağlamak (Sarkis Nihad, 1913: 134). Sarkis Nihad, Osmanlı'da kurulmasından bu yana İstanbul Ticaret Odası'nın ticaret konusunda hiçbir girişimde bulunmamasını eleştirmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 135). Taşra ticaret odalarının da pek de iyi olduklarının söylenemeyeceğini iler sürmüş ve Bursa Ticaret Odasından yakın bir zamanda Bursa şehri ve civarında bulunan çeşitli sanayi tezgâhların adedi hakkında malumat istediğini ancak oda reisinin şimdiye kadar böyle bir müracaata maruz kalmadıkları için odanın bu konuda hiçbir hazırlığı bulunmadığını belirttiğini ifade etmiştir. Resmi kayıtlara göre yüz elli ila yüz altmış kadar ticaret odasının olduğunu belirtmiş ve Fransa gibi ticarete kalkınmış bir memlekette ancak yüz yirmi ticaret odasının bulunmasına bakılırsa ülkedeki ticaret odalarının ekserinin sadece defterce mevcut olduklarını belirtmiştir. İstanbul, İzmir, Trabzon, Beyrut ve diğer önemli şehirlerdeki ticaret odalarının aktif hale getirtilmesini ve bunların ticaret için teşebbüslerde bulunulması önermiştir (Sarkis Nihad, 1913: 135).

Serbest Liman başlıklı makalede Sarkis Nihad, serbest liman denilen bölgelere mallarının ihraç edildiğini, buralarda malın satıldığını yâda şekil değiştirerek tekrar dışarı ihraç edildiğini ve tüm bu işlemlerde gümrük resminin alınmadığını belirtmiştir. Bu sebeple gümrük rüsumun alınmadığı bölgelere ticaret gemilerinin rağbet ettiğini vurgulamıştır. Bir limana fazla miktarda ticaret gemisinin uğrayarak oraya mal ihraç etmesinin limanda bir hareketlenmeye yol açacağını, burada birçok vapur kumpanyasının teşkil edileceğini, kayık ve mavnalarının sayısının çoğalacağını, araba ve otomobil gibi ulaşım araçlarının miktarının artacağını, limanla dâhili memleketleri bağlayan birçok şose ve şimendifer hatlarının tesis edileceğini belirtmiştir. Serbest bölgede birçok liman, iskele, rıhtım, dok, antrepo, fabrika, mağaza gibi yapıların inşa edildiğini ve bu bölgenin şehirden demir parmaklıklarla ayrıldığını ifade etmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 161-163). Dersaadet limanının serbest bir liman haline gelmesi teklifinin Balkan Savaşı dolayısıyla Selanik ve Dedeğaç gibi limanların başta olmak Rumeli'nin büyük kısmının Bulgar ve Yunanların eline geçmesiyle kısa sürede bölgedeki bu limanların İstanbul'un bir rakibi kesilme olasılığı nedeni ile Rumeli'yle iş yapan İstanbul'un ticaret çevrelerine bir darbe vurulması ihtimaline karşı *Dersaadet Ticaret Odası* tarafından verildiğini vurgulamıştır. Sarkis Nihad, sonraları serbest limanının tesisinde dikkat edilmesi gereken noktaları maddeler halinde sıralamıştır. Evvela: zamanın uygunluğu ikinci olarak serbest liman tesisine hükümetin mali gücünün uygunluğu, üçüncü olarak gelir kaynaklarının büyük kısmının gümrük varidatının teşkil ettiği ve çoğunluğunun İstanbul gümrükleri vasıtasıyla tedarik edildiği dikkate alınırsa böyle bir serbest limanının tesisine devlet gelirlerinin azalacağı olasılığı, dördüncü olarak İstanbul'u Anadolu ve Rumeli'ye bağlayan İstanbul'da bir serbest ulaşımın liman tesisine uygunluğu, beşinci olarak tesis edilecek serbest bölge dahilinde ecnebiler tarafından birçok fabrika kurarak kendi emtialarını her şeyden muaf olmak üzere mamul hale getirmek ve ürünleri yerli ürünlerden ucuz satabilmek imkanı vermesi (Sarkis Nihad, 1913: 163-164).

Sanayi üretimi ve sanayileşme

Ticaretimizin Menabi başlıklı makalede Arşak Seğpusyan, sanayinin geri kalmasının göze çarpan ilk eksikliğin ziraatta modern alet ve edevatların eksikliği olduğunu vurgulamıştır. Makinelerin üretimde seri bir üretimin gerçekleştirilmesini sağladığını ancak Osmanlı Devleti'nin bu güçten istifade edemediğini belirtmiştir. Avrupa tezgâhların halıcılıkta bile ucuz mallar üretip ve Osmanlı Devleti'ne gönderdiğini ifade etmiştir. Osmanlı fabrikalarının Avrupa devletlerin büyük ve modern teçhizatlı sanayi fabrikaları ile mücadele etmesinin mevcut şartlarda imkânsız olduğunu vurgulamıştır. Sanayinin ilerlemesine yardımcı olacak gümrük usulü yönteminden Osmanlı'nın istifade edemediğini ifade etmiştir (Arşak Seğpusyan, 1913: 72-73).

Ticaret-i Hariciyemiz makalede Sarkis Nihad, sanayi sektörünün ilerleyemediğini vurgulamıştır. Dokuma sanayinin bile ehemmiyet verilmediğinden üretim gücünü kaybettiğini belirtmiştir. Osmanlı sanayisi büyük kumpanyalar eline düşerek günden güne gerilediğini ifade etmiştir. Himaye yöntemini

kabul edemediğinden sanayinin Avrupa rekabeti karşısında gerilediğini ve birçok sanatkârın sanatlarını terk ettiğini belirtmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 117-118).

Memalik-i Osmaniye’de Fabrikacılık başlıklı makalede Sarkis Nihad, meşrutiyetin ilanından sonra her tarafta yerli malı kullanmak ve yerli sanayiye teşvik etmek üzere teşebbüslerin gerçekleştiğini ancak bu teşebbüslerden bir faydanın gerçekleşmediğini vurgulamıştır. Demiryolu hatlarının bulunduğu bölgelerde Avrupa ürünlerinin kolayca girebildiğini belirtmiş ve bu bölgelerde yerli sanayinin ya yok olduğunu yahut Avrupa ürünlerine ümitsiz şekilde rekabet ettiğini ifade etmiştir. Yerli fabrikalarının kapanmasının sebebi olarak sanayinin işlemesi için gerekli demir ve kömür gibi enerji kaynaklarında ülkenin fakir olmasına bağlamıştır. Bir ülkede fabrika tesisinin sadece gümrük tarifeleriyle gerçekleşmeyeceğini belirtmiş, hammadde ve enerji kaynaklarının fabrikanın yakınında bol miktarda veyahut fabrikaya naklinin kolaylıkla olması gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca bunları işletecek nitelikli amele ve ustalara da ihtiyaç olduğunu ifade etmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 21). Yapılan araştırmalarda Anadolu kıtasında sadece Karadeniz’in Batı bölgesiyle Karesi sancağından başka hiçbir bölgede kömür madeninin bulunmadığını belirtmiş ve kömür madeni eksikliğinin sanayi üretim merkezlerinin tesisine engel oluşturduğunu vurgulamıştır. Kömür madenin üretildiği bölgelerde ya da az masrafla nakledilen bölgelerde kullanılmaları gerektiğini dile getirmiş ve bunun için deniz ulaşımının önem arz ettiğini belirtmiştir. Ancak Osmanlı’da iç deniz ulaşımının tesis edilemediğini ve nehirlerin çoğunun ulaşım imkânına uygun olmadığını ifade etmiştir. Bir bölgeden çıkan madenin ulaşım yetersizliği yüzünden nakledilemediğini ve bu yüzden hammaddelerin fazla üretilip ihraç edilemediğini belirtmiştir. Enerji açısından önemli bir kaynak bölgesi olan Irak ve Suriye bölgelerindeki petrol kaynaklarının olduğunu ifade etmiş ve Erzurum civarlarında, güneyde Bağdat vilayetinde Kerbala, Küfe ve Necef taraflarında bol miktar petrolün işletilmediğini dile getirmiştir. Sadece İskenderun taraflarındaki petrolün bir kumpanya tarafından işletildiğini belirtmiştir (Sarkis Nihad, 1913: 21-22).

Tabii Fabrikacılık başlıklı imzasız çıkan makalede *Felahat*, ülkenin her tarafında fabrikalaşma hevesinin uyandığından beri Edirne’de porselen fabrikası, İzmir’de kiremit-tuğla fabrikası İstanbul’da pamuk, yün ve kumaş fabrikası gibi fabrikalarının açılışı için çeşitli imtiyazların verildiğini belirtmiştir. Bu girişimleri sevinçle karşıladıklarını ancak şartlar dikkate alınmırsa yurtiçinde fabrikalaşma girişimleri yerine Osmanlı’nın ziraata daha elverişli olduğunu vurgulamıştır. Osmanlı Devleti’nin tüm iktisadi kuvvetini ziraata kanalize ederse tarımsal üretimin artacağını ve refah içerisinde yaşanacağını belirtmiştir. Hammadde temin etmeksizin fabrika projeleri hazırlanmasının hayal olduğunu vurgulamıştır. Ziraatı geliştirmeksizin fabrikacılığın tesis edilemeyeceğini belirtmiş ve topraktan fazlaca hasılat elde edildiği zamanda Osmanlı’nın refaha erişeceğini vurgulamıştır. Ziraat geliştiğinde sanayinin kendiliğinden gelişeceğini belirtmiştir (Felahat, 1918: 818). Bazılarının bir bütün olduğundan aynı zamanda ziraat ve sanayinin terakkisine aynı derecede çalışılmasını talep etmesini eleştirmiş ve Osmanlı gibi maarif ve maliyesi gelişmemiş bir ülkede aynı zamanda ziraatı ve sanayinin geliştirmenin imkânsız olduğunu vurgulamıştır. Osmanlı sanayisinin gelişmemesinin sebebini ise ziraatın terakki edememesine bağlamıştır (Felahat, 1918: 819-820).

Sonuç

Osmanlı Devleti’nin iktisadi sektör olarak tarımsal bir ülke konumunda olması ve siyasi konuların genelde sansür edilmesi gibi faktörler sonucu birçok ziraat yayını çıkmış ve siyasi gazetelerde tarımsal konular fazlaca yer almıştır. II. Meşrutiyet döneminde ziraat alanında yayımlanan dergilerden *Felahat*, bir ziraat dergisi olarak çıkmasına karşın iktisadın diğer sektörlerine ve sorunlarına değinmiştir. *Felahat*, II. Meşrutiyet döneminde yaşanan iktisadi sorunlara yönelik bir yayım politika sergilemiş ve çıkan yazıların içeriğinin çoğu Osmanlı Devleti’nin iktisadi sorunları oluşturmuştur. Bu yazılarda Osmanlı Devleti’nin ne gibi ekonomi politikaları gerçekleştirdiği takdirde iktisadi gelişmesinin yaşanacağını belirtmiş ve iktisadi sektör olarak tarıma fazla önem verilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Felahat, Osmanlı çiftçilerinin zirai ekimlerinde onlara yardımcı olacak ve bilgi birikimlerini artıracak yazıların çıkmasına da özen göstermiş ve çıkan makaleleri halkın rahat anlaması için gazete dilinin sade ve anlaşılır olmasına çaba göstermiştir. Çiftçilerin geleneksel tarım yöntemleri yerine modern yöntemlerini uygulanmasını ve makineleşme kullanımının yaygınlaşmasına gayret etmiştir. Çiftçilerin ziraatında yaşanan sorunlara değinmiş ve bunların çözümü için çeşitli öneriler getirmiş ve sorunları

dillendirerek bunların ortadan kaldırılması bir kamuoyu oluşmasına çalışmıştır. Çiftçilerin üretimlerini artırmalarını talep etmiş ve pazara yönelik bir endüstriyel ve hayvansal üretimin gerçekleştirilmesiyle hem kendi refahın artacağını hem iktisadi gelişimin gerçekleşeceğini ileri sürmüştür. *Felahat*, bir ziraat dergisi olmasına karşın ticaret, sanayi ve ulaşım gibi konular da derginin değindiği iktisadi sektörler olmuştur. Dergide çıkan yazılar daha çok tarımsal üretimle ilişkili şekilde işlenmiş ve ticaretin, sanayinin ve ulaşımın gelişmesinin tarımsal üretimi artıracığı ifade edilmiştir.

Kaynakça

- A. Barzılay. (14 Mayıs 1913). Vesait-i nakliye terakki-i ziraatın lazımı gayri mefarikidir. *Felahat*. 4, 55-57.
- Arıcı. (14 Ocak 1914). Arıcılık: Faydalı malumatlar. *Felahat*, 20, 314-315.
- Abdulahkem Haras. (14 Ağustos 1913). Peynir meselesi-koyun sütü. *Felahat*, 10, 145-147.
- Ahmet Talat. (14 Haziran 1913). Ziraat makineleri: Buhar pullukları hakkında bir iki söz. *Felahat*. 6, 83-87.
- Arşak Seğpusyan. (28 Mayıs 1913). Ticaretimizin menabi, *Felahat*. 5, 71-74.
- Arşak Seğpusyan. (28 Kasım 1913). Buhran-ı İtibari, *Felahat*. 17, 266-267.
- Aydın vilayetinin 1328 senesi hasılatı. (28 Nisan 1913). *Felahat*. 3, 44.
- Birinci Köy ve Ziraat Kalkınma Kongresi Yayımları. (1938). Türk ziraat tarihine bir bakış. Devlet. Bir memlekette ziraat nasıl terakki eder. (Eylül 1918). *Felahat*, 65, 852-855.
- Dabağyan, L. P. (2010). *Geçmişten günümüze millet-i sadıka-i Osmanlı Ermenileri*. Yedigöller.
- Dünyanın tütün istihlakı. (14 Mayıs 1913). *Felahat*, 4, 61-62.
- Fazıl. (14 Aralık 1913). Usul-i muhasebe-i ziraiye, *Felahat*, 18, 282-283.
- Fazıl. (14 Ocak 1914). Usul-i muhasebe-i ziraiye muhasebe-i ziraat. *Felahat*. 20, 315-316.
- Felahat. (28 Kasım 1913). Sanayi-i ve ziraatta makinelerin ehemmiyeti. *Felahat*. 17, 262. *Felahat*'ın 1-67. sayıları.
- Felahat*. (28 Mart 1913a/14 Nisan 1913b/28 Nisan 1913c/14 Mayıs 1913d/28 Mayıs 1913e/14 Haziran 1913f/14 Temmuz 1913g/14 Ağustos 1913h/14 Eylül 1913i/28 Aralık 1913k/14 Mart 1915a). 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 19, 37, ks.
- İfade-i mahsus: İki söz. (28 Mart 1913). *Felahat*. 1, 1-2.
- İslam ziraat ve arazi şirketleri. (14 Temmuz 1914). *Felahat*. 32, 497-498.
- İşe meselesi. (Eylül 1918). *Felahat*. 65, 850-851.
- İzmir zeytin hasılatı. (28 Mayıs 1913). *Felahat*. 5, 77.
- İhsan. (1 Temmuz 1917). Nebatat-ı sanayinin ehemmiyeti: şeker pancarı ziraatı. *Felahat*. 49-50, 705-708.
- İhsan. (28 Nisan 1913). Bizde sütçülük nasıl terakki edebilir. *Felahat*. 3, 33-35.
- İhsan. (14 Haziran 1913). Müşterek-ül menfa-ı süthanelerin suret-i tesisi ve idaresi. *Felahat*. 6, 81-83.
- Kavanin-i ziraiye. (Ağustos 1918). *Felahat*. 64, 834-839.
- Kastamonu vilayetinin keten hasılatı. (28 Nisan 1913). *Felahat*. 3, 44.
- Memalik-i Osmaniye'de tütün ziraatı. (28 Haziran 1914). *Felahat*. 31, 481-482.
- Memalik-i Osmaniye'de tiftik hasılatı. (28 Nisan 1913). *Felahat*. 3, 44.
- Muhabir mektupları Manisa'dan: Manisa pamukları. (28 Mayıs 1913). *Felahat*. 5, 74.
- Memalik-i Osmaniye'de pamuk ziraatı. (28 Ağustos 1913). *Felahat*. 11, 176.
- Memalik-i Osmaniye'de pamuk ziraatı. (14 Haziran 1914). *Felahat*. 30, 465-467.
- Meclis-i Mebusan'da ziraat bütçesi. (14 Ağustos 1914). *Felahat*. 34, 529-532.
- Ohannes. (28 Nisan 1913). Muhabir mektupları: Adana'dan, *Felahat*. 3, 46-47.
- Paşa. (28 Kasım 1913). Sanayi-i ve ziraatta makinelerin ehemmiyeti, *Felahat*. 17, 258-262.
- Sebuh. (1 Temmuz 1917). Memalik-i Osmaniye'de sanayi şekeri: şeker pancarı ziraatı mı yoksa şeker kamışı ziraatı mı? Bir şeker fabrikasının ehemmiyeti ne merkezdedir. *Felahat*. 49-50, 714-720.
- Sebuh İstipanyan. (28 Mayıs 1913). Posta tasarruf sandıkları. *Felahat*. 5, 65-68.
- Senekerim İstipanyan. (14 Kasım 1913). Ziraatta hususiyet. *Felahat*. 16, 242-244.
- Senekerim İstipanyan. (28 Aralık 1913). Ziraatın ve teksir-i hayvanların terakkisi, *Felahat*. 19, 291-294.
- Sarkis Nihad. (28 Ağustos 1913). Serbest liman. *Felahat*. 11, 161-164.
- Sarkis Nihad. (14 Temmuz 1913). Ticaret-i hariciyemiz. *Felahat*. 8, 116-119.
- Sarkis Nihad. (28 Temmuz 1913). Dersaadet ticaret odası. *Felahat*. 9, 233-235.
- Sarkis Nihad. (14 Nisan 1913). Memalik-i Osmaniye'de fabrikacılık. *Felahat*. 2, 21-23.

- Stepanyan, H. (2014). *Ermenilerin Osmanlı İmparatorluğuna katkısı*. Gasprint
- Seropyan, V. (1999). Karekin Deveciyan. *Yaşamlarıyla ve yapıtlarıyla Osmanlılar ansiklopedisi c.1*. Yapı Kredi.
- Sütçülük: Süt Sağan Makineler. (28 Ocak 1914). *Felahat*. 21, 324-326.
- Şahin, N. (2015). *Osmanlı Ermenileri ve İkinci Meşrutiyet*. Çizgi.
- Tabii fabrikacılık. (Temmuz 1918). *Felahat*. 63, 818-820.
- Tavukçu. (28 Aralık 1913). Tavukçuluk: Faydalı malumatlar. *Felahat*. 19, 299-300.
- Yorgi Pasalti. (14 Haziran 1913). Tiftik ticareti ve tiftik keçisinin lüzumu ıslahı. *Felahat*. 6, 87-90.
- Yervant Zeki. (14 Eylül 1913). Yumurtacılık. *Felahat*, 12, 183-184.
- Ziraat sendikaları. (14 Ocak 1914). *Felahat*. 20, 318.
- Ziraat-ı milliye. (28 Temmuz 1914). *Felahat*. 33, 513-515.
- Ziraat ancak hürriyetle payidar olabilir. (28 Temmuz 1913). *Felahat*. 9, 129-130.

Etik kurul onayı

Çalışma arşiv çalışması sebebiyle araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Devlet gazetesi bağlamında Galip Erdem'in milliyetçiliğe bakışı* Galip Erdem's view of nationalism in the context of the Devlet newspaper

Gönderim Tarihi / Received: 29.11.2022

Nagihan EREN¹

Kabul Tarihi / Accepted: 28.04.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1211518](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1211518)

ÖZ: Devlet gazetesi, 1969-1979 yılları arasında Türk milliyetçiliği doğrultusunda yayın yapan, milliyetçi aydınlar ile milliyetçi kitle arasındaki iletişimi sağlayan önemli bir gazete olmuştur. Gazete, Türkiye'nin fikren iki kutba ayrıldığı kaotik dönemde milliyetçi tabanın sorunlarını anlatmaya çalışan fikri ve siyasi bir yayın organı olarak öne çıkmıştır. Gazetede en fazla yazısı olan yazarlardan birisi olan Galip Erdem, dönemin siyasi ve gençlik olaylarına yönelik fikirleri ile milliyetçi kitlenin takip ettiği ideolog bir yazar olarak dikkat çekmiştir. Türk milliyetçilerini bir noktada toplamaya çalışan Galip Erdem, milliyetçi aydınların kolektif çabasında yer almıştır. Çalışmada Galip Erdem'in Devlet gazetesinde kaleme aldığı yazıları incelenmiş, dönemin siyasi sürecine ve Türk milliyetçiliğine yönelik bakış açısı çok boyutlu olarak ele alınmıştır. Çalışmada Galip Erdem'in dönemin siyasi şartları içerisinde Türk milliyetçiliği ideolojisini korumaya ve geliştirmeye yönelik çabalarının farklı şekillerde toplumsal ve siyasal yansımalarının olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Galip Erdem, Devlet Gazetesi, Milliyetçilik, Marksizm

ABSTRACT: Between 1969 and 1979, the Devlet newspaper became an important newspaper that published in line with Turkish nationalism and provided communication between nationalist intellectuals and the nationalist mass. The newspaper came to the fore as an intellectual and political publication agency trying to explain the problems of the nationalist base in the chaotic period when Turkey was divided into ideologically two poles. Galip Erdem who one of the writers with the most articles in the newspaper drew attention as an opinion leader followed by the nationalist mass with his ideas about the political and youth events of the period. Galip Erdem who trying to gather Turkish nationalists at one point took part in the collective effort of nationalist intellectuals. In the study Galip Erdem's articles in the Devlet newspaper were examined, his perspective on the political process of the period and Turkish nationalism was discussed in a multidimensional way. In the study it was observed that Galip Erdem's efforts to protect and develop the ideology of Turkish nationalism in the political conditions of the period had social and political reflections in different ways. It has also been seen that Galip Erdem is one of the pioneers of Turkish-Islamic nationalism and who also cares about the intersection points of religion against secular nationalism in the social sphere.

Keywords: Galip Erdem, Devlet Newspaper, Nationalism, Marxism

¹ Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversite, Sosyal Bilimler Enstitüsü/Tarih/Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi, nagehaneren38@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2820-1288>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

The subject of our study is the articles of Galip Erdem in the Devlet newspaper which was published between 1969-1979. When Galip Erdem's life is examined, it is seen that his articles were published in many newspapers and magazines before the Devlet newspaper. The reason why we chose his articles in Devlet is because of the importance of the newspaper Devlet which was published in order to create a mass that will resist the wind of 1968 events in the world and socialism in Turkey. On the other hand Erdem is one of the authors who have the most articles in the newspaper both with opinion articles and editorials. Osman Çakır's book titled "Adı Devlet Olsun" was published in 2022 about the Devlet newspaper. However, the work is a memoir and handles the issues related to the publication process of the newspaper. But it is thought that the study will contribute to the literature in understanding the events of 1968 which is an important stage in the history of Turkish nationalism and the ideological structure after it. Devlet newspaper and the articles of the Galip Erdem should be taken into account in the history of Turkish nationalism in terms of understanding the consistency of the word-action relationship and the effectiveness of its power to be heard. Because while the ideas of the intelligentsia are effective on large masses, he offer ideological patterns to them. On the other hand, it is seen that this process does not remain purely on an intellectual dimension. At the same time, it has caused that the nationalist base show anti-imperialist and anti-Marxist practices with examples of nationalist life. And Galip Erdem, an ideologue who is taken as an example and listened to in the nationalist community so his writings on nationalism in the Devlet have been examined. However, because of that pure content analysis will create deficiencies in understanding Erdem's ideas, in the study the social, economic and political conditions in Turkey and in the world have also been evaluated.

Methodology

At the beginning of the study, firstly information was given about the reason for the publication of the Devlet newspaper. The capacity of the newspaper to be heard and strength of its influence on the nationalist base were given point. In the next stage, was interpreted with the information obtained by reviewing the literature on the activity of Galip Erdem who is one of the most important writers of the newspaper in the nationalist community. Devlet newspaper in which the research took place was obtained from the National Library and Erdem's articles were examined. Since the most important factors determining the political process of this period were ideological polarizations, the subject was limited with Erdem's articles on nationalism. To be faithful to the collected data, the documents were interpreted with the content analysis method and inferences were made. However, this stage was not presented by placing the findings in the template that we created with pure content analysis, interpreting the findings, and with partial or generalized inferences. The findings were evaluated in the conditions of Turkey and the world of the period. Because the world of thought of the author we are researching could not be evaluated separately from the realities of the world and time in which he lived. In addition, the author's world of thought was discussed objectively through the continuity, cumulativeness and contrasts with the history of nationalist thought in Turkey.

Findings and discussion

The study was started with the hypothesis of "Galip Erdem's articles in the Devlet newspaper had an impact on the nationalist readership". In study was determined that Galip Erdem had an influential place in the nationalist community through the narratives of the people who came from the period themselves in the literature. It was gathered data about that Galip Erdem was a person respected by both the nationalist base and the nationalist intelligentsia and politicians, his ideas are valued. However, in order to reconcile this with the newspaper, we needed to be able to confirm that the newspaper had a high impact. In order to verify this, was scanned the newspaper's issues regarding the effectiveness of the Devlet newspaper. In the findings was obtained, was reached the findings about that the newspaper had the highest circulation among the political magazines in the period it was published. Moreover, the findings that it had an effect on nationalist organizations confirmed my hypothesis. However, the hypothesis I put forward was that Galip Erdem was only intellectually influential within the nationalist community. However, when both the newspaper and the articles of the author were examined, it was

seen that Galip Erdem was also influential in the political process of the period. According to the findings, its effectiveness in Turkey's political structure was discussed.

The aspect of Galip Erdem that is the subject of the study has been his world of ideas. As a matter of fact, it has been determined that he presented ideological patterns and behavioral models to the nationalist base with his articles in the Devlet newspaper. When evaluated in this context, it has been seen that Galip Erdem's approach, which sees nationalism as a resistance against Marxist ideas, has a pragmatic purpose. On the other hand, when we look at Galip Erdem's views on nationalism, it was seen that strived to be inclusive it by rasping sharp points of Turkish nationalism. This situation was discussed together with the conditions of the extraordinary process in which systems and regimes were discussed in the conditions of Turkey and the world of the period, and the demands of different regimes took action on an operational scale. Contrary to the ideological approaches based on racial nationalism, he explained a nationalism with high unifying power based on cultural unity, common values and common historical consciousness with the examples he gave in his writings. He achieved this by synthesizing his ideological defense of Turkish nationalism with practices in daily life. When the author's opinion is evaluated in this context, it is deduced that word-action consistency is high.

Results and recommendations

It is clear that Galip Erdem is an important name in the history of Turkish nationalism. The author took part in the collective effort of the nationalist intelligentsia against the spread of Marxist ideas in Turkey. He is also an influential figure in the Nationalist Movement Party. It is impossible to analyze the aforementioned period, in which Turkey was divided into ideological camps, by reading only as a political process. Because in order to understand the intellectual conflict environment that continued from 1968 to 12 September in Turkey, it is necessary to understand the opinion leaders of the period. Researches on the right-wing and left-wing intelligentsia related to the aforementioned period will enable more qualified analyzes to be made about the period.

Giriş

Fransa’da Mayıs 1968’de başlayan gençlik eylemleri, tüm dünyada etkisini göstermiş, emperyalizme, hükümet otoritelerine, üniversite yönetimlerine ve geleneksel toplum düzenlerine karşı küresel-kolektif bir mücadelenin başlangıcını oluşturmuştur. Söz konusu eylemler, Türkiye’de de etkili olmuş ve yurtların yetersizliği, kitapların yüksek ücretleri, ders notlarının eksikliği, üniversite yönetimlerinin otoriter tutumları gibi sebeplere bağlı olarak üniversitelerdeki öğretim koşullarının iyileştirilmesine yönelik talepler artmaya başlamıştır. Ancak kısa bir süre sonra bu istekler yerini, sosyalist temelli devlet düzenine yönelik taleplere ve bu yönde siyasi bir yapının oluşum planlarına bırakmıştır. Devlet gazetesi, bu konjonktürel yapı içerisinde öğretim temelli öğrenci isteklerini haklı bulurken rejim değişikliğini öngören Marksist oluşumların karşısında olmuştur. Yayınları ile radikal sol grupların eylemlerine karşı muhalif bir duruş sergilemiştir. Devlet gazetesinin yayın hayatına başladığı 1969 yılında Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi’nin (CKMP) Milliyetçi Hareket Partisi’ne (MHP) dönüşmesi, gazetenin siyasi alanda da etki gösterebilmesine imkân vermiştir (Landau, 1978: 335). Devlet gazetesinin yayın anlayışı MHP’nin politikaları ile benzerlikler göstermiş, gazetenin öncelikli amacı Türk gençliğini komünizm propagandasına karşı korumak ve Türk milliyetçiliği fikrini MHP’nin ideolojik ekseninde Türk gençliğine aktarmak olmuştur. Gazete, 1971 yılında siyasi nitelikli dergiler içerisinde en yüksek tirajı yakalamıştır. Satış oranları bazı günlük gazetelerden bile daha yüksek seviyelere ulaşmıştır (Propaganda, 1971). Milliyetçi kuruluşların, gazete satışlarının artırılmasında önemli etkileri olmuştur (Devlet Üç Yaşında, 1971). Bu durum gazetenin milliyetçi kesim tarafından takip edilen önemli bir yayın organı olduğunu göstermiştir. Gazetenin sahibi İbrahim Metin (İbrahim Metin ile Galip Erdem Üzerine Bir Söyleşi, 2018), yazı işleri müdürü Tefik Fikret Kılıçkaya (Çakır, 2011), neşriyat müdürü Sadi Somuncuoğlu (Somuncuoğlu, 2019) ise dönemin maddi zorlukları içerisinde gazetenin çıkarılmasını sağlayan diğer önemli aktörler olmuşlardır.

Dünyayı etkisi altına alan 1968 gençlik olaylarının Türkiye’de de etkisini gösterdiği dönemde Marksist fikirlere karşı Türk milliyetçilerini koordine etmek, tepkilerini şekillendirmek, fikri zemin oluşturmak için yayınlanan Devlet gazetesi, milliyetçi taban ile aydın zümresi arasında önemli bir misyonu yürütmüştür. Gazete, dönemin siyasi gündemine yaklaşımı ile milliyetçi gençlerin duruş ve tepkilerinin şekillenmesine etki ederken milliyetçi tabanın koordinasyonunu ve motivasyonunu da sağlayan en önemli yayın organlarından birisi olmuştur. Bu çabayı gösteren yazarların başında ise milliyetçi camia tarafından “Galip Ağabey” diye saygı gösterilen Galip Erdem gelmiştir. Erdem, hem Devlet gazetesindeki hem de Bozkurt dergisindeki yazılarıyla gençlerin fikir dünyalarının inşasında etkili olurken (Kösoğlu, 2010: 36) aktüel ile ideolojiyi birbiriyle harmanlayarak dönemin tartışma ortamında gençleri yönlendirebilmiştir. Galip Erdem, yazılarında kendi ismini kullanmakla beraber İlteriş Metin, Bilge Erdem, Oruç Bilge, Pars Bilge, Murat Bilge ve Çağrı Coşkun gibi müstear isimleri de kullanmıştır.

Galip Erdem, üniversite yıllarında arkadaşları ile birlikte Türk Gençlik Teşkilatı’nı kurmuştur. Bu teşkilat içerisinde Tanrıdağ ve Komünizmle Mücadele adında dergiler çıkartmıştır. Ancak bu dergiler fazla rağbet görmeyince fikirlerine mizah katarak Kara Kedi adlı dergiyi yayımlamıştır. Günlük gazetelerin yirmi bin-otuz bin civarından tiraja ulaşabildiği yıllarda Kara Kedi elli bin tirajına ulaşabilmiştir (Oktay, 2013: 25-29). 1959’da Türk Yurdu dergisinin genel yayın müdürü olmuştur (Kösoğlu, 2010: 36). 1961’den itibaren Tercüman, Yeni İstanbul, Son Havadis, Bab-ı Ali’de Sabah ve Zafer gibi gazetelerde yazıları yayınlanmıştır (Oktay, 2013: 39). 1969’dan itibaren Devlet gazetesinde yazmaya başlamıştır. Devlet gazetesi ile birlikte Erdem’in yazıları milliyetçi tabana daha çok ulaşmaya başlamıştır. Türk milliyetçiliğinin önde gelen ideologlarından olan Galip Erdem, yazılarıyla okuyucu kitlesi tarafından tanınan ve takip edilen bir yazar olarak öne çıkmıştır (Çakır, 2022: 39). Diğer yandan 1960’lı ve 1970’li yıllardaki nesiller üzerinde Galip Erdem’in “fikir ve kültür bakımından yetişmesinde, insani ve ahlaki özelliklerinin gelişmesinde ve belli bir yaşayış üslubu kazanmasında çok büyük payı” (Gürgür, 2021: 418) olduğu ifade edilmektedir. Alparslan Türkeş’in Erdem’e “Galip Hoca” şeklinde hitap ederek toplantılarda mutlaka ona danışması ve fikirlerine önem vermesi; Erdem’in, Türkeş’in konuşmalarının hazırlanmasından parti el kitapçıklarının düzenlenmesine kadar birçok faaliyetleri yürütmesi (Oktay, 2013: 108-109) parti içerisindeki etkinliğini ortaya koymuştur. Bütün bu sürece bakılarak Erdem’in Türk milliyetçisi gençlerin vizyonlarını genişlettiği ve Türk milliyetçiliğinin tarihi sürecinde önemli bir yer edindiğini söylenebilir. Türk milliyetçiliği ile ilgili görüşleri, dönemin

milliyetçi duruşunun ve tepkilerinin daha net anlaşılmasını sağlamıştır. Bundan dolayı kendisine “ülkücü neslin ideoloğu” (Metin, 2007: 14) da denilmektedir.

Galip Erdem, Türk milliyetçiliği düşüncesine katkılar sağlamış ve milliyetçi camia tarafından aydın ve kanaat önderi olarak kabul görmüştür. Bu çalışma ile milletçi camiaya önemli katkılar sağlayan Galip Erdem'in Türk milliyetçiliğinin tarihi süreci içerisindeki yeri ve öneminin ortaya konulması hedeflenmiştir. Bunun için Türk milliyetçiliğinin geçirdiği aşamalar, kırılma anlarıyla birlikte ele alınarak Galip Erdem'in bu süreçteki yeri tartışılmıştır. Söz konusu tarihi süreç içerisinde Galip Erdem'in yeri, dönemin bizatihi içinden gelen kişilerin anlatımlarıyla tespit edilmeye çalışılırken Erdem'i bu süreçte önemli kılan fikirleri ise bilhassa Devlet gazetesi bağlamında analiz edilmiştir. Bu kapsamda Galip Erdem'in milliyetçi camianın fikirlerinin şekillenmesindeki etkinliği değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonunda ise milliyetçi camianın düşünsel çerçevesinin şekillenmesinde ve doyumluk kazanmasında kanaat önderi olduğu görülmüştür. Bununla birlikte Erdem'in milliyetçi aydın kesim üzerinde 1960'lar ve 1970'ler boyunca etkili olduğu, milliyetçi taban üzerindeki etkisinin ise 1975'ten sonra azaldığı sonucuna varılmıştır.

Osmanlı Devleti'nden Türkiye Cumhuriyeti'ne Türk milliyetçiliğinin tarihsel süreci

Türk milli bilincinin ortaya çıkmasında 19. yüzyılda başlayan aydın kesimin girişimlerinin etkisi olmuştur. Aydınların bu girişimlerinde Avrupa'daki Türkoloji bilimi, önemli bir kaynaktır. Türkoloji bilimi, Çin ve İslam kaynaklarını kullanarak Türklerin İslamiyet öncesi geçmişlerine dair bütüncül açıklamalar yapmıştır. Bu sayede Osmanlı ve İslam kimliği tanımlarının dışında Türk adı verilen milli bir duygu ve kimlik üzerinde tartışmalar başlamıştır (Akşin, 2007: 111). Bu fikirlerin Osmanlı Devleti'nde tanınmasını sağlayan kaynaklardan bir diğeri de Avrupa'ya giden ve kaçınılmaz olarak Avrupa'daki fikri cereyanlardan etkilenen öğrencilerdir (Lewis, 2018: 467). Bütün bu gelişmeler, Türkçülük ideolojisinin küçük bir aydın grubuyla sınırlı kaldığını göstermektedir (Ahmed, 2006: 72).

Aydınların Türk milletiyle ilgili görüşlerine bakıldığında özellikle dil ve tarih yorumlarıyla kimlik duygusunu belirginleştirmeye çalıştıkları görülmektedir. Mesela Sadrazam Ahmet Vefik Paşa, Türkçe'nin Asya'dan Pasifik'e kadar geniş bir alana yayılmış kadim bir ailenin dili olduğunu vurgulamıştır. Süleyman Paşa bir dünya tarihi yazmış ve İslam öncesi Türk tarihini bu kitapta ele almıştır (Lewis, 2018: 470). Bununla birlikte Osmanlı Devleti'nin kendinden ayrılan azınlıklara karşı devam eden mücadelesi, Türkçülük konusunda aydın girişimlerini perçinlemiştir. Nitekim 1897 Türk-Yunan Savaşı'ndan etkilenen Mehmet Emin'in “Ben bir Türk'üm, dinim, cinsim uludur.” dizesiyle kimlik tanımlaması olarak Türklüğü seçmesi bu sebeptendir (Öğün, 2000: 114). 20. yüzyılın başında milli bilince dönük hareketler, Rusya Türklerinin fikirleriyle hız kazanmıştır. Rusya'nın özgül koşullarını içselleştiren aydınların görüşleri, Osmanlı Devleti'nde Türkçülük tartışmalarına yeni bir boyut getirmiştir (Lewis, 2018: 471). Yusuf Akçura'nın, Mısır'da *Türk* adlı dergide yayınladığı *Üç Tarz-ı Siyaset* adlı makalesi Türklük, Osmanlılık ve İslamlık düşünceleri arasındaki muğlaklığı netleştirmesi bakımından kapsamlı ve çarpıcı bir eserdir (Akşin, 2007: 112). Nitekim Akçura, Osmanlı birliğinin parçalanmakta olduğunu gören ilk kişi olarak kabul edilmektedir (Berkes, 2013: 400). Yakın gelecekte bu fikirlerden birinin ağırlık kazanacağını öngören Akçura, İslam ve Osmanlı milliyetçiliğinin yetersizliğine dikkat çekmiştir. Bundan dolayı Asya ve Anadolu Türklüğünün bir araya gelmesi fikrini, devletin geleceği ile ilgili tartışmalara çözüm olarak sunmuştur (Lewis, 2018: 442). Ancak bu tarzda sunulan yol haritalarını veya reçetelerini uygulamak mümkün görünmemiştir. Nitekim Hristiyan unsurların millet bilinciyle harekete geçerek Osmanlı Devleti'ni parçalayacağı korkusu baskın gelmiştir. İmparatorluk sorumluluğundan dolayı siyasal kurum, Türkçülük fikrine yönelmemiştir. Böyle bir durum imparatorluğun kendi kendisini tasfiyesi anlamına gelecektir (Berkes, 2013: 399). Ancak bu süreç Balkan Savaşlarına kadar devam etmiştir. Balkan Savaşları'nın getirdiği ağır yenilgi, Türkçülük fikrinin İttihat ve Terakki tarafından Türk ulusçuluğuna dönüşmesine neden olmuştur (Akşin, 2007: 112). Türkçülüğün siyasal bir harekete dönüşmesinde Balkan savaşları bir milat olsa da Yusuf Akçura, Hüseyinzade Ali, İsmail Gaspıralı, Ahmet Ağaoğlu gibi göçmen Türkçülerin, kimlik inşasında büyük etkisi bulunmaktadır. Bu isimler düşünsel sahada Türk milliyetçiliği fikrini işleyerek asker-sivil kadroları hazırlamışlardır. Söz konusu düşünürlerin milliyetçilik anlayışında halkçılık ile İslamcılık birbiriyle kaynaşmıştır. Panslavist politika karşısında Türkler arasında direnci ve dayanışmayı sağlama amaçları, vazgeçilmez paydaşları olmuştur. Azeri, Kırım ve Osmanlı Türklüğünün birbiriyle kurduğu

bağın temelinde de aynı dinin birleştirici gücünü önemsemişlerdir. Bunun için halkın İslam anlayışı ve pratiklerine dönülmesi suretiyle modernleşme sorunsalını aşacaklarını düşünmüşlerdir (Öğün, 1995: 170).

Türkçülük fikri 20. yüzyılın başında süreli yayınlarla ve dernek faaliyetleriyle de kültürel boyutta tartışılmaya devam etmiştir. Bu alanda dikkat çeken Türk Derneği, 1908’de İstanbul’da kurulmuş ve kendi adıyla da bir dergi çıkartmıştır. Türk Derneği, tarih boyunca bütün Türk kavimleri ve eserlerini araştırmayı amaçlamıştır. Türk Derneği kapandıktan sonra Türk Yurdu dergisi yayınlanmaya başlamış (Lewis, 2018: 473) ve bu dergi kültürel ve siyasi Türkçülüğün tartışıldığı önemli bir platform olmuştur. 1911’de Selanik’te yayınlanan Genç Kalemler dergisi ise bu alanda yine ilgi gören yayınlardan olmuştur. Ömer Seyfettin, Ziya Gökalp ve Ali Canip Yöntem bu platformda Türkçülüğü, ağırlıklı olarak kültürel boyutta ele almışlardır (Öğün, 2000: 120). Kültürel Türkçülük faaliyetleri ise 1912’de kurulan Türk Ocağı ile devam etmiştir (Lewis, 2018: 474-475). Türk milliyetçiliğinin tarihi sürecinde kültürel milliyetçiliğin, siyasi niteliğe evrilmesinde Balkan Savaşlarının kırılma anı olduğu söylenebilir. Balkan Savaşları nedeniyle Batı Rumeli’nin elden çıkması Türkçülük düşüncesini alternatifsiz bırakmıştır. Dolayısıyla imparatorluk sorumluluğundan dolayı dışa vurulmayan Türkçülük, son çare olarak uygulanmaya konmuştur (Akşin, 2007: 113). Hiç şüphesiz bu durum Türk Ocağı’nın önemini artırmıştır. Türk Yurdu Cemiyetinin yayın organı olan Türk Yurdu dergisi, cemiyetin kapanması üzerine Türk Ocağı’nın yayın organı haline dönüşmüştür. Türk Yurdu dergisinde yazan Ziya Gökalp, kültürel ve siyasal Türkçülük kuramcısı olarak yazılarıyla dikkat çekmiştir. Gökalp, İslam’ı Türk milliyetçiliğinin asli unsuru olarak temellendirerek din ile milliyet arasındaki gerilimi aşmaya çalışmıştır. Esasında böyle bir gerilime karşı çok dikkatli davranma ve bunu tırmandırmama çabası, 19. yüzyılın sonu ile cumhuriyet dönemine geçiş sürecindeki Türk milliyetçisi aydınların genelinde mevcuttur (Bora, 2003: 115). Ancak Ziya Gökalp, ulus devlete geçiş sürecinde Türk milliyetçiliğini kapsamlı ele alarak düşünsel çerçevesini çizmesi ve milliyetçiliği, İslam ve Batı medeniyetiyle ilişkisini teferruatlı bir şekilde ele almasıyla öne çıkmıştır. Ona göre çağdaşlaşma, Batı’nın sanayi ve bilimsel gelişmelerini takip etmek iken ona ait olan hayat tarzını, ahlaki değerlerini almayı gerektirmiyordu. İslam’ı ise siyasal amacın dışında toplumsal dayanışmayı güçlendirici bir unsur olarak değerlendiriyordu (Parla, 1993: 56). Türk milliyetçiliği ırkçılığa dayanmazken toplumsal birlik ve beraberliğin temelini dil ve kültür birliğini yerleştirmişti (Parla, 1993: 62-72). Görüşlerinin esas çarpıcı noktasını, bir moral disiplini olarak Türk-İslam kültürünü amaçlaması oluşturuyordu (Gökalp, 1976: 42). Gökalp’te görüldüğü gibi Osmanlı Devleti’nin son dönemindeki Türkçülük fikri hareketlerinde Ahmet Ağaoğlu, Yusuf Akçura, İsmail Gaspralı, Mehmet Emin Resulzade gibi Türkçüler, Türkçü-İslamcı tartışması yaratmamaya özen göstermişlerdir. Bu bakımdan bu dönemdeki Türkçülük, eski rejimin bir parçası varsayılan dini, köhnemiş kurum olarak kabul eden jakoben paradigmasıyla benzerliği olmayan bir harekettir (Öğün, 1995: 181). Başka bir deyişle Türklük ile İslam arasında sentez arayışı bu dönem Türkçü fikirlerin karakteristiğidir.

Türk milli kimliği ve milliyetçiliği ile ilgili yukarıda gösterilmeye çalışılan örnekler, Türklük kavramını zamansal ve mekânsal boyutun ötesinde bir bütün olarak ele alındığını ortaya koymaktadır. Ancak cumhuriyet dönemi ile birlikte Türk dünyasını kapsayan analizlerden vazgeçilerek Türkiye fikri hâkim düşünce olmaya başlamıştır. Bu paradigma ile PanTürkizm’in siyasal boyutuna kesinlikle set çekilmiş ve Anadolu temelli milliyetçilik anlayışı benimsenmiştir. Anadolu ve Dergâh dergilerinde bir araya gelen Anadoluculuk akımı olarak adlandırılan bu düşünce sisteminde, Turancılığı kültürel boyutta ele alan ılımlı Turancılar dahi eleştirilmiştir. Hilmi Ziya Ülken, Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu, Mükremin Halil Yinanç, Remzi Oğuz Arık, Nurettin Topçu bu akımın düşünsel çerçevesini inşa eden isimlerdir (Yaşlı, 2016: 75). Anadoluculuk akımının önde gelen isimlerinden olan ve Hareket dergisiyle özdeşleşen Nurettin Topçu’nun, Türk milliyetçiliğini 1071’le başlatması, Turancı Türkçülerle uzlaşamayacağını göstermiştir. Bununla birlikte hem Turan milliyetçiliğini hem Kemalizm milliyetçiliğini sert söylemlerle eleştirmiştir. Ona göre Ziya Gökalp’in fikriyatı, maddeci milliyetçiliğe geçiş sürecinin ilk adımıdır. Kemalist milliyetçiliği de bu adımın devamı olarak görmüştür. Laikliği de din düşmanlığını kapatan paravan olarak gören Topçu, halk arasında adaletli bir paylaşım yapmamasından dolayı cumhuriyet dönemi uygulamalarına karşı çıkmıştır (Yaşlı, 2016: 80-81). Topçu’nun fikirlerinde “İslam sosyalizmi” kavramını kullanması ve bunu milliyetçilikle bütünlemesi, muhafazakâr kesimler tarafından eleştirilmiştir. Diğer yandan Anadolucu milliyetçiliğini, Türk tasavvufu ve halk İslam’ı ile sentezlemesi (Bora, 2003: 90) ise Kemalist modernleşmenin radikal

hamleleriyle uyuşamaması sonucunu doğurmuştur. Bu durum Topçu'nun resmî ideolojiye karşı kırınglık yaşamasına neden olmuştur (Öğün, 2000: 130). Atatürk ise Anadolu'nun dini ve emperyal geçmişiyle çizilen milliyetçilik anlayışının modernleşme projesine zarar vereceğini düşündüğü için bu ekole destek vermemiştir. Hatta diğer tarafta Sümerleri ve Hititleri Orta Asya kökenli olarak tanımlayan tarih yaklaşımı vasıtasıyla da Turancuların önünü kesmiştir (Öğün, 2000: 132-133). Bu nedenle "Kemalist milliyetçilik olarak vasıflandırılan tarih tezlerinin, milliyetçiliğin kitlesel ölçekte tutunabilmesini sağlayacak olan herhangi bir toplumsal realite ile ilişkisi daima zayıf kalmıştır. Kemalist kurucu tarih mitleri, tutunumsuz kalmış, bir mythomoteur olamamıştır" (Öğün, 2000: 233). İslam, göçmen Türkçülerin, Ziya Gökalp ekolünün ve Anadoluocuların Türk milliyetçiliği anlayışlarındaki konumunun dışında tutulmuştur. Toplum dayanışmasında kültürel ve ahlaki bir unsur olarak vasıflandırılan İslam, Atatürk'e göre ulus birliğinin unsurlarından biri değildir. Atatürk, İslam'ın bütün ulusların üzerinde Arap ulusçuluğunu dinamik tuttuğuna inanmıştır (Tezcan, 1997: 18-20). Kemalist aydınlar ise bu paradigmaya bağlı kaldıkları için muhalif görüşler tarafından dinin bir baskı araçsallaştırmasının unsuru olacağını kabul etmemişlerdir (Toprak, 2000: 310) ve hatta gücünü fark edememişlerdir.

Laiklik ve ırkçılık sarkacında Türk milliyetçiliği

Cumhuriyet döneminde inşa edilmek istenen devrimci ulus kimliği, İstiklal Harbi'nin inkılaplara ulanarak işlenmesiyle oluşturulmak istenmiştir. Ancak bunun popöler karşılığı bulunamamıştır (Bora, 2003: 52). Zira topluluk ruhunun kapsamı belirlenirken İslami değerler reddedilmiştir. Dinin, milli kimlik inşasında asli bir unsur olarak görülmemesi, halkta hayal kırıklığı yaratmıştır (Bora, 2003: 118). Cumhuriyet Halk Partisi'ndeki (CHP) radikal laiklerin mütedeyyin vatandaşları dahi yobaz ve anti devrimci ilan etmesi, laik sisteme karşı halkta direnç oluşturmuştur (Ahmed, 1996: 20). Bundan dolayı İslami çevrelerin laiklikle uzlaşamaması, üzerlerinde kurulan baskının sebebi olmuştur (Öğün, 1995: 41). Diğer taraftan laikliğin, Türkiye pratiğinde yoruma açık tarafı da mevcuttur. Türk siyasetinde kimi siyasiler, dine karşı liberal yaklaşırken kimileri de tamamen dine karşı mesafeli ve aşırı kontrolcü bir tavır sergilemiştir (Ahmed, 2006: 137). Dolayısıyla Türkiye'de bir dönem laikliğin din ve devlet işlerinin birbirinden ayrılmasını değil, devlet tarafından kontrol edilebilen bir İslam düşüncesini getirdiği söylenebilir (Ahmed, 2006: 131). Bütün bu süreç, Demokrat Parti (DP) döneminde halkın laik sisteme karşı tepkisini açığa çıkarmıştır. Esasında DP, ilk döneminde dini hürriyetler konusunda serbestlik sağlarken mevcut rejimi korumak için çıkarttığı Atatürk'ü Koruma Kanunu, laik cumhuriyet sistemine samimiyetle bağlı olduğunu göstermek niyetine işaret etmektedir (Ahmed, 1996: 467). Ancak 1955'ten sonraki süreçte din, siyasi rekabet sürecinde araçsallaşmıştır. Bir taraftan CHP, türbeleri kendilerinin açtığını iddia ederken diğer taraftan DP, Arapça ezan, din dersleri ve dini radyo yayınlarının kendi dönemlerinin eseri olarak savunmuştur (Ahmed, 1996: 461) DP'nin 1957'den itibaren mütedeyyin kesimlerin oyunu almak için dinsel eğilimlere yaptığı vurgular (Mardin, 2006: 186), dini popülist siyasetin en güçlü enstrümanı haline getirmiştir. Bu tartışmalar basın-yayın hayatında da kendini göstermesi nedeniyle laiklik meselesi bir grup siyasi ve aydınla sınırlı kalmamıştır. Cumhuriyet döneminin fikri tartışmalarında Türk sağı üzerinde büyük etkiye sahip olan Necip Fazıl'ın 1943-1978 yılları arasında yayınlanan Büyük Doğu dergisi, İslamcılık fikrinin önemli düşünsel merkezlerinden birisi olmuştur. Dolayısıyla Necip Fazıl'ın fikriyatı sadece antikomünizmle sınırlanamaz. Kemalizm, Batılılaşma düşüncesi, sol fikirler ve yapılar Necip Fazıl'ın tenkit ettiği konuların başında gelmiştir (Yaşlı, 2016: 100-101). O halde Türk milliyetçiliğinin kavramsal çerçevesi dahiline alınmayan dinin, sonuçları itibarıyla Türk siyasetinin en önemli sorunlarından birisi olduğu söylenebilir.

Türk milliyetçiliğinin en önemli açmazı ve çözümlemesi gereken konulardan bir diğeri de ırkçılık ile ilişkisi olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nın milliyetçilik akımlarını ırkçılığa dönüştüren örnekler sunması, Türkiye'deki milliyetçi yayınları ve söylemleri de etkilemiştir. Bu konuda en çarpıcı isim hiç şüphesiz Nihal Atsız'dır. Orhun ve Atsız dergileri, onun politik ırkçı ve Turancı çizgisini en net gösteren yayınlar olmuştur (Öğün, 2000: 137). Bu yayınlarda bilhassa ırkçı ve yabancı düşmanlığı üzerine kurulmuş olan retorik, kendisini Ziya Gökalp'te ve diğer Türkçülerle köklendirmiştir. Ancak Nihal Atsız'ın bütün Türklerin birleşmesine dönük söylemleri ve ırk merkezli devlet ve toplum tasavvuruna sahip olan Türkçülüğü, Ziya Gökalp ve Yusuf Akçura Türkçülüğünden oldukça farklıdır (Yaşlı, 2016: 25-26). Yukarıda anlatılanlar Türkiye'deki sağ düşüncenin üç kola ayrıldığını göstermektedir. Büyük Doğu etrafında toplananlar için davanın adı, üstü kapalı İslam iken Anadoluocular, Türklerin Anadolu tarihiyle ortaya çıkardığı değerler üzerine bina edilmiş milliyetçiliği savunmuştur (Güven, 2006: 203) Atsızcı

olarak bilinen Türkçülerde ise milliyetçilik radikalleşmektedir. Bütün bu üç düşünsel yapı, karşısına kendi muhalifini çıkarmıştır. Bunlardan ilk ikisi laik sistem ile uzlaşmaz bir görüntü ortaya koyarken Atsızcılar ise fikriyatında marjinal unsurları taşıması nedeniyle Türkiye'yi kapsamaması konusunda tartışmalı bir tablo sunmuştur.

İdeolojik ayrılıkların koyulaştığı dönemde Türk milliyetçiliği ve Galip Erdem

1961 Anayasası, insan hak ve hürriyetler konusunda geniş özgürlükler getirmiştir (Tanör, 2017: 378). Anayasanın sağladığı özgürlük ortamı içerisinde işçilerin haklarını savunmak için kurulan Türkiye İşçi Partisi'nin (TİP) kalkınma modelini sosyalizm oluşturduğu için sosyalizm meşru hale gelmiştir. Bu nedenle sosyalist aydınlar tarafından TİP adeta çekim merkezi haline gelmiştir (Ersan, 2014:18). Diğer taraftan Yön dergisi ise Türkiye meselelerinin ekonomik alt yapılarını ve bu nedenle oluşan sınıfları analiz eden yazarlarıyla sol düşüncenin güçlenmesini sağlayan en önemli kaynaklardan biri olmuştur (Karadeniz, 1975: 54-76). Türkiye'de yaşanan bu gelişmeler sol düşünce adına ilktir. Nitekim 1960'a kadar bir takım sınıfsal ve etnik ayrılıkların varlığı reddedilmiştir. Türkiye siyasetindeki en önemli ayırım, ilerici-gerici tartışmasıyla sınırlı kalmıştır. Ancak 1960'tan sonra Türkiye'nin sosyo-ekonomik yapısının eksiklikleri ve çelişkileri sınıfsal temelli açıklamalarla beslenen sağ-sol ayrımını ortaya çıkarmıştır (Toprak, 2000: 309). Bu durum ise ideolojik grupların ve örgütlerin gittikçe kutuplaştığı kaotik bir dönemi başlatmıştır.

Türk solunda bu gelişmeler yaşanırken sağ düşüncedeki yapıların üç gruba ayrıldığı yukarıda belirtilmişti. Ancak her üç akımın da idealize ettiği fikirlerin Türkiye'yi bütünlemesi konusundaki tartışılan yönleri, kitleselleşen sola karşı Türk sağında yetersizlik hissettirmiştir. Bu nedenle 1960'lı yılların başında üniversite öğrencileri ve -Talat Aydemir'in 1962'deki askeri darbe girişimine katılan-emekli edilen askeri öğrenciler tarafından Üniversiteliler Kültür Kulübü (ÜKK) kurulmuştur. ÜKK, konferanslar ve seminerlerle fikri konularda entelektüel tartışmalar yaparak Türk milliyetçilerinin toplandığı bir merkez haline gelmiştir. Fikri tartışmaların en önemli isimlerinden olan Galip Erdem, "düşünce ve ideoloji öğretmeni" olarak üniversite öğrencileri üzerinde etkili olmuştur. Galip Erdem'in bu toplantılarda ele aldığı konular milliyetçilik, Marksizm, Türk-İslam Terkibi, Faşizm, Nazizm, Türklük Dünyası gibi ideolojik konulardan oluşmuştur (Okan, 2015: 111-112). Nevzat Kösoğlu ise anılarında ÜKK derneğinin "seminercisi, konuşmacısı, her şeyi" olarak tanımladığı Galip Erdem'e asıl konuşmacı olarak dikkat çekmektedir (Çakır, 2010: 168-169). O halde Marksizm'in teorik çerçevesinin Türkiye realitesiyle sentezlenerek sol düşüncüyü güçlendirdiği bu dönemde Galip Erdem, milliyetçilerin düşünsel çerçevedeki boşluklarını tamamladığı ve Türk milliyetçiliği ideolojisine doğunluk kazandırdığı söylenebilir. Nitekim Nuri Gürgür'ün "60'lılar olarak tanımladığımız, benim neslimin ve sonraki 60'lı ve 70'li milliyetçi iki neslin fikir ve kültür bakımından yetişmesinde, insani ve ahlaki özelliklerinin gelişmesinde, belli bir yaşayış üslubu kazanmasında çok büyük payı vardır." (Gürgür, 2021: 418) şeklinde tanımladığı Galip Erdem, Türkiye'de ideolojik tartışmaların ve kutuplaşmaların yaşandığı yıllarda milliyetçi kesimin fikir inşacı ve kanaat önderi olarak öne çıkmıştır. Bilhassa 1965-1970 yılları arasında Türk milliyetçiliği fikrinin muhteva kazanmasında büyük payı olmuştur. Bununla birlikte etkisinin salt düşünsel düzeyde olduğu söylenemez. Kösoğlu'nun ifadesine göre Erdem, tutum ve davranışlarıyla da gençlerin takip ettiği bir isimdir (Kösoğlu, 2010: 41). Bundan dolayı söylemlerinin hitap ettiği kitlede eylemsel dönüşümlere ve pekiştirmelere neden olduğu ileri sürülebilir.

Türk milliyetçilerinin güçlenen sol düşünceye karşı çeşitli kesimlerdeki Türk milliyetçilerini teşkilatlandırmak için oluşturduğu ikinci yapı Kübitem (Kültür, Bilim ve Teknik Merkezi) olmuştur. 1960'lı yılların sonunda Ankara'da kurulan Kübitem, üniversitelerin ideolojik kamplara bölündüğü dönemde milliyetçi aydınların bulunduğu ve üniversite öğrencilerine seminerler verdiği bir merkezdir. Kübitem'in çalışmalarını yaptığı dönemde de Galip Erdem'in milliyetçi gençlere rehber olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bu merkezin kurucularından olan İskender Öksüz, milliyetçilerin fikri alandaki sorunlarına çözüm aramak için Galip Erdem'e başvurduklarını ifade etmekte ve "Yalnız gördüğümüz problemleri değil, henüz algılayamadıklarımızı da tespit edip çözen fikir merkezimizdi." (Öksüz, 2007: 27) şeklinde Erdem'i tasvir etmektedir. Türk milliyetçiliğinin entelektüel zemindeki faaliyetleri ve örgütleri, ÜKK ve Kübitem gibi yapılarla devam ederken diğer taraftan siyasi sahada da teşkilatlanmaya başlamıştır. Bunun ilk adımı, Türkeş ve arkadaşlarının CKMP'ye girmeleri ve 1965'te Alparslan Türkeş'in partiye genel başkan seçilmesiyle (Bora ve Can, 2015: 53) atılmıştır. CKMP, programında açıkça laikliğin dinsizlik olmadığını ve devlete din izafe edilmemesi gerektiğini savunmuştur (CKMP

Programı, 1965: 8). Ancak CKMP'nin MHP'ye dönüştüğü 8-9 Şubat 1969 Adana Kongresi'nde Türkeş, Türklük ve İslamlığı aynı potada birleştirerek MHP'nin ideolojik bakışını netleştirmiştir:

“İçimizde Tanrı Dağı'ndan taşıdığımız Ergenekon settini eriten ateş, gönlümüzde, zihnimizde Hira Dağı'ndan doğan güneşin ışığı var. Biz Müslüman Türk'ün öz nizamını, milli nizamını temsil eden milli hareketiz. İslam imanı ve fazileti, Türklük şuur ve gururu, Türk harsı ile 21. yüzyıl medeniyeti feza, atom, elektronik çağının yeni Müslüman Türk medeniyeti; davamız budur.” (Büyük Kurultay, Mart 1969: 14)

MHP'nin ideolojik çerçevesinin inşasında ve siyasi faaliyetlerinde Türkeş'e yakın olan asker kökenliler ile ideolojik zenginliği sağlayan entelektüel grup bulunmaktadır (Bora ve Can, 2015: 53). Dolayısıyla MHP'nin ideolojik yaklaşımında asker kökenlilerle entelektüel grubun etkili olduğu söylenebilir. “Parti kadrolarında ve gençlik üzerinde de en büyük etkiye sahip” (Zeybek, 2014: 48) kişi olarak tasvir edilen Dünder Taşer, MHP'nin asker kökenliler grubundan sayılmaktadır. Taşer, MHP'nin ideolojik yönünü, Atsız ekolü olan seküler milliyetçilikten Türk-İslam milliyetçiliğine dönüşmesinde ve pekişmesinde etkili olmuş bir isimdir. Din ile milliyetçiliğin bağlantı noktasında bilhassa Osmanlı'yı öne çıkartmıştır (Yaşlı, 2019: 229). İlay-ı Kelimetullah'ı “milli iman” (Aksun, 2021: 113) olarak tanımlaması İslamlaşan Türkçülüğün aksine Türkleşen İslam'ı savunduğunu göstermektedir. Bu yönden oldukça dikkat çekicidir. Başka bir deyişle Türk milliyetçiliği tarihi sürecinde Türklerin İslam'la birlikte Arap kültürü içinde eridiğini ileri süren görüşlerin aksine İslam'ı Türkleştirmektedir. Taşer, paradigmasını temellendirirken simgeleştirdiği Osmanlı Devleti örnekleriyle de sınırlı kalmamıştır. Ayrıca İslam öncesi destanları ve efsaneleri İslamlaştırarak anlatan Türk geleneğini, görüşlerinin kanıtı olarak örnek verir:

“Destanlarını bile İslamileştirmiş, İslam'da adeta erimiştir. Bu, Müslümanlığın bizim için ne derece millileştiğini, tamamen bize ait bir inanış haline geldiğini gösteriyor...şunu söyleyeyim ki, Arap bile bunu yapamamıştır.” (Aksun, 2021: 168).

MHP'nin ideolojik bakışını, yukarıda görüldüğü üzere Türk-İslam düşüncesinde temellendirmesi diğer Türkçü ekip olan Atsızcılarla ihtilaf yaşamasına neden olmuştur. Bu ihtilafın başlangıcı ve tarihi seyri araştırmanın kapsamı dışındadır. Ancak Türk-İslam düşüncesinin, Atsızcı gruba mensup olan Türkçülerde kafa karşılıklığı yaratması, her iki grubun da milliyetçi olmasına rağmen derin görüş ayrılıkları yaşadığını göstermektedir. Şöyle ki, Atsızcı Türkçü ekibin Türk-İslam milliyetçiliğinin etkisini genişletmesi sonucunda seküler milliyetçiliği sorgulamaya başladıklarını Erol Kılınç'ın anılarından öğrenmekteyiz. Kılınç'ın ifadesine göre Atsız'ın kurduğu Türkçüler Derneği'ne mensup olanların Türk-İslam terkiğini kabul etmelerinde içsel huzursuzluklar yaşanmıştır. Nitekim Atsız'ın Türk milliyetçiliği anlayışında İslam, millet inşasının bir parçası değildir. Türk milliyetçisi olmalarına rağmen İslam'ın milliyetçilikle uyumunu tam olarak netleştiremeyen Erol Kılınç, bu konuyu Galip Erdem'e sorduğunu ve onun açıklamalarından sonra İslamiyet'le ilgili daha çok kitap okumaya başladığını belirtmiştir. O halde Galip Erdem'in MHP teşkilatlarında partinin ideolojik çerçevesinin benimsenmesini, seminerler ve konferanslar yoluyla taban ile kurduğu ilişki neticesinde sağladığı ileri sürülebilir. Dünder Taşer'in asker kökenliler içerisinde ideolojik yapıyı güçlendiren açıklamaları, entelektüel grup içerisinde de Galip Erdem tarafından devam ettirilmiştir:

“Din, İslamiyet milliyetçiliğin özünde olan bir şeydir; ama milleti inkâr ederek toplumu Ümmetten ibaret gören anlayış, bizim dışımızdadır; esasen İslamiyet'e de uymaz, çünkü kavimleri, dilleri, ayrı ayrı olarak yaratan da Kur'an'a göre Allah'tır.” (Erdem, 2012: 113).

Hiç şüphesiz Erdem'in Türk milliyetçileri üzerinde en etkili olduğu yayınların başında Devlet gazetesi gelmektedir. Devlet gazetesi Şubat 1969'daki MHP'nin Adana Kongresinden çok yakın bir süre sonra -Nisan ayında- MHP'nin gayri resmi organı olarak yayın hayatına başlamıştır. Milliyetçi Hareket'in fikriyatını yapan bir yayın organı olarak öne çıkan Devlet gazetesinin sahibi İbrahim Metin, sıklıkla Galip Erdem'den gazetede yayınlanması için yazı talep etmiştir. İbrahim Metin, Erdem'in milliyetçi camianın ideoloğu olarak önemsendiğini ve fikirlerinin etkili olduğunu belirtmektedir (Metin, 2007: 14). Bundan dolayı bu çalışmada Devlet gazetesi, Erdem'in fikriyatını anlamak için tercih edilmiştir.

Galip Erdem'in Türk milliyetçiliği düşüncesi

Galip Erdem, Türk milliyetçiliğinin esas unsurlarını belirlemek için öncelikle millet kavramını analiz etmiştir. Galip Erdem'e göre milleti, millet yapan ortak bir vasıf, millet tanımlaması için yeterlidir. Zira her milletin kendine ait özellikleri bulunmaktadır (Erdem, 1976b). Ortak vasıftan kastettiği şey, bir millete ait olan ayırıcı bir özelliktir. Ama bu noktada da ortak vasfın bütünleyici olmasına dikkat çekmiştir. Bir başka deyişle millet tanımı, milletin tamamını kapsayacak şekilde ortak nitelikte olması gerekmektedir. Bu durumda milletlerin kimliği, başka milletlerden ayrılan yönleri nedeniyle çeşitlenmektedir. Dolayısıyla her millete uyarlanan bir tanımın olmaması son derece doğaldır (Erdem, 1976). Erdem, bu düşüncesini pekiştirmek için millet tanımında öne sürülen bazı kriterlerin yanlışlığını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Bu kapsamda dil birliğini kriter olarak seçen milliyetçilere karşı Yahudilerin mevcut durumlarını örnek göstermiştir. Buna göre İbranicenin Yahudiler arasında yaygın olarak kullanılmaması, dil birliği fikrinin kapsayıcı bir tanım olmadığını göstermektedir. Devlet birliği fikrini ileri sürenlerin yanlışlığını ise Almanya'nın ikiye ayrılmasına rağmen Alman milletinin ikiye ayrılmamasıyla gerekçelendirmiştir. (Erdem, 1976c). Ülke birliği fikrinin ise Türk milleti gibi birçok coğrafyaya yayılmış milletler için bağdaşmayacak cinsten bir durum olduğunu belirtmiştir (Erdem, 1976d). Erdem, "...Devletin hakimiyet sahasına ülke, milletin yaşadığı topraklara vatan denir." (Erdem, 1976e ; Erdem, 1976c) genellemesinden yola çıkarak Türk milleti için öne sürülen siyasi sınır kriterlerine karşı çıkmış ve bu durumu şöyle özetlemiştir: "*Kurtuluş Savaşı'nda gayretlerimiz, mesela Ege Bölgesinin kurtarılmasına yetmeseydi, ne diyecektik? Sınırlarımız dışında yaşadıkları için Egelileri Türk saymayacak mıydık?*" (Erdem, 1976d). Erdem, uyruk birliğini de "ortak vasıf" kriteri olarak değerlendirmemiştir. Bu tanımın sadece hukuki boyutta geçerliliğinin olduğunu, içtimai sahada bir kıymet taşımadığını belirtmiştir. Nitekim anayasaya göre Türkiye Cumhuriyeti'ne vatandaşlık bağı ile bağlı olan herkesin Türk olarak tanımlanması, Türk milletinin tanımı için doğru değildir. Erdem, "*Bütün vatandaşlarımız kendini Türk hissediyorlar mı?*" (Erdem, 1976e) sorusu ile uyruk tanımlaması ve millet tanımlamasının farklı olduğunu göstermeye çalışmıştır.

İleri sürdüğü bu tanımlama formasyonlarında esasında itiraz yollarını kapalı tutarak her milliyetçi görüş tarafından onaylanabilecek bir tanımlamayı temel oluşturmaya çalışmıştır. Bunun sebebi milliyetçi-muhafazakâr görüşlerin çeşitli formasyonlarının onda yarattığı rahatsızlıktır. Türkiye'de 1945'ten itibaren sağ düşüncede önemli fraksiyonlar belirmesiyle birlikte milliyetçilik kavramına yönelik de farklı görüşler ortaya çıkmaya başlamıştır. Anadoluocular, Türkçü-Turancılar, Büyük Doğu Grubu, Milli Sosyalistler olarak görülen Hareketçiler söz konusu fikri kamplaşmanın başlıca grupları olmuşlardır (Türkdoğan, 1996: 179). Toprağa dayalı bir milliyetçilik anlayışı sunan Anadoluocular, kimlik tanımlamalarını 1071'den itibaren ele almışlardır. Turancılığın, Türk toplumunda yarattığı unutulmaz acıların ve tecrübelerin birikimi olarak ortaya çıkmıştır. Özü itibarıyla tepkisel bir milliyetçiliğin izlerini taşıdığı görülmektedir (Atabay, 2017: 517). Milli Sosyalistler de 1071 yılını merkeze yerleştirmiş ancak İslam düşüncesinin Anadolu'yu şekillendirdiğini iddia etmişlerdir (Kaçmazoğlu, 2000: 219). Bu grupların Türkçü-Turancı ekipten en belirgin farkı, kimlik inşasında seçtikleri başlangıç noktaları olmuştur. Hareketçiler bu kapsamda Türkçü-Turancı gruptan ayrılmıştır. Hareketçiler, ferdi ihtiraslardan bağımsız olarak milletin refahı için bütün toplumu seferber etmeyi "Müslüman Anadolu Sosyalizmi" olarak tanımlayarak ideolojik yapılarını oluşturmuşlardır (Kaçmazoğlu, 2000: 224). Türkçü-Turancı kadro ise Marksist fikirlerin her türlü biçiminin karşısında yer almışlardır. Ayrıca din, onlar için kimlik tasavvurunda vazgeçilmez bir unsur olmamıştır. Büyük Doğu grubu ise kimlik oluşumunda İslam'ı ön plana çıkartarak dini hassasiyetlere vurgu yapmıştır. Galip Erdem, bu farklılıkların gençlerde zihinsel kargaşaya neden olduğunu ve bu durumun gençlerin Türk milliyetçiliği mefkûresi altında toplanmalarına engel olacağını ifade etmiştir. Bilhassa Turancılık-Anadoluculuk tartışmalarının Türk milliyetçiliğine büyük zararlar verdiğini düşünmüştür. Bu tarz ayrılıklara sebep olmaktan korktuğu için millet tanımına kesin kriterler koymaktan kaçınmıştır (Erdem, 1976f). Esasında milliyetçilik ideolojisinde hangi kültürel öğelerin ulusal kriter olarak seçilmesi hususunda evrensel bir kalıp söz konusu değildir. Herhangi bir kültürel öge, bir ulusun tanımlayıcı işareti olabilir. Burada hangi koşullarda hangi kültürel öğelerin ulusun belirleyici işareti olarak seçildiği önem taşımaktadır (Smith, 2013: 263). Dolayısıyla Galip Erdem'in Türk milliyetçiliğinin tanımsal çerçevesini çizerken keskin çözümlenmelerden kaçınmasında dönemin siyasi ve toplumsal şartlarının dikkate alındığı ileri sürülebilir. Marksizm'e temayülün önleyici bir güç olarak düşünülen milliyetçilik ideolojisinin, toplumun farklı

kesimlerini kapsayarak geniş bir cephe oluşturması için soyut analizlerden daha ziyade pragmatik amaçlara yönelik olduğu çıkarımı yapılabilir.

Galip Erdem, Türk milleti ile ilgili kavramsal tanımını ise İslamiyet öncesi dönemden itibaren ele almıştır. Erdem'e göre ilk Türk devletlerinden itibaren devlet birliği, saha birliği, nüfus birliği ve bağımsız bir devletin varlığı Türklerde mevcuttur. Bununla birlikte millet şuurunun inşasını ise Orhun kitabeleri ile temellendirmiştir (Erdem, 1976a). Erdem, Avrupa'nın Fransız İhtilali'yle ulaştığı millet vasfına ve milliyet duygusuna, Türklerin henüz sekizinci asırda ulaştığını öne sürerek (Erdem, 1976) Türklerdeki millet bilincinin asırlar öncesine dayandığını ifade etmiştir. Erdem'in bu bakış açısı, cumhuriyet ideolojisinin Türk tarih teziyle uyumludur. Nitekim Türk tarih tezine göre Türk milletinin tarihi, Osmanlı tarihinden asırlar öncesine gidebilecek derinliğe ve uygarlığa sahiptir. Bu bakış açısının birinci vurgusu, Türk milletinin eski çağlardan beri uygarlık kurmaya muktedir olduklarını gösteren millet-medeniyet ilişkisine yöneliktir. İkinci vurgusu ise Türklerde millet inşasının Batı'daki dönemlerden asırlar öncesinde başladığını gösteren özcü yorumlamalar içermektedir. Bu kapsamda Galip Erdem'in Türk milletinin inşasına yönelik fikirlerinin cumhuriyet dönemi tarih teziyle benzeştiği görülmektedir. Ancak bu benzerlik kısmidir. Zira Hititleri ve Sümerleri Türk kültür dairesi içine alan tezlerin aksine soy birliğini esas almıştır. Ancak ondaki soy nosyonunda kan bağı öne çıkmamıştır. Dünya Türkleri konusunda soy birliğini esas alırken Türkiye özelinde soy, aidiyet duygusuyla özdeşleştirilmiştir. Buna göre Erdem, kendisini Türk sayan ve başka bir soya aidiyet duygusu taşımayan ve birlikte yaşamak isteğine sahip olan herkesi, millet kavramının eşit paydaşları olarak kabul etmiştir (Bilge, 1974: 12; Kösoğlu, 2010: 95). Bu bağlamda farklı etnik kökenlerin millet birliğine tezat oluşturmayacağını düşünmüştür. Bu argümanını, Türkiye'de vatandaşlar arasında yapılan evlilikler, Millî Mücadele yıllarında Doğu'daki aşiretlerin verdiği destekler ve bin yıllık ortak yaşamla temellendirmiştir. Dolayısıyla farklı dilleri konuşmak, millet birliğine engel teşkil etmemektedir (Metin, 1974).

Erdem'in söz konusu düşünceleri, Nihal Atsız'ın ırk ve soy kavramlarını üstün tutan millet tasavvurunun dışındadır. Atsız'a göre Türklerin karakterinin bozulmaması için yabancı kanlarla karışmaması gerekmektedir. Ancak "milli bir düşünce" olarak öne sürülen bu sav, Türk milliyetçilerinin ırkçı olarak itham edilmelerine neden olmuştur (Ertekin, 2017: 379). O halde Galip Erdem'in düşüncelerine bakıldığında Türkiye şartlarının dikkate alınarak "bütünleştirici" bir milliyetçi paradigmayı, ortak değer haline getirmeye çalışan çabanın ürünü olduğu görülmektedir. Bu çabanın diğer yönünü ise Türkiye'de bölgeler arası ekonomik farklılıkları devamlı surette vurgulayan sol düşüncenin etkisini kırmaya yönelik olduğu düşünülmelidir. Nitekim Doğu halkının Türkçe'den başka dilleri konuştuğu için hor görüldüklerine dair söylemler; ırk, dil, din, mezhep farklılıklarından dolayı ayrımcılık yapıldığına dair şikayetler ve ayrımcılığın faşizm, ırkçılık ve ümmetçilik olarak tanımlanması (Ekinci, 1967: 17; Çiltaş, 1969: 5). Türk milliyetçiliği ideolojisinin sorgulanmasına neden olmuştur. Dolayısıyla dönemin basın-yayın organlarının ve sol görüşlü örgütlerin en önemli konularından birisi olan Doğu meselesinde iktisadi ihtiyaçların karşılanması taleplerine etnik köken farklılıklarının da eklenmesi, toplumsal bütünlüğün zarar görmesine yönelik endişeleri ortaya çıkarmıştır. Galip Erdem'in yazılarında keskin ifadelerden kaçınarak kapsayıcı açılımlar yapmasının bir diğer sebebinin de "bütünleştirici" milliyetçi ideolojiye duyulan ihtiyacın olduğu görülmektedir.

Galip Erdem'in İslam dinine yaklaşımı ise Cumhuriyet dönemi siyasal kurumun bakışından farklılaşmaktadır. Cumhuriyet döneminde, milliyetçilik laik ve rasyonalist kalıpta benimsenmiştir. Kitleler ise milliyetçilik düşüncesini dinle birlikte benimsemişlerdir. Diğer yandan laiklik doğrultusunda yapılan dini reformlar, İslam adet ve an'anelerini muhafazaya devam eden kitleler tarafından tepkiyle karşılanmıştır (Karpas, 2017: 332-350). Erdem'e göre Cumhuriyet döneminin dine karşı mesafeli duruşu ve Osmanlı'nın yıkılış sebebi olarak taassubun gösterilmesi problemleri bir bakıştır. Yobazlıkla İslamiyet arasında kurulan bağlantı ve bunun resmi devlet himayesine alınarak titizlikle korunması uzun yıllar meselenin yanlış değerlendirilmesine sebep olmuştur. Erdem'e göre taassup bir sebep değil, yıkılış sebeplerinden doğan bir neticedir (Bilge, 1969b). Dolayısıyla dinin, toplumsal dayanışmayı sağlayan fonksiyonu üzerinde durulmaması Erdem'e göre halkın laik sisteme karşı mesafeli durmasına neden olmuştur. Resmi bakış, dini bir vicdan meselesi olarak görmüştür. Bu bakış açısını sorunlu görmemesine rağmen laikliğin dindarları incitecek tarzda uygulanmasını eleştirmiştir (Erdem, 1973d:

5). Erdem'e göre Türkiye'de kutsal değerlerin muhafazası ile ilgili düşüncelerin dahi irtica olarak addedilmesi, çözümlenmesi gereken bir meseledir. İrtica söylemini bazı çıkar gruplarının sıklıkla gündemde tuttuğuna hükmetmiştir (Erdem, 1970: 11-12). Sonuç olarak Erdem'in milliyetçilik görüşünde seküler milliyetçi özü olmadığı söylenebilir. Bununla birlikte Erdem'in 10-11 Mayıs 1969'da toplanan "Milliyetçiler İlmî Semineri'nin çok hayırlı bir başlangıç sayılması gerekir" şeklinde yorumlaması, Türk-İslam Milliyetçiliği terkinine doğru yönelişin işaretlerini vermektedir. Seminer raporu, "Milliyetçi Türkiye'ye Doğru" ismiyle kitap olarak yayınlanmıştır. Erdem, bu kitabın din ile ilgili görüşlerini gazetede değişiklik yapmadan yayınlamıştır. Söz konusu raporda İslamiyet, milliyetçiliğin vazgeçilmez bir unsuru olarak ilan edilmiştir. (Bilge, 1970d). Bununla birlikte bu toplantı, daha sonra Türk-İslam Sentezi'ni kabul edecek olan Aydınlar Ocağı'nın nüvesi olmuştur (Bora ve Can, 2015: 122). Milliyetçiler arasındaki fikir ayrılıklarını ortadan kaldırmak için yapılan bu toplantı dini, milliyetçiliğin temel kriteri olarak ele alarak kurucu iradenin milliyetçilik modelinin dışına çıkmıştır. Aynı zamanda Ziya Gökalp'in inanç ve kültüre dayalı kapsayıcı milliyetçiliğinin (Saklı, 2011: 4) izlerini taşımaktadır. Din ile milleti, milliyetçiliğin eşit dozdaki vurgusu olarak değerlendiren "Türk-İslam milliyetçiliği" olarak literatüre geçen bu bakış açısı 1970'ler boyunca milliyetçi entelektüeller ve teşekküllerde sosyal bir gerçeklik ve ideolojik bir program olarak savunulmuştur.

Galip Erdem, Türk milliyetçiliğinin düşünsel çerçevesini çizerken Ziya Gökalp fikriyatına bağlı kaldığı anlaşılmaktadır (Kosoğlu, 2010:43). Zira Ziya Gökalp, Türk milliyetçiliği görüşünde -siyasal mananın dışında- "Türk-İslam harsı ibda etmeye çalışmalıyız." (Gökalp, 1976: 42) şeklinde İslam ile Türklüğü birbirinden ayırmamış ve bu kültür dairesinin inşasını amaç haline getirmiştir. Galip Erdem'in de bu görüşe bağlı kalarak dini, milli kültürün esas unsurlarından gören yaklaşımının, Ülkü Ocaklarının büyümesinde etkili olduğu ileri sürülebilir. Nitekim Ülkücü Hareketin taşra kitleleri Batıcı, laik, Kemalist geleneğe mesafeli; kozmopolit kentli unsurlara karşı tepkilidir. Bununla birlikte İslam'ı manevi ve ahlaki bir kimlik olarak sahiplenmektedir (Bora ve Can, 2015: 50). Dolayısıyla Türk-İslam düşüncesinin kitleleri kapsadığı ortaya çıkmaktadır. Bu durumda Galip Erdem'in çabası, milliyetçi seçkinlerin toplum içerisindeki farklılıkları, ortak paydaları öne sürerek çözümlenmeye çalışmalarının (Öğün, 2000: 68) Türkiye özelindeki örneği olarak da yorumlanabilir. Galip Erdem, laik sisteme karşı muhalif bir kitle oluşturmadan yanlış gördüğü laik sistem pratiklerinden yola çıkmıştır. Bu nedenle Ziya Gökalp'in düşüncelerinden mülhem fikirleriyle cumhuriyet dönemi siyasal kurumunun ulus inşa etme sürecinden ayrılmıştır. Ancak bunu yaparken mevcut siyasal yapıyla kavgalı olmamıştır. Bir başka deyişle laik sistemde müteedeyin kitlelerin hassasiyetlerinin siyasal kurum tarafından önemsemesinin mümkün ve zaruri olduğunu göstermeye çalışmıştır. Dolayısıyla Erdem'in düşünceleri sancısız bir dönüşüme yöneliktir. 1960'lı ve 70'li yılların milliyetçilik anlayışı olan Türk-İslam düşüncesi, kitleler üzerinde oldukça etkili olmuştur. Bu nedenle Milliyetçi kitlenin niceliksel büyümesinin arkasında ideolojinin çekim merkezi olması önemli bir etkidir. Öyle ki 1977'de Ülkü Ocakları, dokuz yüz şubeye ve bir milyon üyeye ulaşmıştır (Ülkü Ocakları 5. Kurultay'ından Notlar, 1977: 3). Böylelikle Türk milliyetçiliği fikri ilk defa kitleleşmiştir. Bu bağlamda Galip Erdem'in "ülkü neslin ideoloğu" sıfatıyla tanımlanması, Türk milliyetçiliği düşüncesini aktüel sorunlarla harmanlayarak yeniden üretmesiyle açıklanabilir. Nitekim Türk-İslam düşüncesi, milliyetçi camiada 1977'ye kadar etkili olmuştur. 1977'den sonra ise İslami vurgular artmış, Türklük ile İslamlık arasındaki denge Türklük aleyhine bozulmuştur. Ülkü Ocakları, milliyetçi fikir inşacılarının Türk-İslam düşüncesinde oluşturdukları din ile rejim arasındaki hassas dengeyi sarsmışlar ve orijinal ideolojiden uzaklaştırmışlardır. Mevcut düzeni yıkmayı, Takrir-i Sükûn Kanunu ve Medeni Kanun'u ortadan kaldırmayı, İslam düzeni kurmayı hedeflemeleri ve mücadelelerini cihat olarak temellendirmeleri (Ülküdaşlarımız Hazırlanmalıdırlar, 1979: 3; Kerimoğlu, 1976: 6; *Nizam-ı Alem*, 1979: 1; *Yeni Bedir Savaşı ve Cihada Çağrı*, 1978: 3-12; Küçükbrahimoğlu, 1977: 7; Yazıcıoğlu, 1977: 3). Milliyetçi Hareket'in en başında düşünsel çerçevesini çizen Dündar Taşer ve Galip Erdem çizgisinden çarpıcı bir şekilde ayrıldıklarını göstermektedir. Erdem ve Taşer'de İslam, tıpkı Ziya Gökalp'te olduğu gibi siyasal bir düzen olarak düşünülmemiştir. Bu fikir inşacılarına göre İslam, toplumsal dayanışmayı sağlayan moral sisteminin vazgeçilmez bir unsuru olarak Türk milliyetçiliğinin ayrılmaz bir parçasıdır. Ancak 1977'den sonraki milliyetçi çizgideki değişime bakıldığında Taşer'in ve Erdem'in etkisinin milliyetçi taban üzerinde etkisinin azaldığı görülmüştür.

Türk milliyetçiliğinin Marksizm ve kapitalizm ile mücadelesi

Türkiye, 1970'li yıllarda karşıt görüşlü kitlelerin çatışmasına sahne olurken söz konusu kaotik ortamın temelinde ideolojik tartışmalar yer almıştır. Sosyalizmin Türkiye'nin sorunlarına umut olacağı, kalkınmayı ve sosyal adaleti sağlayacağına inanan radikal sol ile mevcut rejim yanlısı milliyetçi kitle arasındaki çatışmalar şiddetini artırarak devam etmiştir (Çavdar, 2013: 185-187). Marksizm'e göre kapitalist sistemde siyasal iktidar, bir sınıfın başka bir sınıfı ezmesidir. Dolayısıyla dünya tarihi siyasal iktidar mücadelelerinden değil, sınıflar arası mücadeleden oluşmaktadır. Marx'a göre bu sürecin sonunda siyasal iktidar, proletarya tarafından ele geçirilerek kendisini egemen sınıf ilan edecektir (Marx, Engels, 2013: 83). Marx'tan ilham alan Türkiye'deki sosyalistlerin değiştirmek istedikleri şey sömürü düzeni olarak tanımladıkları kapitalist düzen ve kapitalist devlet yapısıdır. Galip Erdem, radikal sol düşüncenin teorik savunusunun eylemsel görüntüsüyle uyuşmadığını ileri sürmektedir. Erdem'e göre kapitalist düzenle mücadele amacıyla yapılan eylemlerin asıl hedefinde büyük sermaye sahiplerinin olmaması dikkat çekicidir. Marksizm'in teorideki hedefi ile Türkiye pratiğine bakıldığında "Türk Tipi Marksizm" diye tanımladığı, teorinin temelleriyle çelişkili görünen bir manzara ortaya çıkmaktadır. Erdem, tutarsız ve çelişik gördüğü bu yapıyı Marksistlerin anti milliyetçi duruşlarıyla gerekçelendirmiştir. Ona göre milliyetçiler sınıf bilincinin aksine millet bilincini savundukları için Marksistlerin önündeki en büyük engeli oluşturmaktadırlar (Erdem, 1973a). Türkiye'de kapitalizm karşıtı olmadıklarını verdiği örneklerle temellendirmeye çalışan Erdem, diğer yandan Türkiye'deki büyük sermaye sahiplerini de eleştirerek anti kapitalist bir yaklaşım sergilemiştir:

"Çoğunlukla Batı'nın kültür değerlerine şartlanmış ve özüne yabancılaşmış büyük sermaye çevrelerini, Türk Milletinin dünya durdukça yaşatılması dâvası hiç mi hiç ilgilendirmemektedir. Kapitalistlerimizin tek gayesi vardır: Daha çok kazanmak, daha iyi yaşamak, Avrupalı iş adamlarına benzemek, Monte - Karlo'da kumar oynayarak, Akdeniz kıyılarında plaj keyfi sürerek, İsviçre dağlarında kayak yapmaya giderek hayatın tadını çıkarmak." (Erdem, 1973a).

Erdem'in anti kapitalist söylemleri, sermaye karşıtı olduğu anlamına gelmemektedir. Nitekim Türkiye'nin bir sanayi ülkesi olana kadar sanayileşme sürecini yaşayacağını açıkça ifade etmiştir. Ancak Türkiye'nin sanayileşme davasının Avrupa sanayileşme sürecinden farklı seyretmesini istemiştir. Erdem'e göre Avrupa, bu süreçte birçok değerini kaybetmiştir. Paranın en üstün değer tutulduğu söz konusu sistem, milletlerin tarihiyle ve değerleriyle uyumsuz görülmektedir:

"Gaye Türk Milleti'nin güçlenmesi, yücelmesi, insanın insana kul olmaması, fertle toplumun, mana ile maddenin, insan ile makinanın, töre ile bilimin Türk-İslâm sentezi içinde bağdaşmasıdır. Türk milletinin faziletlerinden taviz vermemek kaydıyla bu süreci tamamlayacağını arzulanmaktadır." (Erdem, 1973c).

Sermaye sahiplerinin mutlak egemen bir güç oluşturmaya muhalif olan bu bakış açısı, aynı zamanda sınıf mücadelesine de karşı çıkmaktadır. Hatta sendikacılık ve toplu sözleşme hükümlerine dayalı özgürlüklerin savunulması, sınırsız kapitalizm anlayışını zayıflatması nedeniyle gerekli görülmüştür (Erdem, 1969c). Cumhuriyet ideolojisi, ekonomik politikalarında özel teşebbüsün yanı sıra devlet müdahalesine de yer vererek karma ekonomi modelini benimsemiştir. Bilimsel ilerlemeler karşısında geleneğin de muhafazasını isteyerek özgül bir ekonomik model olarak Ziya Gökalp'in solidarist ekonomi modelinden (Türkdoğan, 1996: 203) ilham alınmıştır. Bu modelde kapitalist sistemin ekonomik dengesizliği artıracığının farkında olmakla beraber sanayileşmenin getireceği problemlerin komünizm felsefesiyle çözülemeyeceği öngörülmüştür. Öyle ki sanayileşme sürecinin getireceği problemlere kendi iç dinamikleri ile çözüm bulunması hedeflenmiştir. Bu kapsamda Galip Erdem'in, Türk milliyetçiliği ideolojisinin fikri, kültürel, toplumsal, siyasi yönlerinin yanı sıra ekonomik boyutunu da anlaşılır kılmaya çalıştığı ileri sürülebilir. Ona göre Türk milliyetçiliğinin ekonomik temeli en az diğer yönleri kadar önemlidir. Öyle ki Türkiye'de 1968'de öğrenci olaylarının başlamasında ve şiddetlenmesinde ekonomik zorluklar etkili olmuştur. Öğrencilerin, yurt, yemek, kitap gibi temel ihtiyaçlarını karşılayamaması olayların büyümesine etki etmiştir. Ayrıca köyden kente göçlerle gecekondu mahallelerinin oluşması, üniversitelerde okuyan öğrencilerin sayısının artmasıyla birlikte bölgeler arasında ekonomik farklılıklar oluşmaya başlamıştır. Diğer yandan işçi problemleri, enflasyon artışı gibi birçok sosyo-ekonomik meselenin çözüm adresi olarak Marksizm gösterilmiş, bu durum Marksist fikirlerin yayılmasında etkili olmuştur (Türkdoğan, 1996: 168). Dolayısıyla Galip Erdem

analizleriyle, Marksist fikirlerin en güçlü tutunduğu konu olan ekonomik meselelere karşı milliyetçi-toplumcu görüşün ekonomi bakışını anlaşılır hale getirdiği ifade edilebilir.

Dönemin siyasi ve sosyal yapısının Türk milliyetçiliğine bakışı

Cumhuriyet tarihi boyunca komünizm bir tehdit olarak algılanmış ve buna karşı dikkatlerin teyakkuzda tutulması için çaba gösterilmiştir. Nitekim 1930'larda muhalif fikir ve yayınların komünizm olarak damgalanması ve şiddetle cezalandırılması söz konusu olmuştur (Ahmed, 1995: 142). İdari kanallar tarafından yapılan bu takibata aydın sınıfının da destek olması, Marksist temayüle hareket alanı bırakmamıştır. Öyle ki 1930'larda Hamdullah Suphi, komünizmin baskıcı bir rejim olduğunu öne sürerek gençlerin dikkatli olmalarını tembih etmiş ve gençleri komünizmin etkilerinden uzak tutmaya çalışmıştır (Tanrıöver, 1987: 47-49). Türk milliyetçileri, 1940'larda ise İkinci Dünya Savaşı'nda Almanların kazanmasından yana olmuşlardır. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) savaşta yenilmesi halinde SSCB'de uygulanan komünizm rejiminin yıkılacağını ve esir Türklerin bağımsızlığına kavuşacaklarına inanmışlardır (Özdoğan, 2001: 126). Dünyada yaşanan bu gelişmeler milliyetçi gençlerin komünizme karşı tavrını daha da belirginleştirmiştir. Ancak 1960'lara gelindiğinde 1961 anayasasının getirdiği özgürlükler, Türkiye İşçi Partisi'nin Marksist-sol siyasete öncülük yapması, çeşitli sol yayınların tercüme edilmesinin yapılması, işçilere sendikal hakların verilmesi gibi faaliyetler Türkiye'de Marksist düşüncenin önündeki setleri yıkmıştır. Bu durum karşısında sağ cenah yıllardır tedirginlik duyduğu sola karşı gücünü birleştirmek ve harekete geçirmek zorunda kalmıştır (Ahmed, 1995: 195).

Türkiye, 1970'lere geldiğinde yüksek enflasyon, köyden kente yapılan göçlerin yarattığı gecekondu ve işsizlik problemleri, köylerin alt yapı ve ulaşım sıkıntıları, düşük hayat seviyesi, kötü toplumsal koşullar ve öğrencilerin dünya gençlik hareketlerinden etkilenmesi gibi birçok sosyo-ekonomik sorunla karşı karşıya kalmıştır. Galip Erdem, Türkiye'nin problemlerinin öncelikli olarak milliyetçi bir kadronun işbaşına gelmesi ile çözümleneceğini düşünmüş, bu düşüncesini 12 Mart müdahalesiyle temellendirmiştir. Bu müdahale ona göre Türkiye'nin birlik ve beraberliğine zarar vermek isteyen "millet düşmanlarının varlığını" (Erdem, 1973b) göstermektedir. Erdem'e göre Marksist yapılanma, milliyetçi bir kadronun iktidar olmasına engel olmuş ve toplumsal meselelerin çözümsüz kalmasına sebep olmuştur. Bütün bu gelişmelerle birlikte halkın milliyetçiliğe bakışını da irdeleme fırsatı bulan Erdem, halkın kendisinden tamamen farklı düşündüğünü görmüştür. Ona göre halk, fikri ve siyasi mücadeleden ziyade vatanını sevmeyi milliyetçilik olarak görmekte, gerektiği zaman askere gidip canını vermekten kaçınmamaktadır. Erdem'e göre Türkiye'de halkın esas derdi geçim sıkıntısı olmuş, milliyetçilik fikri çoğu zaman ikinci planda kalmıştır. Nitekim halkın DP'ye oy vermesini sebebi, tek parti döneminin yaşattığı zengin ile fakir arasındaki derin uçurumu DP'nin ortadan kaldıracağına inanmasıdır. Aynı düşünce ile hareket eden halk, Adalet Partisi (AP)'nin de benzer şekilde yoksulluğa umut olacağına inanmış, tercihini Süleyman Demirel'den yana kullanmıştır (Metin, 1975b). Bu durum halk için öncelikli problemin komünizm tehlikesinden ziyade geçim sıkıntısı olduğunu göstermiştir.

Galip Erdem, yazılarında dönemin siyasi aktörlerinin, halkın milliyetçiliğe ve dine yaklaşımını tenkit etmiştir. Erdem'e göre Türk siyasi sisteminde samimiyezsiz politikacılar bulunmaktadır. Öyle ki komünizme destek olduğunu düşündüğü siyasetçilerin başka bir gün milliyetçilikten bahsetmesi, Türk siyasetinin olağan bir durumu olarak görülmeye başlanmıştır. Türk milliyetçiliğini emek ve fedakârlık olarak gören Erdem, bu tarzdaki siyasetçilerin tutumunu "oy avcısı" (Erdem, 1969f) olarak nitelendirmiştir. Diğer yandan Erdem'e göre Türk siyasetinin en önemli meselelerinden bir diğeri ise din ile siyaset arasında masum ve anlamlı bir ilişkinin kurulamamış olmasıdır. Halkın İslamiyet konusundaki hassasiyetlerinin birçok siyasetçi tarafından sömürüldüğünü ifade etmiştir (Metin, 1973). Bununla birlikte halkın bakış açısının da bu hususta problemleri olduğunu düşünmüştür. Erdem'e göre halk, liderin dini inancını değerlendirdiği kadar milliyetçiliğe bakışını sorgulamamaktadır. Halk, kendi gözünde savunduğu partinin zaten milliyetçi olduğunu düşünmekte ve aksini düşünmek istememektedir. Erdem'e göre Türk siyasetinin üçüncü en önemli eksikliği ise yalan ve iftirayı halkın kanıksamış olmasıdır. Öyle ki bir siyasi lider hakkında gerçek belgeler ileri sürülse dahi halk bunu iftira olarak görmekte ve inandığı liderden asla vazgeçmemektedir (Metin, 1973).

Erdem'in yazılarında ele aldığı bir diğer konu ise Marksist eylemler karşısında iktidar ve muhalefet partilerinin yaklaşımlarıdır. Devlet'in yayınlandığı ilk yıllarda boykotlar devam etmiş ve üniversite işgalleri yaşanmıştır. Üniversitelerde fikri cepheleşme yaşandığı için gazetenin gündemini de işgal ve boykotlar oluşturmuştur. Milliyetçi kitle, boykot faaliyetlerinin haklı sebeplerini tasvip etmesine rağmen gençlik eylemleri üniversite işgallerine evrilip başka rejim tasavvurlarına dönüşünce her iki taraf arasında çatışmalar başlamıştır. Erdem, söz konusu boykot ve işgallerin sosyalizm amaçlı eylemler olduğunu vurgulamıştır (Metin, 1975c). Leninist-Maoist düzen tasavvuruna karşı milliyetçi cenahın mücadelesinin siyasetçiler tarafından "aşırı uçlar" olarak değerlendirmesini ise tenkit etmiştir (Metin, 1975d). Bu konuda gerek AP'nin komünistlerle milliyetçileri eşit tutarak milliyetçileri "aşırı uç" olarak değerlendiren söylemlerini gerekse CHP'nin olayların müsebbibi olarak milliyetçileri sorumlu tutan yaklaşımlarını eleştirmiştir (Bilge, 1973a). Erdem'e göre Marksistlerin rejimi tehdit edecek kadar güçlenmesinin sebebi, AP'nin öğrenci olaylarını küçümsemesi ve tedbir almamasıdır (Metin, 1975a). Erdem, milliyetçi gençlerin rejim karşıtı hareketlerin karşısında durduğunu ileri sürerek AP'nin "aşırı uçlar" şeklindeki denkleştirici yaklaşımı temelsiz görmüştür (Bilge, 1973b: 12; Erdem, 1975a). Erdem, dönemin siyasi ve toplumsal konjonktürel yapısı içerisinde söz konusu kaotik durumdan çıkış yolunun milliyetçilik olduğuna inanmıştır:

"Demokrasiyi korumak için aşırı solun karşısına çıkarılacak öğrenci yoktur, memur yoktur, öğretmen yoktur, subay yoktur, işçi yoktur. Fukara halkımıza gelince, demokrasinin ne olduğunu zaten anlamadı. Aşırı solun yıkıcılığı önlenemezse, dayanılacak yegâne kuvvet milliyetçiliktir." (Bilge, 1970a).

Erdem'in yazıları incelendiğinde siyasi çizgi olarak MHP'yi desteklediği görülmektedir. Türk milliyetçilerinin MHP çatısı altında birleşip iktidar olmasının öncelikli mefkûre olacağını ifade etmiştir (Erdem, 1969: 5; Erdem, 1969a ; Erdem, 1969b). Diğer yandan Erdem, başka partilerdeki milliyetçileri de desteklemekten çekinmemiştir. Erdem, bu kapsamda sadece yayın organlarında fikir beyan etmekle kalmamış, diğer partilerdeki kongre seçimlerinde milliyetçi delegelerin kazanmaları için çalışmıştır. Öyle ki 1969 seçimlerinde AP'den seçime girecek tüm milliyetçi milletvekillerinin liste başı olması için çalışırken (Erdem, 1969e) 1964 AP kongresinde Bilgiç ve arkadaşlarının kazanması için çaba göstermiştir (Erdem, 1974). Erdem, diğer partilerdeki milliyetçi çizgideki delegeleri ve vekilleri de destekleyerek bütün milliyetçi siyasetçilerin bir partide toplanmasını istemiştir. Bu amaçla milliyetçi cephe birliği fikrini, devamlı surette siyasi bir öneri olarak gündemde tutmuştur. Bu düşüncesini ise şu şekilde ifade etmiştir:

"13 yıl boyunca yazdıklarımızı okuyanlar, konuşmalarımızı dinleyenler iyi bilir: Bütün milliyetçiler birleşmedikçe ana davalarımızın hep askıda kalacağına, milletçe özlenen bir iktidarın kurulamayacağına daha 1961 yılından itibaren karar vermişizdir. Bugün de aynı şeyi düşünür, yalnız boşa harcanan 13 yılın acısını duyarız. Cephe birliğinin kurulması için gücümüzün yettiği ölçüde çalıştık. CHP ve MSP dışındaki siyasi partilerdeki özellikle Adalet Partisi'ndeki milliyetçilerin güçlenmesi için elimizden gelen yardımı esirgemedik." (Erdem, 1 Temmuz 1974: 5).

AP içerisinde milliyetçi bir ekip olan Sadettin Bilgiç, Mehmet Turgut, Faruk Sükan gibi milletvekillerinin Süleyman Demirel'le fikri ayrılık yaşadktan sonra MHP'de siyaset yapmayarak Demokratik Parti'yi kurmaları (Dr. Saadet Bilgiç'le Açık Dertleşme, 1970 ; Milli Cephe Üzerine, 1970; Yeni Bir Demokratik Parti Macerası, 1970) temele alınırsa Galip Erdem'in söz konusu siyasi süreçte etkili olamadığı görülmektedir. Diğer taraftan 1975'te sağ cenahta yer alan partilerin birleşmesiyle kurulacak olan Milliyetçi Cephe oluşumuna dolaylı etkisinin olduğu ileri sürülebilir. Yıllar öncesinde söz konusu fikrin Galip Erdem tarafından mütemediyen dile getirilmesi, cephe ittifakı fikrinin milliyetçi camiadaki oluşumuna katkı sağladığı söylenebilir.

Faşizm ve ırkçılık suçlamaları

Gazete, 1970'lerde bazı kesimlerin Türk milliyetçiliğini faşizm ve ırkçılık olarak göstermeye çalışması karşısında harekete geçmek zorunda kalmıştır. Gazete bu konu ile ilgili olarak ele aldığı yazılarında milliyetçilerin neden ırkçı ve faşist olmadıklarını ve milliyetçi tabanın bu suçlamalar karşısında nasıl bir savunma modeli geliştireceğini göstermeye çalışmıştır. Galip Erdem, bu suçlamayı Marksistlerin yaptıklarını ve onlara göre komünist olmayan herkesin faşist olarak tanımlandığını belirtmiştir. Rejimi

komünizm olmayan bir ülkede komünizm karşıtlarının “antikomünist” şeklinde suçlamanın mümkün olmadığını ve hem toplumda hem de hukuk sisteminde bu şekilde bir söylemin karşılıksız olması nedeniyle milliyetçilerin faşistlikle itham edildiklerini düşünmektedir (Metin, 1972b ; Bilge, 1970b). Dolayısıyla Erdem’e göre faşistlik, Türkiye’de komünist olmayanları tanımlamanın ortak şeklidir (Bilge, 1970c). Faşizm suçlamaları aslında 1968 öğrenci olayları ile başlayan bir süreç değildir. Bilhassa bu ithamlar 1970’lerde yoğunlaşsa da Erdem’e göre 27 Mayıs askeri darbesine giden süreçte bu durum belirginleşmeye başlamıştır (Metin, 1976a). Erdem’e göre 1968 olaylarının ilk başlangıcı 1960 yılına dayanmaktadır. Buna göre Marksistler, DP aleyhinde olan gençlerden faydalanmışlar ve onları 27 Mayıs’tan önce örgütlemişlerdir. 27 Mayıs başarıya ulaştınca bir bakıma Marksistler de kendilerini başarıya ulaşmış kabul etmişler ve daha sonrasında tüm dikkatlerini milliyetçilere yönelterek onları faşistlikle suçlamışlardır (Metin, 1976b).

Türk milliyetçilerine yönelik suçlamalardan biri de Marksizm’in savunduğu sınıf kavgalarını milliyetçi ideolojinin reddetmiş olmasıdır. Hâlbuki sınıfların varlığı Türk milliyetçileri tarafından kabul edilmiş bir gerçek olmakla beraber bir sınıfın diğer bir sınıfı bertaraf etmesini ve çatışma fikrini reddetmektedirler (Metin, 1972a). Erdem’e göre başka milletlerin tarihinde yer alan kavimlerdeki “üstünler ve daha alçakta tutulanlar” (Metin, 1972a) sınıflandırması Türk tarihine uyarlanamaz. Türklerdeki temel yapı, sınıfsız millet yapısıdır. Bu kapsamda Erdem, sol düşüncenin sınıf mücadelesine dayalı dünya görüşünün aksine Türk milliyetçiliğinin sınıf çatışmasını reddettiğini ve her türlü mezhep, din ve etnik kökene dayalı mücadelenin karşısında olduğunu belirtmiştir (Erdem, 1975b).

Galip Erdem, faşistlik suçlamasında bulunan siyasileri ise Türk milliyetçiliği ile faşizm rejimi arasındaki ayrımı fark edemeyen siyasetçiler olarak nitelendirmiştir. Her iki görüşün “devlet” mefhumuna yüklediği mananın anlaşılammış olmasını, problemin kaynağı olarak görmüştür. Erdem’e göre faşizmde amaç olan devlet iken Türk milliyetçiliğinde devlet, milletin bekası için bir zorunluluktur. Bundan dolayı devlet, milletin maddi ve manevi değerlerini koruyabildiği ölçüde yüce tutulur. Oysaki faşizmin özü, bireylerin ve sosyal kuruluşların devletin yüceliği için durmadan çalışmak zorunda olmalarıdır (Metin, 1972a).

Türk milliyetçilerine yöneltilen bir diğer itham ise “ırkçılık” ile ilgili olmuştur. Erdem, Türk milliyetçilerinin antropolojik manada bir ideolojileri olmadığı için Türk milliyetçiliğinin ırkçılıkla ilişkilendirilemeyeceğini savunur. Görüşünü, Türk milletine mensubiyetini fiziki özelliklerine bağlı olarak açıklayan tek bir Türk milliyetçisinin olmamasıyla gerekçelendirir (Metin, 1972c). Başka bir deyişle Türk milliyetçilerinin ırkçılık tanımında aynı fiziki özelliklere sahip olanların millete dâhil olacaklarına dair bir yargı görülmemektedir. Erdem, kendisini ırkçı olarak tanımlayan kişilerin de esasında ırkçılığı etnolojik manada ele aldıkları çıkarımında bulunur. Bu kapsamda benzer dilleri konuşmayı ve ortak değerlere sahip olmayı savunan kişilerin de ırkçılıkla suçlandıklarını ifade eder. Ancak ona göre Türk milliyetçilerinin bu açıklamaları, sol görüşlü yapılar tarafından yeterli görülmemiştir. Bunun sebebini muhalif görüşlerin, ırkçılık suçlanmalarını bir fırsat olarak görmesine dayandırmaktadır (Erdem, 1976). Nitekim Türk milliyetçilerinin ırkçılık yaptıklarına dair propaganda, Türkiye’de bazı etnik grupların zihinlerinin karışmasına ve milliyetçiliği sorgulamalarına neden olacaktır. Ötekileştirici milliyetçi anlayışın milliyetçilik algısına zarar vereceğini fark eden Erdem, özellikle Türkiye’de yaşayan Kürtleri “soydaş ve kardeş” (Erdem, 1975a) olarak konumlandırmıştır. Erdem bu çabası ile milliyetçi camianın ideologlarından birisi olarak ithamların önüne geçmeye çalıştığı görülmektedir.

Emperyalizmin Türk milliyetçiliğine etkisi

Erdem, emperyalist politikaların bilimsel, sanatsal, kültürel ya da başka ad ve sıfatlarla Türk milletinin öz değerlerini zedelediğine dikkat çekerek Batılı zevk ve özentinin önüne geçmeye çalışmıştır (Bilge, 1971). Ona göre yabancı dildeki şarkılar ve Batı dansları Batı emperyalizminin üstün geldiğinin birer nişaneleridir (Erdem, 1969g). Erdem’e göre emperyalist politikaların bir diğeri de Türkiye’de nüfusun kontrol altına alınması için yapılan çalışmalardır. Erdem, bu mevzuyu açıklarken Atatürk dönemi Türkiye’si ile 1960’lı yıllardaki Türkiye’nin iç politikasındaki belirgin farkı kıyaslamıştır. Atatürk döneminde Türkiye Cumhuriyeti’nin nüfusunu, yüz milyona ulaştırmanın milli bir hedef olmasına; öğretmenler, idareciler ve ders kitapları aracılığıyla bunun öneminin vurgulanmasına rağmen 1960’lı

yıllara gelindiğinde yüz milyonluk nüfus hedefi, biranda kalkınma için zararlı görülmeğe başlanmıştır. Galip Erdem, akıllarını ve vicdanlarını menfaatleri uğruna satmamış milliyetçi ilim adamlarının gayreti ile tam zamanında uyandıklarını düşünmektedir (Erdem, 1969h). Zira doğum kontrol haplarının faydaları ve nüfus planlaması üzerine kitaplar basılıp, seminerler düzenlenirken ve yabancı uzmanlar bu konuda Türkiye'de çalışmalar yaparken milliyetçi gençler söz konusu seminerleri engellemek için eylemlere başlamışlardır. Diğer yandan toplumun Batı'da olduğu gibi yılbaşı kutlaması, bunun için çam ağaçlarını kesmesi, şaraplı danslı kutlamalar yapması, Erdem'e göre taassubun işaretidir. Bir millet kalkınmak için yabancı geleneklerin benimsenmesi gerekeceğini düşünüyorsa zamanla öz değerlerinden uzaklaşacak ve başka bir millete dönüşecektir (Bilge, 1969a). Bu konuda aydınların misyonuna dikkat çekmiştir. Ancak ona göre aydınların durumu ise milliyetçilik mefhumunun yaşatılması için asla bir kalkan görevi görmemektedir. Kendi kültürel değerlerini hakir gören aydın kitlesi aslında Türk milleti için bir talihsizliktir (Erdem, 1969d).

Erdem, milliyetçiliğin en temel değerlerinden olan tarih ve dilin, pratikte de karşılığının olduğunu savunmaktadır. Tarih bilinci, milliyetçiliğin vazgeçilmez bir unsuru olmasının yanı sıra uluslararası ilişkilerin seyrini belirlemektedir. Devletler arası ilişkilerde geçmişin ayak izlerinin mevcut zamanı ve geleceği etkileyeceği varsayımından (Erdem, 1975b) yola çıkarak tarihin işlevselliğine dikkat çekmektedir. Dildeki sadeleşme meselesi de dönemin Batıcı ve milliyetçi kesimler arasında en ihtilafli meselelerindedir. Erdem, dilde sadeleşme meselesinde, yabancı dillerden gelmiş her kelimeyi Türkçeden atma eğiliminde değildir. Bununla birlikte Arapça ve Farsça kaideler ile bu dillere ait kelimelerin Türkçeleşmemiş olanların dilden atılmasını istemektedir. Galip Erdem'in dil mevzusundaki savunduğu düşünce, kültür alanında da geçerlidir. Cumhuriyetin ilk yıllarındaki kültürel değerlerin hakir görülmesi pahasına Batı'nın üstün tutulmasını eleştirmiştir. Türkiye'de klasik Türk musikisinin yasaklanmasını, Batı hayranlığı olarak nitelendirmiştir. Ona göre aykırıya alışmak, bir toplum için felaket olacaktır (Bilge, 27 Aralık 1971: 5). Aykırı ifadesi Erdem'e göre halkın kültürel, tarihi ve dini değerleriyle uyuşmayan eğilimlerdir. Nitekim milliyetçi ideoloji, özü itibarıyla kültürel farklılıkların ulusal kültürü aşındırdığını düşünmektedir. "Biz ve ötekiler" arasındaki farklılığın mütemediyen vurgulanması, ulusal kültürdeki sapmaları önlemek için vazgeçilmez görülmüştür. Gelenekçi yaklaşıma sahip olan milliyetçi ideoloji, kültürel standartlaşmayı sağlamak için özenle çalışmaktadır (Öğün, 2000: 67-68). Bu kapsamda Galip Erdem'in de milliyetçi ideolojinin söz konusu temel kaygılarını yaşadığı görülmektedir. Bununla birlikte onun milliyetçi ideoloji ile toplumsal yaşam arasında kurduğu ilişkinin, milliyetçi tabanı yönlendirmesinde etkili olduğu söylenebilir. Batı değerlerinin Türk milliyetçiliğinin kıymet hükümleriyle çatıştığını bildiren Erdem, bu çatışmayı Türk milliyetçiliği lehine etkisiz hale getirmek için gençleri ödevlendirmektedir. Mesela Türk folklorunun değersizleştirilip Avrupa danslarını yüceltilmesine, toplum geleneklerine karşı Batı'nın kültürel unsurlarının taklit edilmesine karşı mücadele etmeyi, Türk gençlerinin görevi olarak görmektedir (Metin, 1972d). Ülkü Ocaklarının ve milliyetçi teşekküllerin gazeteğe gönderdikleri haberlerde yaptıkları etkinliklerle ilgili bilgi akışında folklor oyunlarına, Türk musikisine yer verilmesi, ayran şölenlerinin ve aşıklar gecelerinin düzenlenmesi (Ülkücü Faaliyetlerden Özetlersek, 1974a ; Ülkücü Faaliyetlerden Özetlersek, 8 Temmuz 1974b ; Ülkücü Faaliyetlerden Özetlersek, 1973) ideolojinin pratikte üretildiğini gösteren doneler sunmaktadır.

Sonuç

Galip Erdem, dönemin fikri ve siyasi yapısı içerisinde Türk milliyetçiliği ideolojisinin düşünsel çerçevesini çizen ve muhtevasını aktüalite ile yorumlayarak yeniden üretilmesini sağlayan fikir inşacıdır. Milliyetçi camia tarafından yazıları ilgi ile takip edilen Erdem'in düşüncelerinin toplumsal ve siyasi birçok alanda yansımaları olmuştur. Genç milliyetçi tabanın fikirlerinin ve dönemin siyasi sürecinin şekillenmesinde etkili olan Erdem, Marksist düşünce yapısına karşı verilen mücadelede etkin bir isimdir. Birçok yayın kuruluşunda bu mücadelesini sürdüren Erdem'in özellikle okuyucuya ulaşabildiği yayın organı ise Devlet gazetesi olmuştur. Gazete ilk olarak 1969 yılında yayın hayatına başlamış, Marksist fikirlere karşı Türk milliyetçilerini koordine etmek için önemli sorumluluklar üstlenmiştir. Türk milliyetçilerinin tepkilerini şekillendirmek, onlara fikri zemin oluşturmak için yayınlanan Devlet gazetesi, milliyetçi taban ile aydın zümre arasındaki iletişimi sağlayan önemli bir aktördür. Gazetede en çok yazısı olan yazarlardan birisi olan Galip Erdem'in makaleleri, milliyetçi kitle tarafından ilgi ile takip edilmiştir. Galip Erdem için Devlet gazetesi fikir dergisinden daha ziyade

tabanda yani okuyucu kitlesinde etkisi olan, politik yönü ağır basan, uzun soluklu bir yayın organı olmuştur. Galip Erdem'in gazetede ki misyonunun Türk milliyetçiliği ideolojisinin çerçevesini çizmek, gençleri yabancı etkilere ve bilhassa Marksist fikri ve temayüllere karşı bilinçlendirmek olduğu görülmektedir. Milliyetçilik, ona göre sadece fikrîsel boyutta temellendirilecek bir mesele değildir. Türk milliyetçiliğinin en önemli misyonlarından birisi, komünizm tehdidine karşı ideolojik bir savunuyu cephesi oluşturulması gerekliliğidir.

Galip Erdem, emperyalist politikalarla Türk milliyetçiliğinin öz değerlerinin zedelendiğini vurgulayarak Batı kökenli faaliyetlerin aslında özden uzaklaştırma çalışmaları olduğuna dikkat çekmiştir. Kültürel değerlerin hakir görülmesi pahasına Batı'nın üstün tutulmasını eleştirmiştir. Örneğin Türkiye'de klasik Türk musikisinin yasaklanmasını, Batı hayranlığı olarak nitelendirmiştir. Türk folklorunun değersizleştirilip Avrupa danslarının yüceltilmesine karşı mücadeleyi, Türk gençlerinin görevi olarak görmüştür. Galip Erdem'in Devlet'teki yazıları incelendiğinde müşterek değerlerle ilgili fikriyatının sadece teorik boyutta kalmadığı aynı zamanda okuyucu kitlesine, davranış modelleri ve uygulama biçimleri sunduğu söylenebilir. Bununla birlikte milliyetçi camianın önde gelen isimlerinden olması nedeniyle Türk milliyetçiliği ile ilgili teorik açıklamaları, kitlelerde ideolojik şemalar oluşturmuştur. Nitekim milliyetçi gençlerin Türk kültür ve değerleriyle ilgili yaptıkları faaliyetler, Erdem'in söylem-eylem tutarlığı kapsamında okuyucu kitlesinde karşılık bulduğunu göstermektedir. Bununla birlikte sesini duyurabilme gücüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu sayede Erdem, ideolojik savunusunu kuramsal boyuttan çıkartarak pratikte üretilmesini sağlamıştır.

Galip Erdem, ırkçılık, Turancılık, faşizm, komünizm, kapitalizm gibi dönemin ideolojik çatışma ortamının önemli meselelerini Türk milliyetçiliği çerçevesinde değerlendirmiştir. Ayrıca dönemin siyasi yapısı içerisinde milliyetçi ve muhafazakâr görüşteki siyasi aktörlerin birleşerek milliyetçi cephe hükümetlerini kurmalarındaki fikri alt yapının oluşumuna etki ettiği ileri sürülebilir. Söz konusu fikri, 1961'den itibaren yazılarında işlemiştir. Galip Erdem'in Türk siyasetinde mütemediyen dile getirdiği milliyetçi partilerin ve siyasilerin birleşmesi fikri, 1975'te Milliyetçi Cephe Hükümeti olarak hayata geçmiştir.

Cumhuriyet döneminden itibaren ulus tanımlamaları ve laiklik pratikleri birçok eleştiriye beraberinde getirmiştir. Necip Fazıl'ın Büyük Doğu'cuları ve Nurettin Topçu'nun Anadolucular adı verilen grubu, Cumhuriyet dönemindeki söz konusu sürece muhalif olan tarafta yer almaktadır. Erdem de Cumhuriyet döneminin din ile sosyal gerçekliğin kesiştiği noktaları gözden kaçırarak seküler milliyetçiliği eleştirmiştir. Ancak tepkisinin odak noktasını laik sistemin kendisi değil, laik sistemin dinsizlik olarak yorumlama örnekleri oluşturmuştur. Öte yandan İslamiyet öncesi Türk kültür ve tarihinin önemsendiği resmi bakışla kesişen noktalarının olduğu söylenebilir. Ancak resmi tarihin Erdem'in fikirleri ile örtüşmesi kısmidir. Nitekim Erdem, Hititleri ve Sümerleri Türk uygarlığı çerçevesinde değerlendirmemiştir. İslamiyet öncesi Türk tarihi onun için Türk milletinin tarihi sürecinin derinliğini göstermesi bakımından önemlidir. Dolayısıyla Erdem'in görüşleri Türk tarihini 1071 ile başlatan Anadoluculardan da bu noktada ayrılrken Nihal Atsız'ın görüşleriyle örtüşmüştür. Ancak bu kez Nihal Atsız'ın soy-Türkçülüğe varan ırkçı millet tanımlamasına ve dini, Türk milliyetçiliği fikrinden öteleyen yaklaşımına uzak kalacaktır. Erdem'in millet ve milliyetçilik tarifinde aradığı şey, Türkiye'nin tamamını kapsayabilmeye yönelik bütünleyici bir yaklaşımdır. Onun için aidiyet duygusunu ön plana çıkartmıştır. O halde Galip Erdem'in ve Dündar Taşer'in yaklaşımlarında Türk tarihi boyunca yaşanan tartışmaları aşma girişiminin olduğu ileri sürülebilir. Diğer taraftan bu kanaat önderlerinin pragmatik hedeflere sahip olması da gözden kaçırılmaması gerekir. Nitekim dönemin tarihi ve siyasi süreci içerisinde yaşanan birtakım gelişmeler, Türkiye'de marjinal bir siyasi ortamın oluşmasına zemin hazırlamıştır. 27 Mayıs askeri darbesinden sonra hazırlanan 1961 Anayasası, insan hak ve özgürlüklerini büyük oranda genişletmiştir. İşçi sınıfının sendikal haklara kavuşması, Türkiye İşçi Partisi'nin kurulması, Yön dergisinin sosyalizm ile ilgili yayınlarının öğrenci, asker, bürokrasi ve aydın kesim üzerinde etkili olması, Türkiye'de çeşitli fikirlerin tartışıldığı özgür bir ortam sağlamıştır. Söz konusu konjonktürel ortam, sosyalizm taleplerinin de ortaya çıkmasına ve sosyalizmin açıkça savunulmasına neden olmuştur. 1960'lı yılların sonuna gelindiğinde dünyadaki gençlik hareketlerinin de etkisiyle Marksist fikirlere yönelik hızlanmıştır. Bütün bu gelişmeler Türkiye'de milliyetçilik ideolojisinin sorgulanmasına neden olmuştur. Bu kapsamda Erdem'in millet ve milliyetçilik kavramlarını analiz ederken keskin ifadelerden

kaçınmasında, dönemin konjonktürel yapısı ve Türkiye'nin özgül koşulları etkili olmuştur. Marksist fikirlere karşı temayülü önlemek amacıyla geniş bir cepheye ihtiyaç duyulmuştur. Ayrıca Türkiye'de bölgeler arası ekonomik farklılıklar da bu dönemde sol görüşlü yapılar tarafından sıklıkla dile getirilmiştir. Bu durum Erdem'in söz konusu toplumsal gerçeklerden yola çıkarak fikriyatının temel karakterini "bütünleştirici" nitelikte çizdiği görülmüştür.

Türk milliyetçiliği 1960'ların başından itibaren Kübitem ve Üniversiteler Kültür Kulübü gibi merkezlerde yeniden ele alınarak akademisyenler ve üniversite öğrencilerinin katılımıyla geliştirilmiştir. Galip Erdem, söz konusu kolektif çabanın fikir inşacılarından biridir. Erdem'in Ziya Gökalp'ten mülhem fikirlerinin Türk-İslam düşüncesinin yayılmasında etkili olduğu söylenebilir. Bu düşünce, Meşrutiyet dönemindeki bir grup aydın çabasından çıkarak 1970'lerde kitlesel harekete dönüşmüştür. Dündar Taşer ve Galip Erdem bu sürecin iki önemli fikir inşacısı olarak Türk-İslam düşüncesinin çerçevesini şekillendirmişler ve aktüaliteyle bütünleştirerek Türk-İslam düşüncesini yeniden üretmişlerdir. Ancak bu iki ismin milliyetçi taban üzerindeki etkilerinin 1980'e kadar devam ettiği söylenemez. Nitekim 1976-1977'den sonra Ülkü Ocakları hızla İslamcı çizgiye kaymıştır. Esasında Galip Erdem tıpkı Ziya Gökalp'te olduğu gibi İslam'ı toplumsal bir gerçeklik ve dayanışma unsuru olarak görmüştür. Ancak Ülkü Ocaklarının 1970'lerin ikinci yarısında İslam'ı siyasal düzen olarak idealize eden görüşleri, milliyetçi hareketin kanaat önderlerinin görüşlerinden farklı bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. O halde milliyetçi hareketteki ideolojik bakışın 1970'li yılların ikinci yarısında dönüşmeye ve dönüştükçe asli temellerinden uzaklaşmaya başladığı söylenebilir.

Kaynakça

- Ahmed, F. (1995). *Modern Türkiye'nin oluşumu*. Çev: Y. Alogan. Sarmal Yayınları. (Orijinali 1994 'te yayımlanmıştır).
- Ahmed, F. (1996). *Demokrasi sürecinde Türkiye*. Hil Yayınları.
- Ahmed, F. (2006). *Bir kimlik peşinde Türkiye*. Çev: S. Cem Karadeli. Bilgi Üniversitesi Yayınları. (Orijinali 2003'te yayımlanmıştır).
- Aksun, Z. N. (2021). *Dündar Taşer'in büyük Türkiye'si*. Ötüken Yayınları.
- Akşin, S. (2007). *Kısa Türkiye tarihi*. Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Atabay, M. (2017). Anadoluçuluk. T. Bora ve M. Gültekingil (Ed.). *Milliyetçilik* c. 4 içinde (515-532). İletişim Yayınları.
- Berkes, N. (2013). *Türkiye'de çağdaşlaşma*. YKY Yayınları.
- Bilge, E. (1975a, 10 Kasım). Yine mi uyku?. *Devlet*, 314, 5.
- Bilge, E. (1976, 23 Ağustos). Ülkü yolunda. *Devlet*, 355, 4.
- Bilge, M. (1969a, 29 Aralık). Yılbaşı ve tarihten bir ders. *Devlet*, 39, 5.
- Bilge, M. (1969b, 22 Aralık). Az gelişmiş beyinler. *Devlet*, 38, 38.
- Bilge, M. (1970a, 26 Ocak). Milliyetçilik ve sola karşı mücadele. *Devlet*, 43, 5.
- Bilge, M. (1970b, 27 Nisan). Faşizm bir öcüdür!. *Devlet*, 56, 5.
- Bilge, M. (1970c, 13 Nisan). Güç birliğine davet. *Devlet*, 54, 5.
- Bilge, M. (1970d, 5 Ocak). 5 Ocak 1970. *Devlet*, 40, 5.
- Bilge, O. (1973a, 2 Temmuz). A.P ülkü ocaklarını suçlandırmaya çalışmıştır. *Devlet*, 191, 12.
- Bilge, O. (1973b, 25 Haziran). Aşırı uçlar arasında ideolojik bir çatışma mı?. *Devlet*, 190, 12.
- Bilge, O. (1974, 21 Ocak). Seçimler ve MHP:7. *Devlet*, 220, 12.
- Bilge, P. (1971, 27 Aralık). Aykırıya alışmak. *Devlet*, 135, 5.
- Bora, T. (2003). *Türk sağının üç hali*. Birikim Yayınları.
- Bora, T. ve Can, K. (2015). *Devlet, ocak, dergâh*. İletişim Yayınları.
- Büyük Kurultay, (1969, Mart), *Milli Hareket*, 32, 14.
- CKMP Programı (1965). Arı Matbaası.
- Çağatay S. (2017). Otuzlarda Türk milliyetçiliğinde ırk, dil ve etnisite T. Bora ve M. Gültekingil (Ed.). *Milliyetçilik* c.4 içinde (ss. 245-261). İletişim Yayınları.
- Çakır, O. (2022), *Adı Devlet olsun*. Ötüken Yayınları.
- Çakır, O. (2011), *Adı Devlet olsun*. 19 Ocak 2019 tarihinde <http://www.eskimeyendostlar.net/makale/i-adi-devlet-olsun-osman-cakir/4021> adresinden erişildi.
- Çakır, O. (2010). *Hatıralar yahut bir vatan kurtarma hikâyesi*. Ötüken Yayınları.

- Çavdar, T. (2013). *Türkiye'nin demokrasi tarihi*. İmge Yayınları.
- Devlet üç yaşında (1971, 5 Nisan). *Devlet*, 105, 2
- Dr. Sadettin Bilgiç'le açık dertleşme, (1970, 14 Eylül). *Devlet*, 76, 12.
- Ekinci, T.Z. (1967, 25 Nisan). Doğu kalkınması edebiyatının iç yüzü. *Ant*, 17, 17.
- Erdem, B. (1976, 28 Haziran). Göktürk abidelerinde dil hayret edilecek derecede mükemmeldir. *Devlet*, 347, 4.
- Erdem, B. (1976a, 21 Haziran). Türk milletinin teşekkülü. *Devlet*, 346, 4.
- Erdem, B. (1976b, 19 Nisan). Ülkü yolunda. *Devlet*, 336, 3.
- Erdem, B. (1976c, 26 Temmuz). Ülkü yolunda. *Devlet*, 351, 4.
- Erdem, B. (1976d, 16 Ağustos). Ülkü yolunda. *Devlet*, 354, 4.
- Erdem, B. (1976e, 2 Ağustos). Ülkü yolunda. *Devlet*, 352, 4.
- Erdem, B. (1976f, 12 Temmuz). Ülkü yolunda. *Devlet*, 349, 4.
- Erdem, G. (1969a, 29 Eylül). Fikir partileri kötü imiş. *Devlet*, 26, 5.
- Erdem, G. (1969b, 10 Kasım). Manzara. *Devlet*, 32, 5.
- Erdem, G. (1969c, 19 Mayıs). Milliyetçiler ilmi semineri. *Devlet*, 7, 5.
- Erdem, G. (1969d, 15 Aralık). Ortak pazar ve kültür emperyalizmi. *Devlet*, 37, 5.
- Erdem, G. (1969e, 18 Ağustos). Ön seçim sohbeti. *Devlet*, 20, 5.
- Erdem, G. (1969f, 4 Ağustos). Siyasetçe konuşmak. *Devlet*, 18, 5.
- Erdem, G. (1969g, 28 Nisan). Yenilmişliğin acısı. *Devlet*, 4, 5.
- Erdem, G. (1969h, 14 Nisan). Yüz milyonluk Türkiye. *Devlet*, 2, 5.
- Erdem, G. (1969i, 25 Ağustos). Acı bir hikâye. *Devlet*, 21, 5.
- Erdem, G. (1970, 23 Kasım). İrtica, *Devlet*, 86, 11-12.
- Erdem, G. (1973a, 12 Kasım). Öcü!..”, *Devlet*, 210, 5.
- Erdem, G. (1973b, 3 Eylül). Ana davalar. *Devlet*, 200, 5.
- Erdem, G. (1973c, 24 Eylül). Sanayileşme davamız. *Devlet*, 203, 5.
- Erdem, G. (1973d, 17 Aralık). Zamanımızın İslamcılığı. *Devlet*, 215, 5.
- Erdem, G. (1974, 1 Temmuz). Cephe birliği ve ilk değerlendirme. *Devlet*, 243, 5.
- Erdem, G. (1975a, 14 Nisan). Ülkü mektupları. *Devlet*, 284, 5.
- Erdem, G. (1975b, 1 Eylül). Yeni keşifler. *Devlet*, 304, 5.
- Erdem, G. (2012). *Damla Damla Yaşadıklarım*. (E. Kılınç, Aktaran). Ötüken Yayınları.
- Ersan, V. (2014) *1970'lerde Türkiye solu*. İletişim Yayınları.
- Ertekin, O. (2017). Cumhuriyet döneminde Türkçülüğün çatallanan yolları. T. Bora ve M. Gültekinil (Ed.). *Milliyetçilik c. 4 içinde* (345-385). İletişim Yayınları.
- Gürgür, N. (2021). *Yüzyıldan yüzyıla*. Ötüken Yayınları.
- Güven, T. (2006). *İnsan gelecekte yaşar*. Bilge Oğuz Yayınları.
- Gökalp, Z. (1976). *Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- İbrahim metin ile Galip Erdem üzerine bir söyleşi (2018, 18 Aralık). 19 Ocak 2019 tarihinde <https://www.yeniufukdergisi.com/2018/12/18/ibrahim-metin-ile-galip-erdem-uzerine-bir-soylesi/> adresinden erişildi.
- Kaçmazoğlu, H. B. (2000). *Türkiye'de siyasal fikir hareketleri*. Birey Yayınları.
- Karadeniz, H. (1975). *Olaylı yıllar ve gençlik*. May Yayınları.
- Karpat, K. (2017). *Türk demokrasi tarihi*. Timaş Yayınları.
- Kerimoğlu, M. N. (1976, 15 Aralık) 1976'yı noktalarken!..., *Hasret*, 21, 6.
- Kösoğlu, N. (2010). *Galip Erdem*. Ötüken Yayınları.
- Küçükbrahimoğlu, O. N. (1977, 15 Mart). Gelin Kör Vicdanlılar, *Ülkücü Kadro*, 7, 7.
- Lewis, B. (2018). *Modern Türkiye'nin Doğuşu*. (B. Babür Turna, Çev.), Arkadaş Yayınları. (Orijinali 2002'de yayınlanmıştır).
- Landau, J.M. (1978). *Türkiye'de aşırı akımlar*. Doğan Yayınları.
- Mardin, Ş. (2006). *Türkiye'de toplum ve siyaset*. İletişim Yayınları.
- Marx, K. ve Engels F. (2013) *Komünist manifesto*. (Celal Üster-Nur Deriş, Çev.), Can Yayınları.
- Metin, İ. (1972a, 18 Eylül). Faşizm suçlaması (III). *Devlet*, 154, 12.
- Metin, İ. (1972b, 7 Ağustos). Faşizm suçlaması. *Devlet*, 151, 12.
- Metin, İ. (1972c, 18 Aralık). Faşizm suçlaması (VI). *Devlet*, 163, 12.
- Metin, İ. (1972d, 11 Aralık). İrkçilik suçlaması (V). *Devlet*, 162, 12.
- Metin, İ. (1973, 1 Ekim). Cumhuriyet Halk Partisi ve milliyetçilik. *Devlet*, 204, 12.

- Metin, İ. (1974, 15 Nisan). Tunceli olayları (3). *Devlet*, 232, 12.
- Metin, İ. (1975a, 29 Aralık). Kavga nasıl önlenir? (5). *Devlet*, 321, 12.
- Metin, İ. (1975b, 22 Eylül). Niçin döğüşüyorlar? *Devlet*, 307, 12.
- Metin, İ. (1975c, 13 Ekim). Niçin döğüşüyorlar? (5). *Devlet*, 310, 12.
- Metin, İ. (1975d, 17 Kasım). Niçin döğüşüyorlar? (9). *Devlet*, 315, 12.
- Metin, İ. (1976a, 16 Şubat). Kavga nasıl önlenir (12). *Devlet*, 328, 12.
- Metin, İ. (1976b, 15 Mart). Kavga nasıl önlenir (16). *Devlet*, 332, 12.
- Metin, İ. (2007). *Kendini hatırlamayan insan, ülkücülük nedir? ülkücü kimdir?* Türk Ocakları Ankara Şubesi Yayınları.
- Milli cephe üzerine (1970, 28 Eylül). *Devlet*, 78, 3.
- Nizam-ı Alem*, (1979, 12 Ekim). 2,1.
- Okan, A. (2015). *İsmi lazım değil*. Ötüken Yayınları.
- Oktay, O. (2013). *Kendini unutan adam*. Boyut Matbaacılık.
- Öğün, S. S. (1995). *Modernleşme, Milliyetçilik, Türkiye*. Bağlam Yayınları.
- Öğün, S. S. (2000). *Mukayeseli sosyal teori ve tarih bağlamında milliyetçilik*. Alfa Yayınları.
- Öğün, S. S. (2000). Türk milliyetçiliğinde hâkim millet kodunun dönüşümü. E. Kalaycıoğlu ve A. Yaşar Sarıbay (Ed.), *Türkiye'de politik değişim ve modernleşme içinde* (233). Alfa Yayınları.
- Öksüz, İ. (2007). *Ülkücülük, ülkücülük nedir? ülkücü kimdir?* Türk Ocakları Ankara Şubesi Yayınları.
- Özdağın, G.G. (2001). *Turan'dan Bozkurt'a*. İletişim Yayınları.
- Parla, T. (1993). *Ziya Gökalp, Kemalizm ve Türkiye'de korporatizm*. İletişim Yayınları.
- Propaganda (1971, 5 Nisan). *Devlet*, 105, 11.
- Saklı, A. R. (2011). Türkiye Cumhuriyeti ulus devleti ve milliyetçilik anlayışının uygunluğu sorunu, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 13(1), 1-22.
- Smith, A. (2013). Küresel bir çağda uluslar ve milliyetçilik. Anthony G. (Ed.), *Sosyoloji içinde* (261-269). Say Yayınları.
- Tezcan, N. (1997). *Atatürk'ün yazdığı yurttaşlık bilgileri*. Cumhuriyet Yayınları.
- Tanör, B. (2017). *Osmanlı-Türk anayasal gelişmeleri*. Yapı Kredi Yayınları.
- Tanrıöver, H. S. (1987). *Dağ yolu*. Cilt 2, Fethi Tevetoğlu (Haz.), Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Toprak, B. Türkiye'de dinin denetim işlevi, E. Kalaycıoğlu ve A. Yaşar Sarıbay (Ed.), *Türkiye'de politik değişim ve modernleşme içinde* (309-310). Alfa Yayınları.
- Türkdoğan, O. (1996). *Sosyal şiddet ve Türkiye gerçeği*. Timaş Yayınları.
- Türk Ocakları Genel Merkezi (2019). 20 Ocak 2019 tarihinde <https://www.turkocaklari.org.tr/genel-baskanlar-adresinden-erisildi>.
- Ülküdaşlarımız Hazırlanmalıdırlar... (1979, 20 Haziran). *Ülkü Ocağı*, 2,3.
- Ülkücü faaliyetlerden özetlersek (1973, 27 Ağustos). *Devlet*, 199, 11.
- Ülkücü faaliyetlerden özetlersek (1974a, 20 Mayıs). *Devlet*, 237, 11.
- Ülkücü faaliyetlerden özetlersek (1974b, 8 Temmuz). *Devlet*, 244, 11.
- Ülkü Ocakları 5. Kurultay'ından Notlar (1977, 31 Ocak). *Devlet*, 378, 3.
- Yeni Bedir Savaşı ve Cihada Çağrı (1978, Kasım). *Hasret*, 37, 3-12.
- Yaşlı, F. (2016). *Türkçü faşizmden "Türk-İslam ülküsü"ne*. Yordam Yayınları.
- Yaşlı, F. (2019). *Antikomünizm, ülkücü hareket, Türkiye*. Yordam Yayınları.
- Yazıcıoğlu, M. (1977, 1 Nisan). Gücümüzü İslam'dan Alıyoruz. *Hasret*, 24, 3.
- Yeni bir demokratik parti macerası, (1970, 28 Aralık). *Devlet*, 91, 3.
- Zeybek, N. K. (2014). *Siyaset yolu*. Doğan Kitap.

Etik kurul onayı

Kişisel veri kullanılmaması sebebi ile bu araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

1840 (H.1256) temettuat defterlerine göre Yörükân cemaatlerinin sosyo-ekonomik yapısı: Balya kazası örneği*

The socio-economic structure of the Yörükân congregations in accordance with temettuat registers of 1840 (H. 1256): Such as Balya district

Gönderim Tarihi / Received: 31.10.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 02.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1197384](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1197384)

Azize KARLI¹

Serap TOPRAK^{**2}

ÖZ: Temettuat defterleri, Tanzimat Döneminde Osmanlı Devleti'ndeki yerleşim birimlerinin sosyo-iktisadi yapısını ortaya koymasından dolayı büyük bir öneme sahiptir. Defterlerden ilgili yerin demografisi, mesleki yapısı, tarım ve hayvancılık faaliyetleri, yıllık gelirleri ve ödedikleri vergi gibi birçok bilgi elde etmek mümkündür. Çalışmada öncelikle, Balya Kazasında yaşayan Yörüklerin demografik yapıları içinde ailedeki erkeklerin yaşları, isimleri, aile adları ve unvanları istatistiksel olarak belirlenmesine ek olarak Yörüklerin fiziksel özellikleri Temettuat defterlerindeki verilere dayanarak bilimsel bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca araştırmada elde edilen veriler tablo ve grafiklerle desteklenmiştir. Bununla birlikte Balya Kazasındaki Yörüklerin 1840 yılı Temettuat Defterlerinde kayıtlı toplam mal varlıkları, meslekleri, iktisadi faaliyetleri tespit edilip ekonomik veriler ışığında değerlendirilmiştir. Bu çalışma, sosyal ve iktisadi tarih çalışmaları için önemli veriler içeren bir kaynak ortaya koymak, ayrıca Balya kazası ve bölge Yörükleri tarihine katkı sağlamak amacıyla yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yörükân Cemaatleri, Konargöçer, Temettuat Defteri, Balya Kazası

ABSTRACT: Temettuat notebooks are of great importance in terms of revealing the socio-economic structure of the settlements in the Ottoman Empire during the Tanzimat Period. It is possible to obtain a lot of information from the books, such as the demographics of the place concerned, the occupational structure, agricultural and livestock activities, annual income and taxes paid. In the study, in addition to the statistical determination of the ages, names, family names and titles of the men in the family within the demographic structures of the nomads living in the Balya District, the physical characteristics of them were discussed in a scientific way based on the data in the Temettuat notebooks. In addition, the data obtained in the research were supported by tables and graphics. In addition, the total assets, occupations and economic activities of the nomads in Balya District recorded in the Temettuat Registers of 1840 were determined and evaluations were made in the light of economic data. This study was carried out in order to present a source containing important data for social and economic history studies, and also to contribute to the history of Balya township and the region's nomads.

Keywords: Yörükân Congregation, Konargöçer, Temettuat Records, Balya District

* Bu çalışma Doç. Dr. Serap TOPRAK danışmanlığında Azize KARLI tarafından hazırlanan "1840 (H.1256) Tarihli Temettuat ve Nüfus Defterlerine Göre Balya Kazasına Bağlı Yörükân Cemaatlerinin Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapısı" isimli yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

¹ Tarih Bilim Uzmanı, Sosyal Bilimler Öğretmeni, Bandırma Ortaokulu, azizekarli4210@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8076-9877>

^{**} Sorumlu yazar/ Corresponding Author

² Doç. Dr., Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi/Tarih Bölümü/ Genel Türk Tarihi Anabilim Dalı, stoprak@bandirma.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-2064-8272>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

The Temettuat notebooks, which are part of the Ministry of Finance Income item ledgers, are owned by the T.C Presidency State Archives. They consist of nine catalogs and 17,747 notebooks, which were cataloged in 1988 (Kütükoğlu, 1995: 395). Many scientific studies have been conducted using the Temettuat notebooks. One of the initial studies is Tefvik Güran's article titled "Socio-Economic Characteristics of Ödemiş Town in the Mid-Nineteenth Century" published in 1985. Güran emphasized the significance of temettuat registers in revealing the economic and social characteristics of towns (Güran, 1985: 302). Mübahat Kütükoğlu is another important figure working in this field. In his 1995 study titled "Temettü Notebooks from Ottoman Social and Economic History Sources," he provided detailed information about the temettuat registers (Kütükoğlu, 1995: 395). Nuri Adıyeke's article from 2000, titled "Temettuat Counts and Examples of Regulations Regulating These Counts," addressed the problems encountered in writing temettuats for the purpose of economic arrangements (Adıyeke, 2000: 769–823). In Nahide Şimşir's work "Karesi Yoruks," the Yörük communities in the region were identified using archive sources (Şimşir, 2017: 17-25). Temettuat registers are important for providing information about the socio-economic characteristics of a region. In this study, data were obtained regarding the socio-economic and demographic structure of the Yörük congregation living in the Balya district in 1840 (H.1256). Based on the data, an attempt was made to determine the social and economic structures of the Yoruks living in the region.

Methodology

This study focuses on the socio-economic and demographic structure of the Yörük congregations living in the Balya district in 1840. Firstly, information about the Temettuat registers, which were initiated during the Tanzimat period in the Ottoman Empire, was provided. In this context, Temettuat notebooks belonging to the Yörük communities numbered 7233, 7237, and 7240 in the Temettuat Notebooks series in the Ministry of Finance Income item ledgers Notebooks in the Ottoman Archives of the Presidency of the State Archives of the Presidency of the Republic of Turkey were identified and requested. Next, the Temettuat records belonging to the Yörük congregations living in the region were requested from the Ottoman Archives. The data obtained from these records were transcribed and organized into tables using the Excel program. The information was then visualized for analysis and interpretation. The inductive method was employed to compare and evaluate the data belonging to the Yörük congregations. The results obtained from the inductive analysis were further evaluated using the deduction method, focusing on the household level. Initially, the estimated population of the Yörüks living in the region was calculated based on the number of male populations recorded in the books. Population numbers were then evaluated on a community basis to determine the population numbers of the Yörüks in each community. The individuals living in households, as recorded in the books along with the heads of the households, were examined in detail. The visual and typological features, such as height, beard, and mustache, were considered to gain insights into the events and characteristics of the Yörüks. Additionally, the information regarding the names, nicknames, and titles of the registered individuals' fathers was discussed to infer the social structure of the Yörüks. Furthermore, the economic structures of the Yörüks were revealed through the data obtained from the Temettuat records, particularly related to real estate and livestock information. The study also incorporated research and examination of published resources to supplement the findings

Findings and discussion

In the Temettuat registers of 1840 in the Balya district, a comprehensive recording of not only the heads of taxpayer households but also all the men residing in those households was observed, unlike the practice in the rest of the Ottoman Empire. This allowed for the identification and analysis of 11 distinct Yörük communities (Abacılar, Başımkızdı, Çepniyan, Davulcu, Kara Aşık, Kaşıkçı, Keserler, Köşeler, Kubaş(ı), Sultan, and Yerlü) and 433 households within the registers. The records in the registers were thoroughly examined, and the following findings were obtained. Among the identified households, it was noteworthy that 9 were headed by women. Despite having a youthful population, the Yörüks exhibited relatively short average life expectancy. Additionally, their physical characteristics were investigated, revealing that they had medium height, with men commonly sporting beards while

adults without beards typically grew mustaches. These typological features provided valuable insights into the appearance and physical traits of the Yörüks. The main economic activity of the Yörükân communities was found to revolve around animal husbandry, complemented by agricultural practices. Although the Temettuat records of the Yörükân congregations in 1840 did not document the taxes paid by these communities, the study aimed to explore the impact of their nomadic lifestyle on their demographic, social, and economic structures. Specifically, the study aimed to answer the following questions: What were the effects of the Yörüks' lifestyles in the Balya region on their demographic and social structures? How did their nomadic lifestyles influence their economic activities? Overall, the study shed light on the socio-economic and demographic characteristics of the Yörükân congregations in the Balya region based on the data obtained from the Temettuat registers. However, it should be noted that the absence of tax records and potential limitations of the registers may affect the generalizability of the findings. Further research on Temettuat records is encouraged to gain a more comprehensive understanding of the rich content these historical sources provide.

Results and recommendations

The study revealed that an estimated 2,165 Yörüks resided in the town of Balya, with the Kara Âşık community being the most populous Yörükân group. It was found that the Yörüks, who have a predominantly young population, have a relatively short average life expectancy. Additionally, the study identified their physical characteristics, indicating that they are of medium height, with men commonly sporting beards while adults without beards typically have mustaches. The Yörükân communities primarily rely on animal husbandry as their main source of livelihood, complemented by agricultural activities. Analysis of the data indicated that the Yörüks generally engage in agricultural practices to meet their household needs, as evidenced by the average of 6.05 decares of land per household and an average income of 88.66 kuruş per household. Furthermore, viticulture and olive cultivation were observed as additional agricultural pursuits to meet household requirements. Within the Yörükân communities, various types of animal husbandry were practiced, including bovine, ovine, burden-riding, and beekeeping. The study revealed an average of 11.93 animals per household, with goat breeding being particularly prevalent, accounting for 41.69 sheep and goats per household and a total of 18,053 animals. Horse breeding was also common among the Yörükân communities. Beekeeping activities were carried out at a level sufficient to meet household needs. One notable finding of the study is the irregular income distribution within the Yörükân communities. Despite their nomadic lifestyle, the Yörüks also engage in agricultural activities and have adopted a sedentary lifestyle. When comparing the average number of animals per household engaged in animal husbandry, which is their primary source of income, it becomes evident that the Yörüks have a higher level of animal husbandry activities compared to the settled population in the region. Another finding is that the average income per household in the Yörükân communities is higher than that of the settled population, as observed in similar villages (Demiraslan, 2009: 47, 60, 83).

It is important to note that while the Temettuat records from 1840 provide valuable insights, caution should be exercised in making general comments and inferences. This is due to the fact that not all individuals living in the region are recorded in the notebooks, and typos or other errors could potentially affect the nature of the results. Nevertheless, increasing research on Temettuat records, which are primary sources, is essential for better understanding and accurately reflecting the rich content within these records.

Giriş

Temettuat defterlerine göre Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerinin sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerini Temettuat sayımları ile birlikte değerlendirmek gerekir. Osmanlı Devleti İslam vergi hukukuna uygun bir şekilde örfi ve şer'î hukuku içerisine alan bir vergi sistemi oluşturmuştur (Aktan vd., 2002: 57). Devletin XVI. yüzyılın başlarından itibaren topraklarının genişlemesiyle birlikte tek bir vergi sistemini kullanmak mümkün olmamış, bu nedenle her bölgenin yapısı dikkate alınarak ayrı ayrı düzenlemeler yapılmıştır (Ünal, 2019: 158). Osmanlı Devleti, vergi ve asker toplamayı belirli bir düzene koyma (Tabakoğlu, 2016: 160), reyanın oturduğu yerleri, mallarını ve ürünlerine ait tüm kaynakların devlet tarafından bilinmesi gibi amaçlarla tahrir adı verilen bir sayım sistemi uygulamıştır (Karamık 2017: 8).

Osmanlı Devleti'nde toprak mülkiyeti vergilerin belirlenmesinde önemli bir ölçüttür. Topraklar devlete ait olmakla birlikte, halk ödemesi gereken verginin bir kısmını bizzat devlete öderken bir kısmını sipahi adı verilen görevlilere vermekteydi. Devletin sipahiler aracılığıyla vergi topladığı sisteme tımar adı verilmiştir (Kazıcı, 2019: 75). Bu sistemde devlet, hazineden önemli bir harcama yapmadan hem ülke çapında gücünü arttırmış hem de merkeze uzak bölgelerin düzenini sağlamıştır (Aydın, 2001: 67–68). Tımar sistemi XVI. yüzyılın sonlarından itibaren bozulmaya başlamış (Öner, 2005: 59), XVII. yüzyılın sonlarından itibaren devlet yeni tedbirler alarak tımar sistemini düzenlemek için girişimlerde bulunmuştur. Fakat bu girişimlerden hiçbirinin fayda sağlamayacağı görülünce sistemin tasfiyesi gündeme gelmiştir (İnalçık, 2012: 172).

XIX. yüzyılda devletin eski ekonomik yapısının değişmesiyle birlikte merkezîleşme süreci başlamış, bu süreçte tahrirlerin yerini alan nüfus sayımları ile (Ortaylı, 2007: 105) vergilerin adil olarak toplanabilmesi için kapsamlı emlak sayımları da yapılmıştır (Afyoncu 2015: 65). XIX. yüzyılda devletin kurumlarında bozulmalar meydana gelmiş, özellikle mali alandaki bozulmaların düzeltilmesi, vergi adaletsizliğinin giderilmesi amacıyla ıslahatlar yapılmıştır (Bozkurt, 2003: 11). Tanzimat Fermanı'nın ilanından sonra vilayetlere gönderilen bir fermanla vergide adaletsizliğin giderilmesi amacıyla herkesin mal, arazi, hayvan ve gelirleri yazılarak servetleri oranında vergilerinin belirlenmesi kararlaştırılmıştır (Sayın, 1999: 350). Bu amaçlarla Osmanlı Devleti'nde taşra idaresi üzerinde çalışmalara imkân tanıyan ve hane reislerinin gelirlerinin kaydedildiği Temettuat adı verilen defterler tutulmuştur (Bozkurt, 2003: 17). Temettu “kar etme, kazanma, kar ve fayda” anlamlarına gelmektedir (Develioğlu, 2017: 1251).

Maliye Nezareti tarafından sancak düzeyinde belirlenen vergiler, kazalar arasında paylaştırılmıştır. Kasaba ve köylerin payları belirlenerek istenilen miktar haneler arasında kişilerin kazancına göre paylaştırılarak bir defter halinde kaza merkezine gönderilmiştir. Temettuat sayımlarıyla belirlenen yeni vergi sisteminde vergiler, kişilerin kazançlarına göre planlanmıştır. Bu amaçla vergiye tabi olan hane reisinin adı, gelir kaynağı, yıllık geliri ve bu gelire göre belirlenen vergi miktarı defterlere kaydedilmiştir (Tabakoğlu, 2016: 683).

Temettuat defterlerinde; vergi ödemekle yükümlü hane reislerinin isimleri, lakap ve unvanları, tipolojik özellikleri ile varsa meslekleri de kayıt altına alınmıştır. Defterlerde hane reislerinin emlak, hayvanat ve gayrimenkulleri kuruş kıymetleri ile birlikte kaydedilmiştir. Böylece bölgelerde yetiştirilen hayvanlarla bunlardan elde edilen kazancın tespiti yapılabilmektedir. Kişilere ait tüm gelirlerin kaydedildiği Temettuat defterleri, kişilerin gelirinin toplam gelir içindeki paylarını tespit etmekte, böylece bir bölgenin tüm ekonomik girdilerini göstermektedir. Defterlerde son olarak kişilere ait kazançlar ayrı ayrı belirtilerek toplamları yer almaktadır (Kütükoğlu, 1995: 398, 402, 409–410).

Kişilere ait emlak ve hayvanat ile yıllık kazançlarından binde hesabıyla alınan, Temettuat sayımları sonucunda belirlenen vergi (Demirkol, 2014: 141) Muhassıl adı verilen devlet görevlileri tarafından toplanmıştır (Çadırcı, 1997: 209). Muhassıllar, devlet tarafından verilen talimatları halka açıklamak ve bölgenin durumuna göre tespit ettiği vergileri toplamakla yükümlüdür (Ortaylı, 2020: 34). Ayrıca bölgede yerleştirilmiş olan cemaat ve aşiretleri denetlediği gibi bu aşiretlere verilen cezaları uygulamak da görevleri arasındadır (Demir vd., 2019: 80). 1840 yılında başlanan emlak ve mal sayımları, muhassılların bilgisiz olması, ulaşımda yaşanan zorluklar ve vergi vermek istemeyen kişilerin çıkardığı zorluklar nedeniyle başarıya ulaşamamıştır (Çadırcı, 1997: 209–210).

Sosyal ve iktisadi tarih araştırmalarında birinci el kaynak niteliğinde olan Temettuat ve nüfus defterleri, Osmanlı Devleti'nde önce konargöçer yaşayan sonra da iskân politikasıyla yerleşik yaşama geçen Yörükler hakkında da önemli bilgiler vermektedir. Özellikle XIX. yüzyıl ortalarında Yörüklerin Osmanlı arşiv belgelerinde kayıtlarının yer almaya başlamasıyla birlikte onların sosyal ve iktisadi yaşamları yanında yaylak ve kışlak hayatları hakkında ayrıntılı bilgiler yer almıştır. Sosyal bilimlerde olduğu gibi tarih alanında da genel konuları inceleyebilmek için hususi konularda verilere dayalı analizler, çalışma konusunu tüm yönleriyle değerlendirmek açısından önemlidir. Osmanlı Devleti'ndeki konargöçer grupları değerlendirebilmek, onların iktisadi ve sosyal özelliklerini ortaya koyabilmek için, öncelikle hususi adlarla bilinen ve belirli bölgelerde yaşayan konargöçer gruplar üzerinde genellemeye gidecek ölçüde araştırmaların yapılması gerekmektedir. Bu noktadan hareketle yapılan bu çalışma, Hüdavendigâr eyaletinin Karesi sancağına bağlı, Balya kazasında yaşayan Yörükân cemaatlerinin XIX. yüzyıl ortalarında sosyo-ekonomik ve demografik durumunu, kaynakların elverdiği ölçüde ortaya çıkararak hem bölge hem de Yörükân cemaatleri hakkında değerlendirme yapma imkânı sağlamaktadır.

Günümüzde Balıkesir iline bağlı Balya ilçesinde 1840 yılında kayıt altına alınan Yörükân cemaatleri, konargöçer bir yaşam tarzı benimsemelerinden dolayı yerleşik halk gibi belirli bir bölgede kayıt altına alınmamıştır. Yazın yaylaklara kışın ise kışlaklara giden Yörüklerin 15 yerleşim bölgesinin yakınlarında yaşadıkları tespit edilmiştir. Buna göre Abacılar cemaati Kırmızı karye yakınlarında, Başımkızdı cemaati İskenderli karyesi yakınlarında, Çepniyan tائفesi Kocaili karyesi yakınlarında, Davulcu cemaati Haydarobası karyesi yakınlarında kaydedilmiştir. Balya kazasının farklı bölgelerinde kaydedilen Kara Aşık cemaati ise Akbaş, Avşar-ı Sagır, Boynanlar, Müstecab ve Bengiler, Yaylacık karyelerinin yakınlarında kaydedilmiştir. Kaşıkçı cemaati Avcılar ve Osmanlar karyesi yakınlarında kaydedilirken Keserler cemaati Maden karyesi yakınlarında kayıt altına alınmıştır. Köseler cemaati Akbaş ve Aravacık karyesi; Kubaş(1)³ (Su, 1938: 51, Halaçoğlu, 2020: 1527–1528) cemaati Osmanlar karyesi, Sultan cemaati Ilıca karyesi ve Yerlü cemaati Haydarobası karyesi yakınlarında kaydedilmiştir (BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07233, BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07237, BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07240). Bu karyelerin yakınlarında Yörüklerin yaylaklarında mı yoksa kışlaklarında mı kayıt altına alındıklarına dair bir bilgi bulunmamaktadır. Defterler incelendiğinde, Yörükân cemaatlerinin hangi obaya bağlı oldukları, hangi karyeye yakın yaşadıkları, cemaatlerin isimleri ile varsa buldukları mahalleler ayrıntılı bir şekilde defterlerin başlığında yer almaktadır.⁴

Literatür taraması

Maliye Nezareti Varidat Kalemi defterlerinden olan Temettuat defterleri T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığında bulunmaktadır. 1988 yılında katalog haline getirilen, dokuz katalog ve 17.747 defterden oluşmaktadır (Kütükoğlu, 1995: 395). Temettuat defterlerinden yararlanılarak birçok bilimsel çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların ilki Tevfik Güran tarafından yazılan 1985 yılına ait "On Dokuzuncu Yüzyıl Ortalarında Ödemiş Kasabası'nın Sosyo-Ekonomik Özellikleri" başlıklı makaledir. Güran makalesinde kasabaların ekonomik ve sosyal özelliklerinin ortaya konulmasında temettuat defterlerinin önemine dikkat çekmiştir (Güran, 1985: 302). Bu alanda çalışma yapan önemli isimlerden bir diğeri ise Mübahat Kütükoğlu'dur. "Osmanlı Sosyal ve İktisadi Tarihi Kaynaklarından Temettü Defterleri" isimli 1995 yılında yaptığı çalışmada temettuat defterleri hakkında ayrıntılı bilgiler vermiştir (Kütükoğlu, 1995: 395). Nuri Adıyeke tarafından 2000 yılında yazılan "Temettuat Sayımları ve Bu Sayımları Düzenleyen Nizamname Örnekleri" isimli makalede ekonomik düzenlemelerin yapılması amacıyla yapılan temettuat yazımları sırasında karşılaşılan problemlerden bahsedilmiştir. (Adıyeke, 2000: 769–823). Nahide Şimşir tarafından yapılan "Karesi Yörükleri" isimli çalışmada ise, arşiv kaynaklarından yararlanılarak bölgede bulunan Yörükân cemaatleri tespit edilmiştir (Şimşir, 2017: 17-25). Temettuat defterleri bir bölgenin sosyo-ekonomik özellikleri hakkında bilgi vermesi açısından önemlidir. Çalışmada 1840 (H.1256) yılında Balya kazasına bağlı olarak yaşayan Yörükân cemaatlerinin sosyo-ekonomik ve demografik yapısıyla ilgili veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda bölgede yaşayan Yörüklerin sosyal ve ekonomik yapılarıyla ilgili tespitler yapılmaya çalışılmıştır.

³ Osmanlar yakınlarında bulunan Monla Hüseyin obasına bağlı Yörükân cemaati, defterlerde Kubaş olarak kaydedilmiştir. Fakat kaynaklarda Kubaş yazıldığı için çalışmada Kubaş(1) olarak gösterilmiştir.

⁴ Balya kazasının Temettuat Defterleri arşivde H.1261/ M.1845 yılı olarak kaydedilmiştir. Fakat defterlerin içeriği ve özelliği H.1256/M.1840 yılına aittir.

Yöntem

1840 yılında Balya kazasına bağlı yaşayan Yörükân cemaatlerinin sosyo-ekonomik ve demografik yapısını konu alan bu çalışmada öncelikle Osmanlı Devleti'nde Tanzimat döneminde tutulmaya başlanan Temettuat defterleri hakkında bilgi verilmiştir. Bu kapsamda, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi'ndeki Maliye Nezareti Varidat Kalemi Defterleri içerisinde Temettuat Defterleri serisinde bulunan 7233, 7237 ve 7240 numaralı Yörükân cemaatlerine ait Temettuat defterleri tespit edilerek talep edilmiştir. Transkript işlemi yapılarak elde edilen veriler doğrultusunda Excel programında tablolar oluşturulmuş, bilgiler görsel hale getirilmiştir. Tümevarım yöntemi kullanılarak Yörükân cemaatlerine ait veriler kıyaslanarak değerlendirilmiş, ardından tümdengelim yöntemiyle elde edilen sonuçlar haneler bazında değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak defterlerde kayıt altına alınan erkek nüfus sayısından yola çıkılarak bölgede yaşayan Yörüklerin tahmini nüfusu hesaplanmıştır. Nüfus sayıları cemaatler bazında değerlendirilmiş böylece bölgede yaşayan Yörüklerin mensup oldukları cemaatlerin nüfus sayıları ortaya çıkarılmıştır. Ardından defterlerde hane reisleri ile birlikte kayıt altına alınan hanede yaşayan kişiler ele alınmıştır. Boy özellikleri ile sakal ve bıyıklarına göre oluşturulan tablolara tipolojik özellikleri ortaya konulan Yörüklerde, defterlerde yer alan yaşlardan yola çıkılarak nüfus yapıları belirlenmiştir. Ayrıca hanelere kaydedilen kişilerin baba adları, lakap ve unvanları ile ilgili bilgiler ele alınarak Yörüklerin sosyal yapısı hakkında çıkarımlara ulaşılmıştır. Temettuat defterlerinde kayıt altına alınan emlak ve hayvan bilgilerinden elde edilen veriler doğrultusunda Yörüklerin ekonomik yapıları ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca çalışmada tetkik ve inceleme eserlerden faydalanılmıştır.

Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerinin sosyal ve demografik yapısı

1840 yılında yapılan sayımlar sonucunda oluşturulan Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerine ait Temettuat Defterleri, o yıllardaki nüfusun durumunu, hanede yaşayan erkeklerin aile adlarının, unvanlarının ve yaşlarının tespit edilmesini sağlayarak Yörükân cemaatlerinin sosyal yapısının ortaya konulmasına imkân tanımıştır. Defterlerde erkek hanelerinin yanı sıra hanede erkek olmadığı durumlarda defterlerin sonunda ayrı bir sayfada kadın haneleri de kayıt altına alınmıştır.

Tablo 1: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlerin hane sayıları ve erkek nüfusu

Mensup Oldukları Cemaatler	Hane Sayısı	Toplam Nüfus	Tahmini Nüfus
Abacılar	16	38	80
Başımkızdı	13	38	65
Çepniyan	7	20	35
Davulcu	22	47	110
Kara Âşık	139	302	695
Kaşıkçı	42	77	210
Keserler	92	238	460
Köseler	29	63	145
Kubaş(ı)	14	22	70
Sultan	56	150	280
Yerlü	3	11	15
Toplam	433	1.006	2.165

Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerinde, kadın haneleri de dâhil olmak üzere 433 hanede toplam 1.006 kişi tespit edilmiştir. Ömer Lütfi Barkan'a göre; defterlerde haneden hareketle, ailedeki toplam nüfusu hesaplamak için kullanılması gereken kat sayı 5'tir (Koç, 2013: 177). Bu yöntemle yapılan hesaplamada bölgede yaşayan Yörüklerin tahmini nüfusunun 2.165 olduğu görülmektedir. Balya kazasının muhtelif yerlerinde yaşayan Yörükân cemaatleri içinde en kalabalık olanı Kara Âşık Yörükân cemaatidir. Hane ve nüfus sayısı bakımından az olan cemaatler tek bir yerleşim bölgesinde bulunan cemaatlerdir. Nüfus sayıları hane sayılarıyla orantılıdır.

Tablo 2: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre hanelere kaydedilen kişiler

Mensup Oldukları Cemaatler	Hane Reisi	Oğul	Üvey Oğul	Hafidi (Torun)	Karıdaş (Kardeş)	Yeğen	Çobanı
Abacılar	16	22	-	-	1	-	-
Başımkızdı	13	20	-	-	6	-	-
Çepniyan	7	7	-	-	7	-	-
Davulcu	22	19	4	-	10	-	-
Kara Âşık	139	132	4	6	47	-	-
Kaşıkcı	42	34	-	-	7	-	-
Keserler	92	127	4	5	24	1	-
Köseler	29	29	-	4	6	-	-
Kubaş(ı)	14	8	-	-	3	-	-
Sultan	56	87	1	3	4	1	3
Yerlü	3	7	1	-	-	-	-
Toplam	433	492	14	18	115	2	3

Balya kazasında tutulan Temettuat defterlerinde sadece hane reisleri değil onların çatıları altında yaşayan erkek çocuklar, üvey oğul, torun, kardeş, üvey kardeş, yeğen, çoban, damat ve kayın olarak da kişilerin kaydedildiği görülmektedir. Hane reisleri dışındaki kişilere ait bilgilerin defterlerde ayrıntılı bir şekilde yer alması, bölgede yaşayan Yörüklerin sosyal ve demografik yapılarıyla ilgili daha fazla bilgi sahibi olmamıza olanak sağlamaktadır. Hanelerde yaşayan kişiler içinde en kalabalık grup 492 kişi ile oğlan çocuklarıdır. Bunu 115 kişiyle kardeşler izlemektedir. Balya bölgesinde yaşayan Yörüklerin erkek çocuklarını evlerinden ayırmadıkları, evlenseler bile genelde babalarının hanelerinin altında küçük bir aile oluşturdukları görülmektedir. Geleneksel aile yapısının görüldüğü dönemlerde, insan gücünün öneminin büyük olması bu geleneğin Balya kazasındaki Yörükân cemaatlerinde de görülmesine neden olmuştur.

Yörükân cemaatlerinin tipolojik yapısı

Tipolojik bilgiler, bölgelerin sosyal ve demografik yapısını ortaya koyması açısından önemlidir. Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerinin Temettuat Defterleri'nde hane reisleri ile birlikte hanede yaşayan erkeklerin isimleri ve lakaplarının yanı sıra eşkâlleri de ayrıntılı bir şekilde yazılmıştır. Kişiler tarif edilirken “uzun boylu, orta boylu” gibi fiziksel özelliklerinin yanı sıra varsa sakal ve bıyıklarının şekilleri ve renkleri de kaydedilmiştir. Dönemin şartları düşünüldüğünde kişilere ait tipolojik özelliklerin bu şekilde ayrıntılı olarak kayıt altına alınarak eşkâllerinin belirlenmesi, günümüzdeki fotoğraf işlevini yerine getirmesi açısından önemlidir. Defterlerde kadınların fiziksel özelliklerine yer verilmemiştir. Bu durumun İslam dinine göre mahrem sayılan kadınların fiziksel özellikleri ile Temettuat defterlerine kaydedilmesinin doğru bulunmamış olmasından kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Tablo 3: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre sakal ve bıyık özellikleri

Yörükân Cemaatleri	Hane Reisi Sayısı
Ak Sakallı	29
Kara Sakallı	74
Kumral Sakallı	66
Köse Sakallı	32
Kır Sakallı	74

Sarı Sakallı	33
Sarı Bıyıklı	17
Kara Bıyıklı	12
Kumral Bıyıklı	9
Ter Bıyıklı	42
Şabbı-ı Emred	15
Toplam	403

Tablo 3'teki verilere göre Balya kazasında yaşayan Yörüklerin % 76,42'si sakallı, %19,85'i ise bıyıklıdır. İslam coğrafyasında birçok toplumda gelenek olan sakalın, bilgelik ve saygınlık gibi olumlu nitelikleri temsil etmesinin yanı sıra Hz. Muhammed'in sakal bırakmayı yaratılışa uygun sayması ve sakal bırakması, Müslümanlar arasında bu geleneğin yaygın olmasına neden olmuştur (Yalçın, 2009: 1). Yörük cemaatlerinde sakal bırakma geleneğinin yaygın olmasındaki en büyük etken İslam dininin bir geleneği olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda bu durum din unsurunun Yörüklerin yaşayışlarını şekillendiren bir etken olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Yörük cemaatlerinin boy özellikleri

Balya kazasına bağlı Yörük cemaatlerine ait Temettuat Defterlerinde kişilerin boyları "uzun ve orta" olarak iki şekilde kaydedilmiştir. Kısa boylu tanımlamasının kullanılmaması bu kategorideki kişilerin orta boylulara dâhil edildiği ihtimalini güçlendirmektedir.

Tablo 4: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre boy özellikleri

Mensup Oldukları Cemaatler	Uzun Boylu	Orta Boylu
Abacılar	8	8
Başmızdı	5	8
Çepniyan	2	5
Davulcu	7	11
Kara Âşık	39	82
Kaşıkcı	14	26
Keserler	34	52
Köseler	10	14
Kubaş(ı)	7	6
Sultan	30	26
Yerlü	1	2
Toplam	157	240

Balya kazasında yaşayan Yörükler genel olarak orta boyludur. Bu durum genetik özellikleri ve yaşam şartlarının zorluğundan kaynaklandığı gibi beslenme çeşitlerinin aynı olmasından da kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca Yörüklerde cemaat içi akraba evliliklerinin yaygın olması boy özelliklerini etkileyen unsurlardan biridir. Eldeki verilerin yetersizliğinden dolayı orta boylu olarak tanımlanan kişilerin metrik anlamda neyi ifade ettiği kesin olarak bilinmemektedir.

Yörük cemaatlerinin yaş özellikleri

Balya kazasına bağlı Yörük cemaatlerine ait Temettuat defterlerinde 997 kişinin yaşı tespit edilmekle birlikte kadın haneleri dışında yaşı belirtilmeyen kişilerin olmadığı görülmektedir (BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07233, BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07237, BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07240).

Tablo 5: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre yaş özellikleri

Mensup Oldukları Cemaatler	1/4	5/14	15/24	25/34	35/44	45/54	55/64	65+	Toplam
Abacılar	7	10	5	6	3	1	5	1	38
Başmızı	5	7	13	5	5	1	2	-	38
Çepniyan	4	4	5	2	4	1	-	-	20
Davulcu	6	18	9	8	3	1	1	-	46
Kara Âşık	60	83	47	44	29	19	6	10	298
Kaşıkçı	17	14	10	14	13	4	1	4	77
Keserler	33	72	41	33	25	15	11	7	237
Köseler	11	18	13	3	7	4	5	1	62
Kubaş(ı)	5	3	3	6	2	1	2	-	22
Sultan	44	28	22	15	23	9	4	5	150
Yerlü	3	3	2	-	1	1	1	-	11
Toplam	195	260	170	136	115	57	38	28	997

Bölgede yaşayan Yörüklerin 1840 yılı ortanca yaşı 15 (tuik.gov.tr, 12.04.2022)⁵, Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Türkiye'nin 2021 yılı ortanca yaşı ise 33,1'dir (tuik.gov.tr, 12.04.2022). Bu durum bölgedeki Yörükân cemaatlerinin genç bir nüfusa sahip olduğunu göstermektedir. Ekonomik faaliyetlerinin iş gücüne dayandığı dönemin şartları düşünüldüğünde, genç nüfusa sahip olmaları ekonomik faaliyetlerin devamını sağlama açısından önemlidir. Nüfusun genç bir yapıya sahip olması, doğum oranının yüksek olduğu anlamına gelirken yaşlı nüfusun az olması ortalama yaşam sürelerinin kısa olduğunu göstermektedir. Konargöçer bir hayat yaşayan Yörüklerin yaş ortalamasının düşük olması yaşam şartlarının zorluğuyla ilişkilendirilebilir.

Bölgede yaşayan Yörükler içerisinde en yüksek yaş olan 95, Keserler cemaatine kayıtlı 2 kişide tespit edilmiştir. En düşük yaş olan 1 ise birden çok hanede bulunmaktadır. Bağımlı nüfus olarak tanımlanabilecek 1–14 yaş ile 65 yaş ve üstü toplam nüfusun % 48'ini oluşturmaktadır. Faal nüfus olarak tanımlanan kısımda ise nüfusun % 52'si yer almaktadır. Demografik araştırmalara göre 0–14 yaş grubunun toplam nüfus içindeki oranı % 20 civarında ise nüfus gerileme eğilimi göstermektedir. Eğer bu oran % 26,5 civarında ise sabit kalma, % 40 civarlarında ise artma eğilimindedir (Güran, 2019:209). Yörükân cemaatlerinin yaş yapısı incelendiğinde 0–14 yaş grubunun nüfusun % 46'sını oluşturması nüfuslarının artma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Yörükân cemaatlerinin kişi adları, sülale adları, unvan ve lakapları

Temettuat defterlerinde, isim olarak öncelikle hanenin reisi kaydedilmiştir. İsimler genellikle şahısların babalarının adları ile birlikte yazılmıştır. Kişi isimlerinin bu şekilde kaydedilmesi, soylarına ait bilgilere ulaşmayı mümkün kılmaktadır. İsimler belirli bir sıra gözetilerek yazılmıştır. Şahısların tanımı yapıldıktan sonra önce kişi adı yazılıp, ardından babalarının isimleri kaydedilmiştir. Kişi adı ile baba adını birleştirici sözcük olarak Bin (oğul) kelimesi kullanılmıştır. Defterlerde çoğunlukla oğul kelimesi kullanılmasına rağmen “karındaşı, karındaşı oğlu, üvey karındaşı, üvey oğlu, torunu, damadı, çobanı, kayını, yeğeni” gibi ifadelerin de sık olmamakla birlikte kişinin durumuna göre kullanıldığı görülmüştür. Arka arkaya yazılan hanelerin birbiri ile akraba olma olasılığı olsa da, bu akrabalığı ispatlayacak herhangi bir sülale adı bulunmamaktadır. Bu nedenle gerçekten akraba olan insanların aynı hanede yaşadığı düşünülmektedir.

Yörükân cemaatlerinde kayıtlı 998 isim bulunmaktadır. Bu isimlerden 1 tanesi kadın ismidir. (Kara Âşık Yörükân cemaatine kayıtlı Meryem Hatun) (BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07237: 27). 52 farklı isim tespit

⁵ Ortanca yaş, yeni doğan bebekten en yaşlıya kadar nüfusu oluşturan kişilerin yaşları küçükten büyüğe doğru sıralandığında ortada kalan kişinin yaşıdır.

edilmekle birlikte bu isimlerden 16'sı tek kişinin kullandığı isimlerdir. Kişiler genellikle tek isim kullanmakla birlikte tüm kişiler içinde iki isim kullanan 5 kişi tespit edilmiştir (Mehmet Ali, Emir Hasan, Mehmet Emin). Tek kişinin kullandığı isimler: Ayvaz, Cuma, Emir Hasan, Abdülkerim, Orhan, Abdi, Cafer, Duran, Abdurrahman, Davud, Durmuş, İdris, Musli, Fazlı, Bayram, Feyzullah'tır.

Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerine ait Temettuat Defterleri'nde kişilerin sülale adları, unvan ve lakapları da yer almıştır. Yörüklerde 144 kişi lakap ve unvanlarıyla kaydedilmiştir. Lakap ve unvanlardan 3'ü kadın hanelerine aittir. Yörükân cemaatlerinde kullanılan sülale adları, unvan ve lakaplara bakıldığında; aile büyüğünü, meslek gruplarını, dini nüfusu, fiziksel özellikleri ve etnik kökeni ifade eder nitelikte olduğu görülmektedir. Örneğin Yekçeşm, Topal, Kara, Boz, Bodur, Çolak, Koca, Köse, Küçük, Uzun ve Deli fiziksel ve zihinsel özellikleri belirtmek için kullanılırken Mehmedoğlu, Bekiroğlu ve Velioglu gibi isimler aile büyüğünü ifade etmek için kullanılmıştır. El-Hac, Hacı, Monla, Molla, Derviş ve İmam ile başlayan unvanlar da mevcuttur. Bu isimler hac görevini yerine getirmiş kişiler için kullanıldığı gibi saygınlık belirten ifadeler olarak da kullanılmıştır. Ayrıca unvanlar içerisinde Katırcı, İmam, Çoban, Ferik ve Hekim/Hâkim gibi meslek gruplarının da yer aldığı görülmektedir.

Tablo 6: Yörüklerde mensup oldukları cemaatlere göre yaygın olan kişi adları

Mensup Oldukları Cemaatler	Ahmet	Ali	Halil	Hasan	Hüseyin	İbrahim	İsmail	Mehmet	Mustafa	Osman
Abacılar	3	4	2	-	2	4	4	8	5	1
Başmıkızdı	4	2	1	-	2	5	6	5	6	-
Çepniyan	2	4	1	-	-	-	-	2	2	-
Davulcu	1	2	4	7	1	5	4	8	6	2
Kara Âşık	14	15	21	16	21	18	8	43	31	15
Kaşıkcı	9	3	3	6	7	6	6	9	10	2
Keserler	12	25	13	19	14	11	12	35	24	14
Köseler	2	6	4	4	4	7	1	10	6	2
Kubaş(t)	-	1	-	1	2	1	1	1	3	-
Sultan	5	6	11	4	7	6	3	19	16	9
Yerlü	-	-	1	-	1	1	1	2	2	1
Toplam	52	68	61	57	61	64	46	142	111	46

Osmanlı Devleti'nde çocuklara isim verilirken din unsurunun etkili olduğu görülmektedir. Özellikle Hz. Muhammed'in, diğer peygamberlerin ve halifelerin isimlerinin kullanılmış olması halkın İslam geleneklerine bağlı olduğunu göstermektedir. Yörükân cemaatlerinde en çok kullanılan isimler olan Mehmet (142) ve Mustafa (111), Hz. Muhammed'in isimleri olmakla birlikte Yörükân cemaatlerinin tümünde kullanılan ortak isimlerdir. Kişi isimlerinde dikkat çeken bir diğer özellik aynı isme sahip baba ve oğulların olmasıdır. Babası doğumdan önce ölen kişilere, gelenek olarak baba ismi verilse de babasıyla aynı isme sahip tüm kişilerin yetim olduğuna dair genelleme yapılamaz.

Balya kazasında bulunan Yörükân cemaatlerindeki isimler incelendiğinde, genel olarak Arapça kökenli isimler olduğu görülmektedir. Bu durum Müslüman olan Yörüklerin, Kuran-ı Kerim'de geçen isimleri tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca yeni doğan çocuklara, genelde baba ve dede isimlerinin verilmesi geleneğinden dolayı isim çeşitliliği belirli isimler etrafında yoğunlaşmıştır.

Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerinin iktisadi yapısı

Yörüklerde ekonominin temeli hayvancılığa dayanmaktadır. Konargöçer bir yaşam tarzı benimsemiş olmalarından dolayı küçükbaş hayvancılık daha yaygın yapılmakla birlikte, büyükbaş hayvancılık ve arıcılık faaliyetleriyle de uğraştıkları görülmektedir. Yaylak ve kışlakları arasında mesafenin az olması hayvancılığın yanı sıra tarımın da önemli bir ekonomik faaliyet olarak sürdürülmesini sağlamıştır. Yaylak ve kışlaklarının yakın olmasından dolayı tarım arazileriyle bağlantılarını koparmamışlar, yaylaklara gittikleri zaman bekçiler aracılığıyla ürünlerinin korunmasını sağlamışlardır (Gülten, 2016: 102–103).

Tarım

Temettuat sayımlarında hane reislerinin sahip oldukları emlak bilgileri ayrıntılı bir şekilde kaydedilmiştir. Yörükân cemaatlerinin Temettuat Defterleri incelendiğinde, hane sahiplerinin tarla ve bağ gibi arazilerinin dönümü, arazilerin bir dönümünün değeri ile altında toplam kıymetleri verilmiştir. Fakat tarlalarda ekili ürünlerin cinsi ve ekili olup olmadığıyla ilgili herhangi bir bilgiye rastlanılmamaktadır. Hanelere kayıtlı olan emlaklarda tarla, bağ, zeytin ağacı ve değirmen yer almaktadır. Bunun yanı sıra hanelere ait emlak, hayvanat, Temettuat ve toplam kıymetlerin de ayrı ayrı kaydedildiği görülmektedir.

Tarla

Tablo 7: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre tarla dönümleri ve gelirleri (Kuruş)

Mensup Oldukları Cemaatler	Hane Sayısı	Tarla Dönüm	Ortalama Tarla Dönüm	Tarla Gelir Kuruşu	Ortalama Tarla Geliri
Abacılar	16	42	2,62	630	39,37
Başımkızdı	13	5	0,38	75	5,76
Davulcu	22	128	5,81	1.920	87,27
Kara Âşık	139	617	4,43	8.210	59,06
Kaşıkcı	42	134	3,19	2.085	46,64
Keserler	92	877	9,53	13.410	149
Köseler	29	184,5	6,36	2.767,5	95,43
Kubaş(ı)	14	74,5	5,32	1.117,5	79,82
Sultan	56	472,5	8,43	7.247,5	129,41
Yerlü	3	20	6,66	305	10,66
Toplam	426	2.554,5	5,99	37.767,5	88,66

Toplam 2.554,5 dönüm tarlaya, toplamda 37.767,5 kuruş tarla gelirinə sahip Yörükân cemaatlerinde kayıtlı 1 dönüm tarlanın 15 kuruş değeri olduğu görülmektedir. Yörüklerin kışlaklarında tarım faaliyetlerini gerçekleştirdikleri düşünüldüğünde buldukları kışlakların tarıma elverişli düzlükte arazi yapısına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tarla dönümü, ortalama tarla dönümü, tarlalardan elde edilen gelir kuruşu ve bu gelirin hane başına düşen ortalamasında ilk sırada yer alan cemaatin Keserler cemaati olduğu görülmektedir. Bu durumda Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatleri içinde Keserler cemaatinde tarım yaygın olmakla birlikte ekonomik kazanç elde etmek için yapılan bir faaliyettir. Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre, ortalama hane başına 5,99 dönüm tarla düşmektedir. Keserler (9,53 dönüm), Sultan (8,43 dönüm), Yerlü (6,66 dönüm) ve Köşeler (6,36 dönüm) cemaatleri bu ortalamanın üstünde tarla dönümüne sahiptir. Yörükân cemaatlerinde hane başına düşen ortalama tarla kuruş kıymeti 88,66 kuruştur. Keserler cemaatinde ise hane başına düşen ortalama tarla kuruşuna bakıldığında 149 kuruş olduğu görülmektedir. Ortalamanın nerdeyse iki katı tarla kuruş kıymetine sahip olan bu Yörükân cemaatinin tarla

verimliliğinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum Sultan ve Köşeler cemaatleri için de geçerlidir. En az tarla dönümü (0,38 dönüm) ve ortalama tarla kuruş kıymetine (5,76 kuruş) sahip Başımkızdı cemaati ise hane ihtiyaçlarını karşılayacak büyüklükte araziye sahip olmadığı için tarım ürünü ihtiyaçlarını satın alarak ya da değiş tokuşla karşılama ihtimali yüksektir. Balya kazasına bağlı Yörükkan cemaatleri içinde Çepniyan taifesinde kayıtlı tarla dönümü bulunmamaktadır. Bu cemaate ait defter incelendiğinde hanelere kayıtlı hayvanların olması temel geçim kaynaklarının hayvancılık olduğunu göstermektedir.

Bağcılık

XIX. yüzyılda üzüm üretiminin ve bağcılığın Anadolu'da çok yaygın olduğu ve birçok bölgede yetiştirilen meyveler arasında ön planda olduğu söylenebilir. Üzümün yaş olarak tüketilmesinin yanı sıra, daha çok kurutularak kışlık yiyecek olarak kullanılması, ayrıca kaynatılarak pekmez, sirke ve pestil gibi ürünlerin yapılmasından dolayı Anadolu insanının vazgeçemediği temel gıdalar arasındadır (Solak, 2008: 22). 1840 yılında Balya kazasında yaşayan Yörükkan cemaatlerinin Temettuat Defterleri incelendiğinde, hanelerde kayıtlı bağ dönümlerinin hane başına 1 ile 3 dönüm arasında olması, hatta bazı hanelerde yarım dönüm kaydedilmesi genel olarak bağcılık faaliyetini ekonomik kazanç sağlamak için değil, kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıklarını göstermektedir. Defterlerde bağlar dönüm olarak tarlalardan sonra yazılmıştır. Bağın dönüm ve kıymetleri ile ilgili bilgiler yer alırken, alınan vergi ve elde edilen gelir belirtilmemiştir.

Tablo 8: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre bağ dönümleri ve gelirleri (Kuruş)

Mensup Oldukları Cemaatler	Hane Sayısı	Bağ Dönüm	Ortalama Bağ Dönümü	Bağ Gelir Kuruş	Ortalama Bağ Geliri
Abacılar	16	3	0,18	450	28,12
Başımkızdı	13	1	0,07	150	11,53
Kara Âşık	139	71	0,51	10.700	76,98
Kaşıkçı	42	17	0,40	2.550	60,71
Keserler	92	52	0,56	7.800	84,78
Köşeler	29	5	0,17	750	25,86
Kubaş(ı)	14	1	0,07	150	10,71
Sultan	56	28	0,50	4.200	75
Yerlü	3	2	0,66	300	100
Toplam	404	180	0,45	27.050	66,96

Toplamda 180 dönüm bağa sahip olan Yörükkan cemaatlerine ait Temettuat defterleri incelendiğinde 1 dönüm bağın kıymetinin 150 kuruş olduğu görülmektedir. Hane sayılarıyla orantılı olarak en çok bağ dönümü ve bağ gelir kuruşuna sahip olan cemaat Kara Âşık cemaatidir. Ortalama bağ dönümü ve ortalama bağ gelir kuruşuna bakıldığında ise Yerlü cemaatinin ilk sırada olduğu görülmektedir. Yörükkan cemaatlerinde hane başına düşen ortalama bağ dönümünün yarım dönüm olması, bağcılık faaliyetinin hane ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde yapıldığına dair düşüncemizi desteklemektedir.

Bağcılık faaliyetinde toprak verimliliği ve iklim koşulları etkilidir. Karasal iklimin hâkim olduğu yüksek ve engebeli bir coğrafyaya sahip olan Balya bölgesinde kış sıcaklarının sıfır derecenin altına düşmesi, bölgede bağcılık faaliyetinin yapılmasını kısıtlamaktadır. Bu durumda Yörüklerde bağcılık faaliyetinin gelişmemiş olmasında yaşadıkları bölgenin olumsuz iklim koşulları etkili olmuştur.

Zeytincilik

Zeytincilik, Balya bölgesinde yaşayan Yörükân cemaatlerinin uğraştığı diğer bir ekonomik faaliyettir. Fakat zeytin yetiştiriciliğinin iklime bağlı olmasından dolayı karasal iklime sahip olan Balya bölgesinde, zeytincilik faaliyetinin yaygın olmadığı görülmektedir.

Tablo 9: Yörükân cemaatlerine kayıtlı zeytin ağaçları ve gelirleri (Kuruş)

Yörükân Cemaatleri	Hane Sayısı	Zeytin Eşcarı	Ortalama Zeytin Eşcarı	Zeytin Gelir Kuruşu	Ortalama Zeytin Geliri
Kubaş(1)	14	229	16,35	2.315	165,35
Yerlü	3	64	21,33	960	320
Kara Âşık	139	24	0,15	360	2,58
Toplam	156	317	2,03	3.635	23,30

Bölgede yaşayan Yörükân cemaatleri içinde yalnızca 3 cemaatte zeytin ağaçları kayıtlıdır. En çok zeytin ağacına ve gelir kuruşun sahip olan cemaat Kubaş(1) cemaatidir. Bölgenin ikliminin daha ılıman olması bölgede zeytin yetiştiriciliğinin yaygın olarak yapılmasında en büyük etkidir. Ortalama zeytin ağacı ve ortalama gelir kuruşu bakımından ilk sırayı alan cemaatin ise Yerlü cemaati olduğu görülmektedir. Zeytin ağacının kuruş değeri üç cemaatte de aynı olup 1 ağaç zeytin 15 kuruştur.

Yörükân cemaatlerine ait Temettuat defterlerinde tarla, bağ ve zeytin dışında emlak bölümüne kaydedilen, tüm Yörükler içinde sadece 1 hanede kayıtlı olan değirmen gayrimenkulü görülmektedir. Kaşıkçı cemaatinde 2000 kuruş kıymeti olan değirmen kaydedilmiştir, fakat değirmende işlenen ürünlerle ilgili herhangi bir bilgi verilmemiştir. (BOA. ML. TMT. Nr.07233: 9).

Hayvancılık

Konargöçer yaşam tarzına sahip olan toplulukların en önemli ekonomik faaliyeti hayvancılıktır. Babadan oğula geçen hayvancılık mesleğini yüzyıllardır devam ettirmeleri hayvan yetiştirme alanında ustalaşmalarını sağlamıştır. Konargöçerler, hayvan yetiştirmede tür olarak yaylak ve kışlaklara gidip gelmelerinde rahat hareket edebilmesi, kolay üremesi ve pazara dönük olması nedeniyle koyun ve keçi gibi küçükbaş hayvanları tercih etmişlerdir. Büyükbaş hayvanlar ise uzun mesafeli yaylak ve kışlaklar arasında çok tercih edilmemiştir. Ancak bu hayvanların geç dönemlerde Batı Anadolu'da yaşayan konargöçerler tarafından yetiştirildiği görülmüştür. Bunun nedeni; yaylak ve kışlaklar arasında mesafenin kısa olması ve yerleşik bir yaşam tarzını benimsemelerinden kaynaklanmaktadır (Egawa vd., 2007: 73–74).

Osmanlı Devleti'nde kara taşımacılığında en önemli vasıta at, deve ve katır gibi binek hayvanlardır. Özellikle savaş zamanlarında ordunun mühimmat ihtiyacı konargöçerlerden temin edilmiştir (Orhonlu, 1987: 21). Ayrıca Yörükler yaylak ve kışlaklar arasında yer değiştirirken yük-binek hayvanlarını kullanmışlardır.

Balya kazasında yaşayan Yörükân cemaatlerinin Temettuat Defterleri incelendiğinde, hanelerin büyük çoğunluğunda hayvanların bulunduğu görülmektedir. Hanelere kayıtlı hayvan türleri incelendiğinde; büyükbaş, küçükbaş, yük-binek hayvanlarının yanı sıra arıcılık da yer almaktadır. Temettuat defterlerinde genel olarak hanelerde bulunan emlaklar kaydedildikten sonra sahip oldukları hayvanlar yazılmıştır. Belirli bir sıra ve düzene göre kaydedilmeyen hayvanların adedi, birim kıymeti ve toplam kıymetleri tek tek defterlere yazılmış ve her hanenin toplam hayvan gelirleri haneye ait bölümün sonunda ayrıca belirtilmiştir.

Tablo 10: Yörükân cemaatlerinde hayvan sayıları ve gelirleri (Kuruş)

	Büyükbaş	Küçükbaş	Yük-Binek	Arı Kovanı
Toplam	5.166	18.053	1.688	873
Hane Başına Düşen Ortalama Hayvan Sayısı	11,93	41,69	3,90	2,28
Hayvan Gelir Kuruşu	784.937	412.790	354.275	13.400
Hane Başına Düşen Ortalama Hayvan Gelir Kuruşu	1.812,79	953,33	818,19	34,99

Konargöçer toplumlarda çok yaygın olmayan büyükbaş hayvancılık, Balya kazasında yaşayan Yörüklerin besledikleri hayvan çeşitleri arasında yer almaktadır. Yörükân cemaatlerinde 7 çeşit büyükbaş hayvan tespit edilmiştir. Hayvan çeşitliliği tüm cemaatlerde aynı oranda değildir. En fazla çeşitlilik Kara Âşık ve Sultan cemaatlerinde görülmektedir. Toplam 433 haneden oluşan Balya kazası Yörüklerinin sahip olduğu büyükbaş hayvan sayısı toplam 5.166 baştır. Yörükân cemaatlerinde hanelerin büyük çoğunluğunda büyükbaş hayvanların kayıtlı olduğu görülmektedir. Bölgede yaşayan Yörüklerde, büyükbaş hayvancılık yaygın olarak yapılan ekonomik faaliyetlerden birisidir. En çok yetiştirilen büyükbaş hayvan olan ineğin tüm büyükbaş hayvan sayısı içindeki oranı % 45'tir. Defterlerde karasığır ineği ve kısır inek dâhil olmak üzere 3 çeşit inek kaydedilmiş olup, toplam inek sayısı 2.351 baştır. İneğin dışında dana (1.367 baş), tosun (576 baş), düve (458 baş) ve öküz çift (251 baş) Yörükler tarafından en çok yetiştirilen büyükbaş hayvanlardır.

Keserler cemaati 1.495 baş ile en çok büyükbaş hayvana sahip olan cemaattir. Aynı zamanda hane başına düşen hayvan sayısı ve hayvanlara ait toplam kuruş kıymetinde de ilk sırada yer almaktadır. Bu cemaatte büyükbaş hayvancılık ekonomik kazanç sağlamak amacıyla yapılmaktadır (BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07237: 2-19). Hane başına düşen büyükbaş hayvan sayısında ise ilk sırada 19,31 baş ile Abacılar cemaati bulunmaktadır (BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 07240: 3-5). Keserler cemaatini sırasıyla Kara Âşık (1.426 baş), Sultan (708 baş), Köseler (406 baş) Abacılar (309 baş), Davulcu (273 baş), Kaşıkçı (241 baş), Kubaş(ı) (162 baş), Çepniyan (61 baş) ve Yerlü (43 baş) cemaatleri izlemektedir. En az büyükbaş hayvan Başımkızdı cemaatine aittir (42 baş).

Küçükbaş hayvancılık Yörüklerin en önemli ekonomik faaliyetidir. Toplamda 18.053 küçükbaş hayvana sahip olan Yörüklerde 12.644 baş keçi, 5.282 baş koyun, 110 baş oğlak, 10 baş kuzulu koyun ve 7 baş kuzu bulunmaktadır. Konargöçer gruplarda, keçi en çok beslenen küçükbaş hayvandır. Keçiden sonra en çok yetiştirilen küçükbaş hayvan koyun olmakla birlikte Yörükân cemaatlerinin bir kısmında koyunun olmaması nedeniyle dengeli bir dağılım söz konusu değildir.

Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatleri içinde en çok küçükbaş hayvana sahip olan cemaat Kara Âşık cemaatidir (6.286 baş). Bu cemaati sırasıyla Keserler (5.078 baş), Davulcu (1.728 baş), Sultan (1.490 baş), Abacılar (1.170 baş), Köseler (825 baş), Kaşıkçı (486 baş) Kubaş(ı) (461 baş), Başımkızdı (227 baş), Çepniyan (225 baş) cemaatleri izlemektedir. En az küçükbaş hayvana sahip olan cemaat ise Yerlü cemaatidir (77 baş). Hane başına düşen ortalama hayvan sayısı (78,54) ve ortalama gelir kıymetine (1.745,45 kuruş) göre ise Davulcu cemaati ilk sırada yer almaktadır. Bu durumda Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatleri içerisinde küçükbaş hayvancılığın en yaygın olduğu cemaat Davulcu cemaatidir.

Balya kazasında yaşayan Yörükân cemaatlerinin Temettuat Defterleri incelendiğinde yük-binek hayvanlarının da hanelere kayıtlı olduğu görülmektedir. Konargöçer toplumlar için yük-binek hayvanlar büyük önem arz etmektedir. Yörüklerin yaylak ve kışlaklar arasında yer değiştirirken eşyalarını taşımalarının yanı sıra ulaşım amaçlı da kullandıkları yük-binek hayvanları aynı zamanda ürettikleri ürünleri pazarlara götürmede de kullanılmaktadır. Özellikle atların çift sürmede kullanılması bu hayvanların önemini bir kat daha arttırmaktadır. Defterlerde beygir, kısarak, kısaraklı at, tay, deve, eşek,

katır, esb⁶ taylak⁷, taylı kısarak, deve, küçük deve ve büyük deve olarak kaydedilen hayvanların adedi, birim kuruş kıymeti ve toplam kıymetleri kaydedilmiştir.

Yörüklerde 8 çeşit yük-binek hayvanı kaydedilmiştir. Toplamda 1.688 baş yük-binek hayvanına sahip olan Balya bölgesi Yörüklerinde en çok yetiştirilen hayvanlar sırasıyla tay (625 baş), kısarak (606 baş) ve beygirdir (266 baş). Beygir tüm Yörük cemaatlerinde yetiştirilen tek hayvan çeşididir. Cemal olarak kaydedilen erkek deve (20 baş) sadece Başımkızdı Yörük cemaatinde görülürken, deve (34 baş) Çepniyan Yörük taifesinde bulunmaktadır. En çok yük-binek hayvana sahip olan Keserler'i (471 baş) sırasıyla Kara Âşık (406 baş) Abacılar (194 baş), Sultan (153 baş), Kaşıkçı (107 baş), Köseler (baş), Davulcu (98 baş), Kubaş(ı) (77 baş), Çepniyan (43 baş), Başımkızdı (35 baş), ve Yerlü (4 baş) cemaatleri izlemektedir. Hane başına düşen hayvan sayısı bakımından ise ilk sırada Abacılar cemaati (12,12 baş) yer alırken hane başına düşen ortalama kuruş kıymeti bakımından ilk sırada Çepniyan taifesi (2.771,42 kuruş) yer almaktadır. Bu durumda yük-binek hayvan yetiştiriciliğinin en yaygın olduğu cemaat Abacılar iken birim kıymeti yüksek olan hayvanların beslendiği cemaat Çepniyan taifesidir.

Hayvancılık deyince akla her ne kadar büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık gelse de Osmanlı coğrafyasında bunlar kadar önemli ve yaygın olarak yapılan arıcılığı da görmekteyiz (Solak, 2013: 347). Arıcılık toprağa bağlı olmadan az bir sermaye ile yapılan ve kısa sürede gelir getiren bir ekonomik faaliyettir. Balya bölgesinin arıcılık için uygun iklim ve bitki çeşitliliğine sahip olması bu bölgede yaşayan Yörükân cemaatlerinin arıcılık faaliyetlerini kolaylaştırmıştır. Ancak Yörükân cemaatlerinin Temettuat Defterleri incelendiğinde arıcılığın diğer hayvan türlerine göre daha az yapıldığı görülmektedir. Hane sahiplerinin tüm gelirleri ile birlikte varsa arı kovanının sayısı, değerleri ve kıymetleri defterlere kaydedilmiştir. Bu kayıtlar incelendiğinde Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatlerinden Davulcu (57 kovan), Kara Âşık (105 baş), Kaşıkçı (7 kovan), Keserler (98 kovan), Köseler (175 kovan), Sultan (424 kovan) ve Yerlü (7 kovan) cemaatlerinin Temettuat Defterlerinde arı kovanının kayıtlı olduğu görülmektedir. Arı kovanı, hane başına düşen arı kovanı sayısı (7,57 kovan), kovanların toplam kıymeti (6.690 kuruş) ve hane başına düşen ortalama kovan kıymeti (119,46 kuruş) bakımından ilk sırada Sultan cemaati yer almaktadır. Temettuat defterlerinde kayıtlı olan arı kovanlarının birim kıymeti 10–30 kuruş arasındadır. Diğer hayvan türlerinde olduğu gibi arı kovanının verimliliği kovanların birim kıymetlerindeki farklılığa sebep olmuştur.

Balya kazasında Yörüklerin bulunduğu bölgede yerleşik halkın yaşadığı Şamlı, Ilıca, Danişmend, Evciler, Akbaş ve Koyuneri köyleriyle Yörükân cemaatlerinin hayvancılık faaliyetleri kıyaslandığında Yörüklerde hane başına düşen büyükbaş, küçükbaş, yük-binek ve arı kovanı sayısının daha çok olduğu görülmektedir. Toplam 672 haneden oluşan yerleşik halkın yaşadığı köylerde hane başına düşen büyükbaş hayvan sayısı 5,61 iken Yörükân cemaatlerinde bu oran 11,93 baştır. Hane başına düşen küçükbaş hayvan sayıları kıyaslandığında yerleşik halkın yaşadığı köylerde 8,18 baş iken Yörüklerde 41,69 baş olduğu görülmektedir. Yük ve binek hayvanlarda ise yerleşik halkın yaşadığı köylerde hane başına 1,15 baş, Yörüklerde 3,90 baş yük-binek hayvanı düşmektedir. Hane başına düşen arı kovanı sayısı kıyaslandığında yerleşik halkın yaşadığı köylerde 0,90 kovan iken Yörüklerde 2,28 kovan düşmektedir (Demiraslan, 2009: 60).

Yörükân cemaatlerinde toplam servet ve gelir

Temettuat defterlerinin sonunda, Yörükân cemaatlerine ait emlak ve hayvanlardan oluşan toplam servet ve bu servetten elde ettiği bir yıllık gelirleri kaydedilmiştir. Verilen bilgiler Balya kazasına bağlı Yörük cemaatlerinin iktisadi yapısı hakkında genel bir değerlendirme yapılabilmesi açısından önemlidir.

⁶ Esb: At türü

⁷ Taylak: İki yaşında olan at ya da deve yavrusu.

Tablo 11: Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre emlak, hayvanat ve toplam servetleri (Kuruş)

Toplam Emlak Kuruşu	Hane Başına Düşen Emlak Kuruşu	Toplam Hayvan Kuruşu	Hane Başına Düşen Hayvan Kuruşu	Toplam Temettuat	Hane Başına Düşen Temettuat Kuruşu	Toplam Servet	Hane Başına Düşen Servet
72.313	167	1.607.713	3.712,96	270.970	625,79	1.950.996	4.505,76

Yörüklerin mensup oldukları cemaatlere göre toplam servetleri incelendiğinde Kara Âşık cemaati 593.355 kuruş toplam servetle ilk sırada yer almaktadır. Bu cemaati sırasıyla Keserler (523.793 kuruş), Sultan (232.242,5 kuruş), Abacılar (120.600 kuruş), Köselers (116.477,5 kuruş), Davulcu (114.525 kuruş), Kaşıkçı (97.850 kuruş), Kubaş(ı) (69.552,5 kuruş), Çepniyan (40.250 kuruş), Başımkızdı (28.640 kuruş), Yerlü (13.710 kuruş) cemaatleri izlemektedir. Kara Âşık, Keserler ve Sultan cemaatlerinin gelirlerinin yüksek olması hane sayılarının çok olmasıyla ilgilidir. Hane başına düşen ortalama servette ise Abacılar cemaati 7.537,5 kuruş en yüksek servete sahipken, Başımkızdı cemaati 2.203,07 kuruşla en az ortalama servete sahiptir. Bölgede yaşayan Yörüklerin hane başına düşen toplam servet yerleşik köylerde yaşayan halkın toplam servetinden (224,59) daha yüksektir. Bu durumda Yörüklerin refah düzeylerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır (Demiraslan, 2009: 47, 63).

Sonuç ve öneriler

1840 (H. 1256) tarihli Temettuat defteri esas alınarak yapılan bu çalışma sonucunda, Balya bölgesinde yaşayan Yörük cemaatlerinin sosyal ve demografik özelliklerini ortaya konulmuştur. Bu çalışmada Yörüklerin demografik özellikleri üzerine yapılan inceleme sonucunda genç nüfusa sahip oldukları, ortalama yaşam sürelerinin kısa olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca orta boylu olan Yörüklerde erkeklerin sakal ve bıyık bıraktıkları kayıtlarda açıkça görülmektedir.

Yörük cemaatlerinin temel geçim kaynaklarının hayvancılık olduğu, bunun yanında tarım faaliyetini yürüttükleri de çalışmada ortaya konulmuştur. Bölgede yaşayan Yörüklerden 269 hanede tarla dönümünün kayıtlı olduğu ve bu hanelerin % 63'nün 10 dönümden az tarlaya sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Toplam 433 haneden oluşan Yörük cemaatlerinin % 33'ünün ise toprağı bulunmamaktadır. Hanelerde kaydedilen en yüksek tarla dönümünün 60 dönüm olarak 1 hanede kayıtlı olduğu tespit edilmiştir. Hane başına 6,05 dönüm tarlanın düştüğü, hane başına düşen ortalama tarla gelirinin 88,66 kuruş olduğundan yola çıkılarak Yörüklerin genel olarak tarım faaliyetini hane ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Tarım faaliyetinin yanında hane ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde bağcılık ve zeytincilik de yapılmıştır.

Yörük cemaatlerinde büyükbaş, küçükbaş, yük-binek ve arı olmak üzere hayvancılık türleri bulunmaktadır. Hane başına 11,93 büyükbaş hayvanın düştüğü Yörüklerde, sığır cinsinden hayvanların yetiştirildiği, en çok beslenen büyükbaş hayvan olan ineğin hanelerin % 90'ında kayıtlı olduğu tespit edilmiştir. Tarlalarda kullanılan öküz (315 kuruş), karasığır öküzü (562,5 kuruş) ve çift öküzün (438 kuruş) ortalama kuruş değerleri 1 dönüm tarlanın ortalama kuruş değeriyle (14,78 kuruş) kıyaslandığında üretim araçlarının topraktan daha değerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hane başına 41,69 baş hayvan düştüğü ve toplamda 18.053 küçükbaş hayvana sahip olan Yörüklerde, keçi yetiştiriciliği daha yaygın olarak yapılmaktadır. Temettuat defterlerinde, Yörük cemaatlerinde hanelerin % 71'inde keçi kayıtlı olmakla birlikte hane sayısı en fazla olan Kara Âşık, en çok keçiye sahip olan cemaattir. Koyunun ise Balya bölgesinde yaşayan tüm Yörük cemaatlerinde olmadığı, koyun besleyen cemaatlerin sahip olduğu koyun sayısının dengeli bir dağılım göstermediği çalışmada ortaya konulan hususlardandır.

Konargöçer bir yaşam tarzı olan Yörüklerde yük-binek hayvanları da önemli bir yere sahip olmuş, Türklerde büyük bir öneme sahip olan at ve at türleri Yörük cemaatlerinin de en çok yetiştirdiği yük-

bin ek hayvanı olmuştur. Arıcılık faaliyetinin de görüldüğü Yörükân cemaatlerinde hane başına düşen 8,75 kovan, bu faaliyetin hane ihtiyaçlarını karşılamak için yapıldığını göstermiştir.

Yörükân cemaatlerinin hane başına 4.505,76 kuruş servete sahip olduğu ve gelir dağılımlarının düzenli olmadığı çalışmada tespit edilen konulardandır. İncelenen dönemde 433 haneden yalnızca 3 hanede emlak ya da hayvanların kayıtlı olmadığı, kalan tüm hanelerin bir gelire sahip olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak Balya kazasına bağlı Yörükân cemaatleri üzerine yapılan bu çalışmada, konargöçer yaşam tarzına sahip Yörüklerin tarım faaliyetleriyle de uğraşarak yerleşik bir yaşam tarzı benimsediği tespit edilmiştir. Asıl geçim kaynakları olan hayvancılıkta hane başına düşen ortalama hayvan sayıları kıyaslandığında Yörüklerin bölgede yaşayan yerleşik halktan daha çok hayvancılık faaliyeti gerçekleştirdiği ortaya çıkmaktadır. Hane başına düşen ortalama gelir kuruşu ise benzer köylerle kıyaslandığında Yörükân cemaatlerinde hane başına düşen ortalama gelirin yerleşik halktan daha yüksek olduğu çalışmada ortaya çıkarılan bulgulardandır.

Temettuat defterleri her ne kadar zengin içeriğe sahip olsa da genelleyci yorumlar ve çıkarımlardan kaçınılmalıdır Bunun nedeni bölgede yaşayan tüm kişilerin defterlere kaydedilmemesinin yanı sıra yapılan yazım yanlışlarının sonuçların mahiyetini değiştirmesinin mümkün olmasıdır. Fakat birinci el kaynak niteliğinde olan Temettuat defterleri üzerinden yapılan çalışmaların artması bu defterlerin zengin içeriğinin daha iyi yansıtılması açısından önemlidir. Araştırmacılar açısından yeni bir bakış açısı getirecektir.

Kaynakça

- Adıyeke, N. (2000). Temettuat sayımları ve bu sayımları düzenleyen nizamname örnekleri. *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 11, 769-823.
- Afyoncu, E. (2015). *Sorularla Osmanlı İmparatorluğu VI*. Yeditepe Yayınları.
- Aktan, C.C., Dilek, D. ve Saraç, Ö. (2002). *Vergi, zülüm ve isyan*. Phoenix Yayınları.
- Aydın, H. V. (2001). Tımar sisteminin kaldırılması süreci ve bazı değerlendirmeler, *OTAM*, 12(12), 65-104.
- BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 7233.
- BOA. ML. VRD. TMT. Nr. 7237.
- BOA. ML. VRD. TMT. Nr.7240.
- Bozkurt, F. (2003). *Maliye nezareti temettuat defterlerine göre Gördes kazasının sosyal ve ekonomik durumu* [Yüksek Lisans Tezi]. Celal Bayar Üniversitesi.
- Çadircı, M. (1997). *Tanzimat döneminde Anadolu kentlerinin sosyal ve ekonomik yapısı*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Demir, T. ve Çelik, B. (2019). XVII ve XVIII. yüzyıllarda Osmanlı Devleti'nde muhassıllık uygulaması. A. Bilgin ve B. Çağlar (Ed.), *Klasik moderne Osmanlı ekonomisi* içinde (ss. 377-384) Kronik Yayınları.
- Demirarslan, N. Y. (2009). *Temettuat defterlerine göre Balya kazası Şamlı, Ilıca, Danişmend, Evciler, Akbaş ve Koyuneri köylerinin sosyo-ekonomik yapısı* [Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Demirkol, K. (2014). Hamid sancağı temettuat tahriri masarifât defteri üzerine bir değerlendirme (1845–1848). *Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11, 139-154.
- Develioğlu, F. (2017). *Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik lügat*. Aydın Kitabevi.
- Egawa H. ve Şahin, İ. (2007). *Bir yörük grubu ve hayat tarzı Yağcı Bedir yörükleri*. Eren Yayıncılık.
- Gülten, S. (2016). *Atayurttan anayurda yörükler*. Gece Kitaplığı.
- Güran, T. (2019). *19. yüzyıl Osmanlı ekonomisi üzerine araştırmalar*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Güran, T. (1988). Ondokuzuncu yüzyıl ortalarında Ödemiş kasabasının sosyoekonomik özellikleri. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 41, 1-4.
- Halaçoğlu, Y. (2020). *Anadolu'da aşiretler, cemaatler, oymaklar (1453-1650), c. I-IV*. Atayurt Yayınevi.
- Karamık, K. (2017). *Temettuat defterlerine göre Ulukışla kazasının sosyal ve ekonomik durumu* [Yüksek Lisans Tezi]. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.

- Kazıcı, Z. (2019). *Osmanlı'da vergi sistemi*. Kayıhan Yayınları.
- Koç, Y. (2013). Ömer Lütfi Barkan'ın tarihsel demografi çalışmalarına katkısı ve klasik dönem Osmanlı nüfus tarihinin sorunları, *Bilig*, 65, 177-202.
- Kütükoğlu, M. S. (1995). Osmanlı sosyal ve iktisadi kaynaklarından temettü defterleri. *Belleten*, 59(225), 395-422.
- Orhonlu, C. (1987). *Osmanlı İmparatorluğu'nda aşiretlerin iskânı*. Eren Yayıncılık.
- Ortaylı, İ. (2007). *Üç kıtada Osmanlılar*. Timaş Yayınları.
- Ortaylı, İ. (2020). *Tanzimat devrinde Osmanlı mahalli idareleri (1840-1880)*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Öner, E. (2005). *Osmanlı İmparatorluğu ve Cumhuriyet döneminde mali İdare*. T.C. Maliye Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Başkanlığı Yayınları.
- Sayın, A. V. (1999). *Tekâlifkavaidi (Osmanlı vergi sistemi)*, T.C. Maliye Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı Yayını.
- Solak, İ. (2008). Osmanlı İmparatorluğu döneminde Anadolu'da meyve ve sebze üretimi. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 24(24), 217-251.
- Solak, İ. (Ed.) (2013). Osmanlı İmparatorluğu döneminde Anadolu'da arıcılık. Hasan Bahar (Ed.), *tarihçiliğe adanmış bir ömür: Prof. Dr. Nejat Göyünç'e armağan içinde* (ss. 347,364).
- Su, K. (1938). *Balıkesir ve civarında yürük ve Türkmenler*. Balıkesir Halkevi Yayınları.
- Şimşir, N. (2017). *Karesi yürükleri*. Post Yayınları.
- Tabakoğlu, A. (2016). *Osmanlı mali tarihi*. Dergâh Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu. 12 Nisan 2022 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500> adresinden erişildi.
- Türkiye İstatistik Kurumu. 12 Nisan 2022 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500> adresinden erişildi.
- Ünal, M.A. (2019). *Osmanlı müesseseleri tarihi*. Fakülte Yayınları.

Etik kurul onayı

Bu çalışma, sosyal bilimler alanında bir anket kurum veya kuruluş ile ilgili özel bir çalışma olmaması, arşiv belgelerine dayalı olması sebebiyle etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamışlardır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kış turizminde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejileri: Türkiye örneği*

Competition and positioning strategies of accommodation businesses operating in winter tourism: The case of Türkiye

Gönderim Tarihi / Received: 19.02.2023

Kabul Tarihi / Accepted: 23.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1253236](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1253236)

Ebru BOZDEMİR¹

Serkan ŞENGÜL^{**2}

ÖZ: Bu çalışmada, kış turizmi destinasyonlarında bulunan konaklama işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejileri incelenmiştir. Araştırmada işletmelerin uyguladıkları rekabet ve konumlandırma stratejilerinin belirlenmesi ve işletmelerin rekabet gücünün artırılmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Araştırmanın Türkiye’de kış turizminin gelişmesi ve uluslararası pazarda yer alabilmesi için işletmelerin rekabet ve konumlandırma stratejilerinin geliştirilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Veri toplama aracı olarak Michael E. Porter’ın “Elmas Modeli” ve “Üç Jenerik Stratejisi” kullanılarak oluşturulan mülakat formu kullanılmıştır. Türkiye’de kış turizmi faaliyetinde bulunan 21 üst düzey konaklama işletmesi yöneticisine, yarı yapılandırılmış mülakat soruları yönlendirilmiştir. Çalışmanın analiz kısmında, betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Veri analizi için ön okuması yapılan metinlerin, MAXQDA 2020 programı ile kod ve temaları oluşturulmuş daha sonra analiz edilmiştir. Kış turizmi destinasyonlarında altyapı ve üstyapı yatırımlarının yetersiz olduğu, pazar payını genişletmek ve yurtdışı pazarına açılmak için stratejiler geliştirilmediği, bilgi kaynakları kullanımının küçük konaklama işletmelerinde yetersiz olduğu elde edilen sonuçlar arasındadır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda işletmelerin konumlandırma stratejilerine önem vermesi, mal/hizmet farklılaştırma yoluna gitmesi, pazar bölümlendirme stratejilerini geliştirmesi ve hedef müşteri grubunu doğru seçmesi gerektiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Konumlandırma, Rekabet, Strateji, Kış turizmi, Konaklama işletmesi

ABSTRACT: In this research, competition and positioning strategies of accommodation enterprises in winter tourism destinations are examined. In the research, it is aimed to contribute to the enterprises in terms of determining the competition and positioning strategies implemented by the enterprises against their competitors and increasing their competitiveness. The development of winter tourism in Turkey and the development of competition and positioning strategies of enterprises in order to take place in the international market constitute the importance of the study. Semi-structured interview questions were directed to 21 senior accommodation business managers engaged in winter tourism activities in Turkey. In the analysis part of the study, descriptive analysis method was used. The codes and themes of the texts, which were pre-read for data analysis, were created with the MAXQDDA 2020 program and then analysed. As a data collection tool an interview form is composed and by using Michael E. Porter’s “Diamond model” and “three genetic strategies”. It is among the results obtained that infrastructure and superstructure investments are insufficient in winter tourism destinations, strategies are not developed to expand the market share and open to the foreign market, and the use of information resources is insufficient in small accommodation enterprises. The obtained results reveal the necessity of giving importance to the positioning strategies of the enterprises, going the way of product/service differentiation, developing market segmentation strategies and choosing the target customer group correctly.

Keywords: Positioning, Competition, Strategy, Winter tourism, Accommodation business

* Bu çalışma, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nde kabul edilen “Kış turizminde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejileri: Türkiye örneği” isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹ Bilim Uzmanı, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, bozdemir.ebru.1995@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9215-2906>

^{**} Sorumlu Yazar / Corresponding Author

² Doç. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, serkansengul@subu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-4615-1982>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Winter tourism is an alternative type of tourism that affects the preservation and sustainability of the natural assets in the regions and their social, cultural and economic development (Karaman and Gül, 2016). It is seen as a very important type of tourism for the development of mountainous areas, the development of regions and the balance between regions (Akkuş, 2019).

Although the concept of competition is a concept that has existed throughout the history of humanity, it is generally used for businesses today. Developments in the market with globalization have brought concepts such as product/service quality and customer satisfaction to the fore, thus the concept of competition has gained an important dimension (Bahar and Kozak, 2012). As a result of the economic development and changes experienced from the past to the present, the definitions of competition have gained different meanings. The concept of competition in the economic dimension was first discussed as "Perfect Competition" by Adam Smith (1776) in his book "The Wealth of Nations". One of the most important models in determining international competitiveness is the "Diamond Model" developed by Michael E. Porter (1990).

In this research, competition and positioning strategies of accommodation businesses in winter tourism destinations were examined. In the research, the competition and positioning strategies implemented by the enterprises against their competitors were determined and it was aimed to contribute to the enterprises in terms of increasing their competitiveness. The development of winter tourism in Turkey and the development of competitive and positioning strategies of enterprises in order to take place in the international market constitute the importance of the study.

Methodology

Semi-structured interview questions were directed to 21 senior hotel managers by using the interview technique, which is a qualitative research method. In the analysis part of the study, descriptive analysis method was used. In order for the study to be original, citations were made from the individuals participating in the research, as well as the data were categorized and analyzed with systematic analysis. The codes and themes of the texts, which were pre-read for data analysis, were created with the MAXQDA 2020 program and then analyzed. As a data collection tool, an interview form created using Michael E. Porter's "Diamond Model" and "Three Generic Strategies" was used.

Findings and discussion

It is among the results obtained that infrastructure and superstructure investments are insufficient in winter tourism destinations, strategies are not developed to expand the market share and open to the foreign market, and the use of information resources is insufficient in small hotels. In addition, the winter destinations that businesses see as competitors in Turkey include Uludağ, Palandöken, Kartalkaya; In the world, countries such as France, Italy and Switzerland, where the Alps are located, are among the results obtained. It has been concluded that the promotion, incentives and policies are insufficient, and the choices made during the incentives for winter destinations affect the competition positively/negatively. In the focus strategy, it has come to the forefront that the businesses generally tend to hold the existing market, the differentiation strategy is generally differentiated with "quality", and most of the businesses have defined quality as the differentiation strategy.

Results and recommendations

For the development of winter tourism, infrastructure and superstructure investments should be increased in winter destinations, plans and policies for winter tourism should be emphasized, and promotion and advertising activities for winter tourism should be increased. Businesses should give importance to positioning strategies, go the way of product / service differentiation, develop market segmentation strategies and choose the target customer group correctly. Senior managers working in the hotel should give more importance and contribute to scientific studies.

Recommendations for Accommodation Businesses: Increasing the quality of service depends on the developed workforce. Accommodation businesses operating in winter and summer can train qualified

personnel by changing personnel seasonally. Market segmentation is an important element in competition and all businesses should implement a market segmentation strategy. Small-capital businesses can create value for guests by applying differentiation strategies to compete with high-capital businesses. Service quality and competitiveness can be increased by using information resources more effectively and efficiently in accommodation businesses operating in winter tourism. In winter tourism, customer demands and expectations, market structure should be analyzed well and destinations should be made more attractive by developing appropriate goods/services. It is important that the relations between the accommodation businesses and the sub-sectors are strong. For this reason, relations with related and support industries should be strengthened. It is important to determine the market segmentation and target customer group in terms of ensuring sustainability in winter tourism. For this reason, managers should analyze the business characteristics well and develop appropriate strategies. Competitiveness should be increased by providing more effective and efficient use of resources in winter destinations. Differentiation strategies can be developed by following the innovations and activities in the leading winter tourism destinations in the world. Business managers should give more support to the studies carried out for the development of winter tourism. Business managers can increase their competitiveness by giving more importance to positioning strategies.

Suggestions to Public Institutions and Organizations: In order for Turkey to compete with the world in winter tourism, promotion/advertising activities should be increased, and winter tourism should be brought to the fore along with mass tourism in Turkey. Plans and policies for the development of winter tourism should be emphasized. The development of winter tourism destinations should be supported more. Investments can be increased in developing winter tourism destinations in order to develop infrastructure-superstructure elements such as mechanical facilities, accommodation facilities, entertainment and food/beverage areas, runways, in cooperation with the state-private sector.

Giriş

Sürekli gelişim gösteren turizm sektöründe rekabet ortamında işletmelerin diğer işletmelerden üstün olabilmesi için stratejiler geliştirmesi gerekmektedir (Öztürk ve Tan, 2018). Turizmde talebin esnek olması, işletmelerin dikkate alması gereken unsurları fazlalaştırmakta ve bu unsurlar büyük bir öneme sahip olmaktadır (Kaya vd., 2021). Günümüzde konaklama işletmelerinin pazarda tutunabilmeleri kendi işletmelerine uygun rekabet stratejileri belirlemeleri ile mümkün olmaktadır (Coşar, 2008). Konaklama işletmeleri, işletmenin iş akışına uygun stratejiler oluşturarak ya da stratejileri değiştirerek rekabet etme olanaklarını arttırabilirler (Özdemir ve Yılmaz, 2016). Konaklama işletmelerinin rekabet etme olanaklarını artırmasında konumlandırma da önemli bir yere sahiptir (Bulut, 2006). Konumlandırma, potansiyel ziyaretçilerin destinasyonun güçlü nitelikleri hakkındaki algılarını tanımlamayı, bunları rekabetçi hedeflerin nitelikleri hakkındaki algılarıyla karşılaştırmayı ve bir hedefi rakiplerinden ayırt etmeyi içermektedir (Crompton vd., 1992). Bunlara bağlı olarak günümüzde işletmelerin, kendilerine uygun rekabet ve konumlandırma stratejilerini belirlemeleri sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır.

Kış turizmi, turizm faaliyetlerini tüm yıla yaymak açısından ülkeler için avantaj sağlamakta (Büyükipekçi vd., 2019), ekonomik büyüme dâhil olmak üzere dünyada önemli gelir kaynaklarından biri olmaya devam etmektedir (Genç, 2019). Dünyada ve Türkiye’de kış turizmine olan ilginin gün geçtikçe arttığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda, konaklama işletmelerinin doğru bir rekabet ve konumlandırma stratejisi geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Literatür incelendiğinde kış turizmi destinasyonlarına yönelik rekabet ve konumlandırma çalışmalarının sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu araştırmada Michael E. Porter’ın “Elmas Modeli” ve “Üç Jenerik Stratejisi” modelleri kullanılarak işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejilerinin belirlenmesi ve kış turizminde faaliyet gösteren işletmelere bu konuda öneriler sunulması amaçlanmıştır.

Literatür taraması

Kış turizmi kavramı ve gelişimi

Kış turizmi, bölgelerde bulunan doğal varlıkların korunması ve sürdürülebilir olmasını sağlayan, toplumsal, kültürel ve ekonomik olarak gelişmesine etki eden alternatif bir turizm çeşididir (Karaman ve Gül, 2016). Dağlık alanların gelişebilmesi, bölgelerin kalkınabilmesi ve bölgeler arasındaki dengenin sağlanabilmesi açısından oldukça önemli bir turizm çeşidi olarak görülmektedir (Akkuş, 2019).

Kış turizmi talebini etkileyen en önemli unsurlar kış sporları, doğa ile iç içe olmak ve dinlenme fırsatı olarak sıralanabilir (Apak, 2016). Kış turizmi, maceracı ve doğasever kişiler tarafından tercih edilen bir turizm çeşididir. Dağ turizmi olarak adlandırılan kış turizminde kayak, yürüyüş ve tırmanma gibi spor aktiviteleri yer almaktadır. Kış turizmi kayak sporu yapmaya elverişli olan belirli bir yükseklikte bulunan ve kar kalitesi, miktarı uygun olan bölgelere yapılan turistik hareketlerin tümünü kapsamaktadır (Kozak vd., 2010; Ulema vd., 2020).

Dünyada modern anlamda kış turizminin tarihi 1860 yılında Norveç’in Telemark kasabasında, Sondre Nordheim’in yokuş aşağı kaymasına dayanmaktadır. 1880’de Norveçli Fridtjof Nansen ve ekibi Grönland’ın kuzeyine kayak kullanarak geçmiştir. Bu durum kayağa olan ilginin çoğalmasına sebep olmuştur. 1896 yılında Mathias Zdarsky yeni kayak teknikleri geliştirmiş ve bu durum Alp Tekniği’ni ortaya çıkartmıştır. 1860 ve 1910 yılları arasında Norveç, İsveç ve Finlandiya’da kayak merkezleri ve kış sporları gelişmeye başlamıştır (Toy, 2013).

Kayağın 1924-1932 yıllarında olimpiyatlarda kullanılması popülerliğini öne çıkarmış, özellikle elit kesimler tarafından daha çok benimsenerek bir turizm faaliyeti olmasına neden olmuştur. 1929’da Kanada’da kayakçılar için tasarlanan ilk mekanik yokuş yukarı asansör kurulmuştur ve birkaç yıl içinde Kuzey Amerika ve Avrupa’daki önemli kayak pistlerinin birçoğu, bu asansörlerin daha fazla geliştirilmiş versiyonuna sahip olmuşlardır. Kış turizminin gerçek anlamda kitlelere ulaşması II. Dünya Savaşı sonrasında gerçekleşmiştir. 1950 yılında suni karlama makinelerinin bulunması ile kayak tesislerinin büyümesi ve gelişmesi ivme kazanmış aynı zamanda kayak sezonunun uzamasına neden olmuştur. 1970-1980 yıllarında ise kış turizmi yükselişe geçmiş ve pazarda büyüme, ürün genişleme dönemi yaşanmıştır. Kuzey Amerika’da, artan kış tatili talebini karşılamak için New England, Colorado,

California, Canadian Rockies ve Quebec'in kasabalarında büyük tatil köyleri inşa edilmiştir. 1980'lerin ortalarına gelindiğinde, birçok bölgede kayak tesisi arzı talebi aşmış ve kayak destinasyonları finansal zorluklar yaşamıştır. Buna karşılık, birçok kayak merkezi hem ürün hem de pazar sorunlarını daha ticari bir şekilde ele almak zorunda kalmış ve kayak alanı gelişimine daha turizm odaklı bir yaklaşım başlamıştır (Hudson, 2004; Shackley, 2006; Hinnerth, 2010; Evren ve Kozak, 2019). 1990 yıllarında başlayan alternatif kar sporları ile kış turizmi yeni bir ivme kazanmıştır. Bununla beraber karlı bölgelerde geyikli kızaklar, kar motorları ile yapılan turistik geziler insanların ilgi odağı haline gelmiştir (Clifford, 2002).

Türkiye'de kayak sporu öğrenimi askeri birlikler tarafından 1915 yılında Erzurum'da Kerim Hitli Tabyası'nda açılmış olan kursta Avusturya'dan getirilen kayak uzmanı Albert Bilstein'in vermiş olduğu kurslar ile başlamıştır (Baş, 2015). 1927 yılında askeri amaçlı Eğirdir Dağcılık Talimgahı'nda kayak sporu bölükleri kurulmuştur. Kayak sporu 1930 yılında Ankara Gazi Eğitim Enstitüsü ve Ziraat Yüksek Mektebi'nde Alman uyruklu beden eğitimi öğretmeni Rideli'nin teşvikleriyle sivil olarak uygulanmaya başlanmıştır (Şebin, 2009).

1930 yılının başında kayak sporuna ilgi duyan yerli halk Uludağ'a çıkmaya başlamış ve kayak turizminin temelleri Uludağ bölgesinde atılmıştır. Kış turizminin gelişmesinde en önemli olaylardan bir diğeri de 22 Nisan 1993'te Bursa Dağcılık Kulübü'nün kurulmasıdır. Kulüp, Uludağ bölgesinin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Kış turizminin yeni gelişmeye başladığı dönemde Uludağ'da güvenlik ve emniyet, kayak ekipmanlarının olmaması, ulaşım gibi sorunlar yaşanmış fakat Bursa Dağcılık Kulübü bu sorunlara çözümler geliştirmiştir. 1931 yılında "Uludağ Büyük Otel" ve 1935 yılında Kayakevi açılmış buna bağlı olarak öğrenciler, sporcular gibi alt gelir grubuna sahip olan kişiler de Uludağ'a çıkmaya başlamıştır. 5 Şubat 1939 yılında Uludağ'da İstanbul, Ankara ve Bursa illerinden kayakçıların katılım gösterdiği ilk kayak yarışması düzenlenmiştir. 1939'da Ankara'da "Dağcılık ve Kış Sporları Federasyonu" kurulmuş ve kayak sporu Türkiye'de resmi olarak bir statü kazanmıştır. Kayak sporunun resmi bir statü kazanması ile 1950 yılında farklı destinasyonlar (Elmadag, Erciyes, Palandöken, Sarıkamış, Kartalkaya) gelişmeye başlamıştır. 1959 yılında Uludağ modern anlamda gelişmeye başlamış, 1970 yılının sonuna kadar Türkiye'de kış turizmi pazarının %70'ine hâkim olmuştur. 1960-1965 yıllarında Palandöken, Erciyes, Sarıkamış, Bitlis kayak merkezleri olarak kabul edilmiş ve ilk mekanik tesisler kurulmuştur. Bu bağlamda kış sporları ve kış turizmi gelişim göstermiştir. 1 Ocak 1993 yılında Galatasaray Lisesi'nden bir grup öğretmen Uludağ'a kayak yapmak için gitmiş ve Türkiye'de kayak sporunun öncülüğünü yapmışlardır (Ülker, 1992; Şebin, 2009; Demiroğlu, 2013; Evren ve Kozak, 2018; Evren ve Güldemir, 2018).

Rekabet ve strateji kavramları

Rekabet kavramı insanlık tarihi boyunca var olan bir kavram olmakla beraber, günümüzde genel olarak işletmeler için kullanılmaktadır. Küreselleşme ile beraber pazarda yaşanan gelişmeler mal/hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti gibi kavramları ön plana çıkartmış böylelikle rekabet kavramı önemli bir boyut kazanmıştır (Bahar ve Kozak, 2012). Geçmişten günümüze kadar yaşanan ekonomik gelişim ve değişimler sonucunda rekabet tanımlarına farklı anlamlar yüklenmiştir. Ekonomik boyutta rekabet kavramı ilk olarak Adam Smith (1776) tarafından "Ulusların Zenginliği" kitabında "Tam Rekabet" olarak ele alınmıştır. Uluslararası rekabet gücünün belirlenmesinde en önemli modellerden biri ise Micheal E. Porter (1990) tarafından geliştirilen "Elmas Modeli"dir. Rekabet kavramının birçok alanda kullanılması rekabet kavramı üzerine kesin bir tanımla zorlaştırmaktadır. Demir ve Demirel'e (2011) göre, *rekabet kıt bir şeyi paylaşmak veya bir ödül elde etmek amacıyla belli kural ve kısıtlamalar çerçevesinde temel özgürlükler ile insan haklarının garanti altına alındığı, hiçbir ayrıcalığın ve ayrımcılığın olmadığı bir ortamda birden fazla oyuncu arasında oynanan bir oyun veya bir yarış olarak tanımlanmıştır*. Tansu'ya (2003) göre, *rekabet piyasa ekonomisinde teknik gelişmeyi olumlu kılan, ekonomik birimlerin çevresel değişimlere karşı uyum esnekliğini artırarak verimliliği ve etkinliği olumlu yönde etkileyen, küreselleşme ve teknolojik gelişme gibi değişimlere uyum sağlanmasını mümkün kılan araç olarak tanımlanmıştır*.

Strateji işletmenin amaçlarına ulaşmaya aracı olan en önemli unsurdur. Bu bağlamda tanım yapmak gerekirse strateji; işletmelerin amaç ve hedeflere ulaşmak için izlediği yol ve yöntemler olarak tanımlanmaktadır (Demir ve Yılmaz, 2010).

Yönetim açısından incelendiğinde strateji, bir işletmenin farklı işlevleri arasında ortaya çıkan karışıklıkları belirlemek, işletmenin genel amaçlarını belirleyen özellikleri düzenlemek ve ekonomik anlamda işletmenin uygun değere ulaşması ile ilgili seçim kararları setidir. Belirlenen stratejiler, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edebilmesi için kaynaklarını harekete geçiren bir unsurdur (Öğüt vd., 2004; Doğan, 2011).

İşletmeler için rekabeti etkileyen en önemli unsurlar ise müşterilerin sürekli değişim gösteren talep, istek ve beklentileridir. Buna bağlı olarak işletmelerin piyasada ve pazarda yaşanan gelişmeleri takip etmeleri ve bunlara uygun rekabet uygulamaları geliştirmesi gerekmektedir. Mal ve hizmetlerin standartlaşması ve aynı pazarda müşteriye sunulması rekabet stratejileri belirlemeyi daha önemli hale getirmiştir. İşletmenin pazarda tutunabilmesi yalnızca doğru bir rekabet stratejisi ile gerçekleşmektedir (Dinçer, 2015).

Konaklama işletmelerinde rekabet

Destinasyonların pazar payını koruması, sürdürülebilir olması ve sürekli gelişim sağlaması turizm rekabeti olarak tanımlanmaktadır. Turizm bölgeleri, talep yapılarını analiz ederek, talebe uygun rekabet stratejileri geliştirmeli ve pazarda rekabet gücü sağlayarak pazar payını genişletmelidir. Turizmde rekabet üstünlüğü sağlamak için diğer turizm destinasyonlardan farklı çekicilikler ve deneyimler sunmak önem taşımaktadır (Aydemir vd., 2014).

Porter (1980), her işletmenin rekabeti araştırması ve analiz etmesi gerektiğini savunmuştur. Turizm işletmeleri için rekabet avantajlarını belirlemek, müşterilerin gözünde oluşturduğu imajı, mal/hizmet kalitesini diğer işletmelerle karşılaştırmak ve uygun stratejileri belirlemek için önemli bir unsurdur. Her turizm işletmesi, rakiplerin izlediği rekabet stratejilerini takip etmeli, aynı rekabet stratejisini belirleyen işletmeleri haritalandırmalı ve işletmeleri etkileyen olumlu ve olumsuz durumları kaydetmelidir. Bir turizm işletmesi, rakiplerinde bulunan kaynakları, güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek, pazarda bulunan her rakip için bilgi toplama gücüne sahip olmalıdır. Turizm işletmeleri için rekabet ortamının analizi, rekabet çekiciliğinin değerlendirilmesi ile doğru orantılıdır (Varelas ve Georgopoulos, 2017).

Rekabet üstünlüğünün devamlılığı için müşteri istek ve beklentilerine uygun olarak mal/hizmet sunmak, yüksek kalite, düşük fiyat gibi unsurlar önem taşımaktadır. Turizm işletmelerinde rekabeti etkileyen önemli unsurlar bulunmaktadır. Bunlar; maliyet, yatırım gücü, hizmet olanağı, kapasite esnekliği, kalite ve standartlara uygun olma, güvenilirlik vb. olarak sıralanabilir (Zengin ve Bilgiçli, 2018).

Porter “elmas modeli” ve “üç jenerik stratejisi”

Porter (1990) “Ulusların Rekabet Üstünlüğü” eseri ile rekabetçilik konusunda, stratejik yönetim ve teorik literatür arasında köprü kurarak, gelişmiş politikalara temel oluşturmuştur (Davies ve Ellis, 2000). Porter, ticaret teorilerinin yalnızca maliyete odaklanması sebebiyle yeni bir teorinin gerekli olduğunu ve pazar bölümlendirme, ürün farklılaştırma, teknoloji farklılıkları ve ölçek ekonomisi unsurlarını içermesi gerektiğini savunmuştur (Watchravesringkan vd., 2010).

Porter, “Bir ülke neden belirli endüstrilerde uluslararası başarı elde eder?” sorusuna cevap aramıştır. Porter’ın bu çalışmadaki amacı, neden sadece belirli sosyal grupların, firmaların ve ulusların ilerleyip, geliştiğini açıklamaktır. Bu bağlamda Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Japonya, Danimarka, İtalya, İsveç, İsviçre, Birleşik Krallık, Güney Kore ve Singapur’da, 100 farklı sektörde, 4 yıl süren bir araştırma yapmıştır. Çalışmalar sonucunda, elmasın en çok bilinen dört köşesi olan faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destek endüstriler, firma stratejileri, yapı ve rekabet ortaya çıkmış ve “Elmas Modeli” oluşturulmuştur (Davies ve Ellis, 2000; Özdemir, 2019).

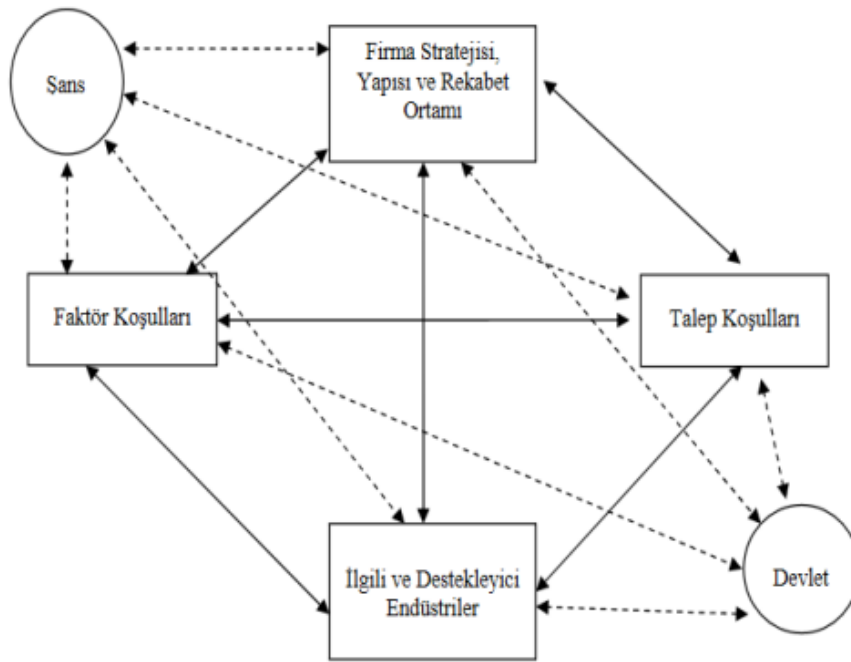
Üç Jenerik Stratejisi, işletme düzeyinde maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklanma olarak üç gruba ayrılmaktadır. Bu üç jenerik stratejisi uygulanarak müşterilerde değer yaratma ve konumlandırma gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Firmalar, endüstriler içinde belirli bir pozisyon seçmelidir.

Konumlandırma, firmanın rekabete yönelik yaklaşımlarını somutlaştırmaktadır. Konumlandırma, işletmelerin ürün ve hedef müşteri grubu dışında, rekabete yönelik yaklaşımını da etkilemektedir. (Porter, 1990; Kılıç ve Uslu, 2019).

Porter elmas modeli

Elmas modeli içinde bulunan unsurlar birbiri ile etkileşim ve ilişki içerisindedir. Bu modelde yer alan unsurlardan biri faktör koşullarıdır. Faktör koşulları doğal kaynaklar, insan kaynakları, sermaye kaynakları, altyapı, üstyapı gibi unsurları içermektedir ve firmalar için başlangıç aşamasında avantaj sağlayan unsurlardır. Talep koşulları, müşterilerin istekleri doğrultusunda gerçekleşen bir unsurdur ve firmaların ürün geliştirme, yenilik yapma gibi faaliyetlerine etki etmektedir. İlgili ve destek endüstriler, ilgili endüstride yer alan tedarikçileri ve firmaları kapsamaktadır. Destek endüstrilerin rekabet içinde bulunması, firmaların yenilikçi girdiler ve uygun maliyetlerden yararlanmasına olanak tanımaktadır. Firma stratejisi, yapı ve rekabet ise sürekli yükselme, yatırım, teşvik sistemleri ve yerel rakipler arasında rekabete zorlayan bir unsurdur. Modelde yer alan 4 ana unsur dışında 2 değişken unsur bulunmaktadır, bu unsurlar şans ve devlet faktörüdür. Bu iki değişken unsur, ulusal rekabeti desteklemekte ama sürekli olarak bir avantaj oluşturmamaktadır. Şans faktörü, beklenmedik zamanda gerçekleşen olayları kapsamaktadır. Bunlara doğal afetler, salgın hastalıklar, politik olaylar örnek verilebilir. Devlet faktörü ise rekabet ortamına direkt olarak müdahalede bulunamamakla beraber, rekabetçi ortam için politikalar geliştirmektedir. Devletin rekabet ortamına direkt müdahalede bulunabilmesi gelişmemiş ülkelerde görülebilir. Bir firmanın ulusal ya da uluslararası alanda başarılı olabilmesi dört ana unsur tarafından belirlenmektedir. Porter, bu unsurların bir arada kullanılmaması durumunda rekabet avantajı elde edilemeyeceğini belirtmektedir. Özellikle bilgi yoğun endüstrilerde, elmas modeli içerisinde yer alan faktörlerin tümünün etkileşimi rekabet avantajı oluşturmada zorunludur (Porter, 1990; Gürpınar ve Sandıkçı, 2008; Zhao vd. 2009; Gökmenoğlu vd., 2012).

Şekil 1: Porter elmas modeli



Kaynak: (Porter, 1990)

Şekil 1’de “Elmas Modeli” yer almaktadır. Şekilde dört ana unsur olan faktör koşulları, talep koşulları, firma stratejisi, yapısı ve rekabet ortamı ve son olarak ilgili/destek endüstriler yer almaktadır. Şans ve devlet faktörü ise iki dışsal değişken olarak değerlendirilmektedir.

Faktör Koşulları: Turizm bölgeleri için bir destinasyonda faktör koşullarının bulunması çekicilik ve motivasyon açısından oldukça büyük öneme sahiptir (Bahar ve Kozak, 2012). Porter’a göre faktör

koşulları, endüstride rekabet edebilmek için gerekli olan faktörleri ifade etmektedir (Jin ve Moon, 2006). Faktör koşulları; insan kaynakları, fiziksel kaynaklar, bilgi kaynakları, sermaye ve altyapı gibi unsurları kapsamaktadır. Bu kaynaklar rekabet gücünü olumlu yönde etkiler fakat sadece bu kaynaklara sahip olmak yeterli değildir. Kaynakların verimli ve pozitif yönlü etki oluşturacak şekilde kullanılması gerekmektedir (Özer, 2012).

Bir ülkede bulunan işletmeler, belirli endüstrilerde rekabet edebilmek için, düşük maliyetli ya da yüksek kaliteli faktörlere sahip ise rekabet avantajı elde etmektedir. Faktörlerden rekabet avantajı elde etmek, bu faktörlerin verimli ve etkin bir şekilde kullanılması ile ilişkilidir. Turizm endüstrisinde yer alan destinasyonlar da rekabet gücü açısından farklılıklar göstermektedir. Turizm endüstrilerinde, uluslararası rekabet gücü kazanabilmek için öncelikle ulusal rekabet gücü artırılmalıdır. Bunun için üretim faktörlerinin sürekliliği ve geliştirilmesi sağlanmalıdır. Faktör donatımında yeterli kaynakları bulunmayan destinasyonlar, sahip oldukları kaynakların kullanım ve yerini değiştirerek avantaj sağlayabilirler (Porter, 1990; Bahar, 2004; Bahar ve Kozak, 2012).

Talep koşulları: İç pazarda yer alan tüketiciler ile doğrudan ilişkili bir faktördür. İç pazarda talep ne kadar fazla olursa, ulusal rekabet avantajı da aynı oranda artmaktadır. İç pazarda yer alan tüketicilerin talepleri, işletmelerin verimli ve üretken olmasına sebep olmaktadır. Aynı zamanda tüketici standartlarına uygun ürünler geliştirmeleri, dünyada gerçekleşen yenilikleri takip etmeleri için işletmelere itici güç oluşturmaktadır (Porter, 1990; Watchravesringkan vd., 2010).

Turizm işletmelerinde tüketicilerin talepleri, işletmelerin yenilikler yapması için itici güç oluşturur ve rekabet güçlerini artırarak devamlılık sağlar. Bu durum uluslararası alanda, turizm işletmelerinin rekabet avantajı oluşturmada etkilidir. Ulusal turizm pazarında yer alan işletmelerin rekabet güçlerinin yüksek olması, uluslararası alanda rekabet edebilme şansını kolaylaştırmaktadır (Bahar, 2004; Bahar ve Kozak, 2012;).

İlgili ve destek endüstriler: İlgili/destek endüstriler rekabet avantajı için önemli konumdadır çünkü yenilik ve uluslararasılaşma için ürünler üreterek, işletmelere önemli girdiler sağlayan endüstrilerdir (Porter, 1990). Turizm işletmelerinde, ilgili ve destek endüstrilerin varlığı, destinasyonların rekabet gücü için önemli bir yer tutmaktadır. İşletmelerde ihtiyaç duyulan işgücü, hammadde gibi temel girdilerin sağlanmadığı durumlarda turistik ürün kavramı anlamını kaybedecektir. Turizmin hizmete dayalı bir sektör olması, 41 sektör ve alt sektör ile birlikte işlenmesi, destek endüstrilerin önemini daha çok ön plana çıkarmaktadır. Turizm işletmelerinin, istenilen düzeyde rekabet gücü elde edebilmesi özel hizmetler ve genel hizmetlerin uyum içinde işleyişi ile mümkün olmaktadır (Bahar, 2004; Bahar ve Kozak, 2012).

Firma stratejileri, yapı ve rekabet: Porter (1990), firma stratejilerinin, endüstri yapısının ve rekabetin, sektörün rekabet gücüne etki ettiğini savunmaktadır. İşletmeler tarafından belirlenen stratejiler, uluslararası rekabette önemli bir konuma sahiptir. Rekabetin düşük olduğu sektörler çekici bulunurken, yüksek rekabetin bulunduğu endüstriler, işletmelerin yenilikler yapması için motive edici olmaktadır. Stratejik yönetime uygun seçilen işletme stratejileri, uluslararası alanda işletmeleri olumlu yönde etkilemektedir. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri endüstrilerin özellikleri, rekabet gücü ve stratejiler üzerinde önemli bir rol oynamaktadır (Porter, 1990; Koç ve Özbozkurt, 2014).

Turizm işletmelerinin stratejilerini ve yönetim biçimlerini piyasaya göre belirleyerek rekabet güçlerini artırması gereklidir. Turizm işletmelerinde, fiyat ile rekabetten daha çok mal ve hizmetlerde farklılaşmaya giderek rekabet gücü artırılmalıdır. Ulusal rekabet için yenilik, yenilikçi ürünler ve üretim süreçleri önemli unsurlardır ve uluslararası alanda rekabet gücünü olumlu yönde etkilemektedir (Bahar, 2004; Bahar ve Kozak, 2012).

Devletin rolü: Ulusal rekabet avantajının dört ana belirleyicisi haricinde, devletin rolü değişken bir faktördür. Devletin ulusal rekabet avantajına etkisi, dört ana faktörü etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Firmalar ve işletmeler faktör koşulları, sübvansiyonlar, sermaye piyasalarına ve eğitime yönelik politikalar, gibi unsurlar sebebi ile devlet rolünden etkilenmektedir. Devlet düzenlemeleri veya satın

alma işlemleri, ulusal alanda rekabet eden işletmelerin uluslararası alanda hizmet etmesine engel oluşturuyorsa, devletin rolü olumsuz olmaktadır. Devlet, piyasalara doğrudan müdahalede bulunmamalı sadece rekabet ortamını iyileştirme ve işletmelere yenilikler yapmak için ilham vermek üzerine politikalar geliştirmelidir (Porter, 1990; Tasevska, 2006; Mehri ve Pakneiat, 2008).

Şans faktörü: Şans faktörü, rekabet pozisyonlarında kaymalar yaratmakta ve süreksizlik sağlamaktadır. Rekabete etki eden şans faktörlerine virüs ve salgın hastalıklar, beklenmeyen ürün ve teknolojilerin ortaya çıkması, döviz kurlarında meydana gelen değişimler, devletler tarafından verilen siyasi kararlar örnek verilebilir. Şans faktörleri rakiplerin önceden planladıkları avantajlarının geçersiz olmasına sebep olur (Porter, 1990; Tasevska, 2006; Bahar ve Kozak, 2012).

Şans faktörleri, turizm piyasalarını ve rekabet ortamını değiştirebilmektedir. Şans faktöründe yer alan bu olayların önceden öngörülememesi, piyasa yapısını yüksek oranda etkilemektedir. Öngörülemeyen olayların gerçekleşmesi sonucunda değişen fırsatların etkisi ile bazı destinasyonlar avantaj kaybederken, bazı destinasyonlar avantaj kazanmaktadır (Bahar, 2004).

Porter üç jenerik stratejisi

İşletme düzeyinde rekabet stratejileri maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklanma olarak üç gruba ayrılmaktadır. Bu üç jenerik stratejisi uygulanarak müşterilerde değer yaratma ve konumlandırma gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Konumlandırma, işletmelerin ürün ve hedef müşteri grubu dışında, rekabete yönelik yaklaşımını da etkilemektedir. (Porter, 1990; Kılıç ve Uslu, 2019).

Konumlandırma, müşterilerin mal ve hizmetleri pazarda nereye yerleştirdiği ile ilgili bir kavramdır. Rekabet üstünlüğü elde edebilmek için rakiplerden farklı şekillerde mal, hizmet veya markaların hedef kitleye yöneliminin sağlanması gerekmektedir (Çelik, 2009).

Turizm işletmeleri için konumlandırma, bölgenin özellikleri ve kilit müşteri gruplarının talepleri ile uyumlu olan imajlarını, sistematik bir şekilde potansiyel müşterilerin zihnine yerleştirme sürecidir. Turizmde destinasyon imajı, turistlerin bölgeyi ziyaret etmesinde kilit bir faktör olarak kabul edilmektedir. Doğru bir konumlandırma stratejisi, destinasyonu rakiplerinden farklılaştırmakta ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Doğru bir konumlandırma stratejisi için, destinasyon nitelikleri, hedef pazarın ihtiyaç ve istekleri ayrıntılı bir şekilde analiz edilmelidir. Doğru konumlandırma yapılmaması durumunda, destinasyon daha güçlü bir destinasyon ile rekabet etmekte zorluk çeker, destinasyonun konumu belirsizleşir bu durumda turistler konumlandırma amaçlı mesajları anlayamaz, destinasyon kimliğinin belirsiz olması sonucunda müşterinin zihninde olumsuz bir imaj oluşabilir (Chacko, 1996; Williams, 2001).

Üç jenerik stratejisi maliyet liderliği stratejisi, farklılaştırma stratejisi, odaklanma stratejisi olarak üç gruba ayrılmaktadır.

Maliyet liderliği stratejisi: Maliyet liderliği stratejisi, işletmelerin mal/hizmetlerini rakiplerinden daha verimli şekilde pazarlama, üretme ve tasarlama yeteneğidir (Porter, 1990). Maliyet liderliği stratejisinde iki önemli faktör bulunmaktadır. Birincisi, maliyet liderliği stratejisini uygulayan tek bir işletme olmalıdır. Birden fazla işletmenin bu stratejiyi uygulaması rekabeti artıracak ve bu durum işletmeler için olumsuz sonuçlanacaktır. İkincisi ise maliyet liderliğinde farklılaşmanın gerekli olmasıdır. Maliyet liderliği stratejisini uygulayan işletmeler tarafından sunulan mal/hizmetler tüketiciler tarafından istenilen ve satın alınan mal/hizmetler olmalıdır (Porter, 1985).

Maliyet liderliği stratejisi elde edebilmek için genel olarak yüksek pazar payı, hammaddelere elverişli erişim, teknolojik ekipmanlara yüksek oranda sermaye yatırım, agresif fiyatlandırma gibi başlangıçta uygulanması gereken yüksek maliyetli işlemler bulunmaktadır (Tasevska, 2006).

Farklılaştırma stratejisi: Farklılaştırma, işletmelerin mal ve hizmetlerine uyguladıkları yenilikler olarak tanımlanmaktadır. Farklılaştırma; tasarım ve marka imajı, teknoloji, mal/hizmet özelliklerinde değişiklikler, müşteri hizmetleri, bayi ağı oluşturma gibi faktörler ile gerçekleştirilebilir. Farklılaştırma

stratejisi, müşterilerde marka sadakati oluşturmakta ve rekabete karşı işletmeyi güçlendirmektedir, bu durum müşterilerde fiyata karşı daha düşük hassasiyet oluşmaktadır (Porter, 1980; Porter, 1985).

Farklılaştırma ile elde edilen avantajların sürdürülebilirliği daha uzun süre devam etmektedir. Müşteriler tarafından değer oluşturan mal/hizmetler, sektörde yer alan rakipler tarafından kolaylıkla taklit edilemez. Güvenilir ve kaliteli ürünler üretmeye odaklanmak, gelişmiş veya düşük performans maliyetlerinin yüksek olduğu pazarlarda satışlarda önemli bir etki yaratmaktadır (Porter, 1985; Banker vd., 2014). Farklılaştırma stratejileri uygulayan işletmelerin teknolojik olarak yeterli olması, işletme içi yaratıcılık potansiyelinin yüksek olması, pazarlama yeteneği, mal/hizmet geliştirme yeteneğine sahip olması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca farklılaştırmanın müşteriler üzerinde yaratacağı değer etkisi sürekli olarak takip edilmelidir (Koban ve İşçiöglü, 2019).

Odaklanma stratejisi: Odaklanma stratejisi, belirli bir müşteri grubu, belirli ürünler veya belirli bir coğrafi pazar üzerine yoğunlaşmaktır. Odaklanma stratejisi, belirli bir hedefe en nitelikli şekilde hizmet etmek üzerine kurulu bir stratejidir. Odaklanma stratejisini uygulayan işletmeler, maliyet liderliği ya da farklılaştırma stratejisi uygulan işletmeler ile rekabete etmek yerine, eksik pazar bölümlerini bulmaya çalışmaktadır. İşletmeler belirledikleri hedeflerin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamayı veya hedef müşteri grubuna daha düşük maliyetle hizmet etmeyi hedefleyebilmektedir.

Yöntem

Araştırmanın amacı ve önemi

Çalışmanın amacı; kış turizmi destinasyonlarında faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejilerinin belirlenmesidir. İşletmelerin rakipleri karşısında uyguladıkları rekabet ve konumlandırma stratejileri tespit edilerek, rekabet edebilirliklerinin artırılması açısından işletmelere katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu çalışmada, Türkiye'nin kış turizmi destinasyonlarında faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin, yöneticiler gözünden rekabetçi yanlarının belirlenmesi de hedeflenmektedir.

Türkiye'de kış turizminin gelişmesi, uluslararası pazarda yer alabilmesi için işletmelerin rekabet ve konumlandırma stratejilerinin geliştirilmesi çalışmanın önemini oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında elde edilecek bulgularla rekabetin yoğun olduğu kış turizmi destinasyonlarına, rekabet ve konumlandırma stratejileri konusunda önerilerde bulunulabilecektir.

Evren ve örneklem

Çalışmanın evreni, kış turizminde faaliyet gösteren konaklama işletmeleridir. Bu sebeple öncelikle kış turizmi destinasyonları sonraki aşamada ise destinasyonlarda yer alan konaklama işletmelerine ulaşılmıştır. Türkiye'de kış turizmi destinasyonlarında faaliyet gösteren araştırmaya uygun 42 konaklama işletmesinden 21 işletmenin üst düzey yöneticilerine yarı yapılandırılmış mülakat soruları yönlendirilmiştir. COVID-19 pandemisi ile birçok konaklama işletmesinin açılmaması ve bazı konaklama işletmeleri yöneticilerinin görüşmeyi kabul etmemesi sebebi ile 21 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın örneklemini oluşturan üst düzey yöneticiler ile görüşme yapılabilmesi için randevu talep edilmiş ve yöneticiler ile bireysel görüşme yapılmıştır. Katılımcıların üst düzey yönetici olması koşulu aranmıştır. 21 katılımcı ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda, verilerin doygunluğa ulaşması nedeniyle görüşmeler yeterli görülmüştür.

Veri toplama aracı

Verilerin elde edilmesi için görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmada, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış mülakat formu kullanılmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırmanın amacına uygun olduğu düşünülen 20 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat formu Michael E. Porter'ın 1990 yılında ortaya koyduğu "Elmas Modeli" ve 1985 yılında literatüre kazandırdığı "Üç Jenerik Stratejisi" kullanılarak oluşturulmuştur. Michael E. Porter'ın "Elmas Modeli" ve "Üç Jenerik Stratejisi" kullanılarak oluşturulan mülakat formu, yapı geçerliliğinin sağlanması amacı ile uzman görüşüne sunulmuştur. Dokuz uzman tarafından belirsizlik, bütünlük, anlaşılabilirlik gibi

konularda yapılan eleştiriler dikkate alınarak sorular düzenlenmiştir. Ön görüşme ve mülakatlar Şubat – Haziran 2021 tarihleri arasında 20 ile 50 dakika arasında değişen bireysel görüşmeler şeklinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yüz yüze, Zoom programı üzerinden ve telefon ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler görüntü ve ses kayıt cihazları ile kayıt altına alınarak raporlanmıştır.

Verilerin analizi

Araştırmada verilerin analizi için Wolcott'un (1994) önerdiği üç yol kullanılmıştır. Çalışmanın özgün olması için araştırmaya katılan bireylerin söylediklerinden alıntılar yapılmasının yanında sistematik olarak veriler kategorize edilerek incelenmiştir. Veri analizi sürecinde araştırmacının yorumları da kullanılmıştır. Strauss ve Corbin'in (1990) önerdiği model kapsamında kodlama, kategorileri belirleme, kategorileri isimlendirme ve bu kategorilerin özelliklerinin tanımlanması gerçekleştirilerek süreç tamamlanmıştır. Veri analizi için araştırmacı tarafından ön okuması yapılan metinlerin MAXQDA 2020 programı ile kod ve temaları oluşturulmuş daha sonra analiz edilmiştir.

Araştırmanın sınırlılıkları

Araştırmada üç sınırlılık bulunmaktadır. Bunlar; COVID-19 pandemisi nedeni ile bazı konaklama işletmelerinin faaliyete açılmaması, kış destinasyonlarında faaliyet gösteren konaklama işletmelerinden bazılarının dijital platformlarda yer almaması ve internet sitelerinin bulunmaması, kış turizminde sezonun kısa olmasından dolayı, zamanın kısıtlı olması ve iş yoğunluğundan dolayı üst düzey yöneticilerden geri dönüş alınamamasıdır. Kış turizminde faaliyet gösteren fakat ulaşamayan konaklama işletmeleri çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Görüşme tekniği ile elde edilen veriler, katılımcı görüşleri ile sınırlı kalmaktadır.

Bulgular ve tartışma

Katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler

Aşağıda görüşmede yer alan katılımcılara ait tanımlayıcı bilgilere (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, unvan, konaklama işletmesinde çalışma süresi) yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler

Kodlama	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Medeni Durum	Unvan	Konaklama İşletmesinde Çalışma Süresi
K1	Erkek	26-35	Lisans	Evli	Önbüro Müdürü	11 yıl ve üstü
K2	Erkek	46-55	Lise	Evli	Genel Müdür	1 yıldan az
K3	Erkek	46-55	Yüksek Lisans/Doktora	Evli	Satış Müdürü	1-3 yıl
K4	Erkek	36-45	Yüksek Lisans/Doktora	Evli	Önbüro Müdürü	11 yıl ve üstü
K5	Kadın	26-35	Lisans	Bekâr	Misafir İlişkileri Müdürü	6-10 yıl
K6	Erkek	46-55	Lisans	Evli	Genel Müdür	1-3 yıl
K7	Erkek	36-45	Lisans	Bekâr	Önbüro Müdürü	1-3 yıl
K8	Erkek	36-45	Lisans	Evli	Genel Müdür	11 yıl ve üstü
K9	Erkek	36-45	Yüksek Lisans/Doktora	Evli	Sorumlu Müdür	4-5 yıl
K10	Erkek	26-35	Yüksek Lisans/Doktora	Evli	Satış ve Pazarlama Müdürü	1-3 yıl
K11	Erkek	46-55	Lisans	Bekâr	Önbüro Müdürü	1 yıldan az
K12	Erkek	18-25	Lisans	Bekâr	Önbüro Müdürü	4-5 yıl
K13	Erkek	46-55	Lise	Evli	Genel Müdür	6-10 yıl
K14	Erkek	26-35	Lise	Evli	Teknik Müdür	4-5 yıl
K15	Erkek	26-35	Yüksek Lisans/Doktora	Evli	Otel Yöneticisi	4-5 yıl
K16	Erkek	26-35	Lisans	Bekâr	Önbüro Müdürü	1-3 yıl
K17	Erkek	36-45	Lisans	Evli	Genel Müdür	11 yıl ve üzeri
K18	Erkek	36-45	Lise	Bekâr	Operasyon Müdürü	1 yıldan az
K19	Erkek	56 ve üzeri	Yüksek Lisans/Doktora	Bekâr	Otel Müdürü	4-5 yıl
K20	Erkek	46-55	Yüksek Lisans/Doktora	Evli	Genel Müdür	6-10 yıl
K21	Erkek	26-35	Lisans	Bekâr	Önbüro Müdürü	1-3 yıl

Tablo 1’de katılımcıların yaş oranlarına bakıldığında yaklaşık %33’ünün 26-35, %23,8’inin 36-45, %28,5’inin 46-55 yaş aralığında yer aldığı ve katılımcıların çoğunlukla erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük kısmının erkek olması konaklama işletmelerindeki çalışma sürelerinin uzun ve şartlarının zor olmasına bağlanabilir. Katılımcıların konaklama işletmesinde çalışma sürelerinin 1 yıldan fazla olması çalışmanın geçerliliği konusunda belirleyici bir unsur olarak düşünülmektedir. Katılımcıların sektörde çalışma sürelerinin çoğunlukla 11 yıldan fazla olduğu fakat buldukları konaklama işletmesinde çalışma sürelerinin çoğunlukla 1-3 yıl arasında olduğu görülmektedir. Bu durum üst düzey yöneticilerde de değişimlerin fazla olduğunu göstermektedir. Eğitim seviyelerinin çoğunlukla yükseköğretim düzeyinde olması çalışmadan elde edilen bulgular arasındadır.

Konaklama işletmeleri hakkında genel bilgiler

Aşağıda konaklama işletmeleri hakkında genel bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 2: Konaklama işletmeleri hakkında genel bilgiler

Kodlama	İşletme Büyüklüğü	İşletmenin Açık Olduğu Dönemler	Yılda Ortalama Ziyaretçi	Kayak Merkezleri
K1	Butik Otel	12 Ay	10.000	Zigana
K2	İl Özel İdare Tesisi	12 Ay	-	Yalnızçam
K3	4 Yıldız	12 Ay	-	Uludağ
K4	5 Yıldız	12 Ay	65.000	Palandöken
K5	4 Yıldız	Aralık- Nisan	20.000	Kartalkaya
K6	4 Yıldız	12 Ay	60.000	Palandöken
K7	4 Yıldız	12 Ay	22.000	Erciyes
K8	3 Yıldız	12 Ay	25.000	Hazarbaba
K9	Butik Otel	Aralık- Nisan	100	Kopdağı
K10	3 Yıldız	12 Ay	50.000	Konaklı
K11	5 Yıldız	Kasım- Mart	5.000	Sarıkamış
K12	5 Yıldız	12 Ay	20.000	Kartepe
K13	4 Yıldız	Aralık- Mart	10.000	Kartalkaya
K14	3 Yıldız	Aralık- Mart	10.000	Kartalkaya
K15	3 Yıldız	Aralık- Mart	15.000	Uludağ
K16	4 Yıldız	Aralık- Mart	50.000	Kartalkaya
K17	4 Yıldız	12 Ay	32.000	Palandöken
K18	4 Yıldız	12 Ay	7.400	Erciyes
K19	3 Yıldız	Kasım- Nisan	7.000	Sarıkamış
K20	İl Özel İdare Tesisi	Aralık- Mart	1.500	Yıldızdağı
K21	5 Yıldız	Aralık -Mart	100.000	Uludağ

Tablo 2’de konaklama işletmelerinin yaklaşık %38’inin 4 yıldızlı olduğu, 3 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin toplam %42,8 oranında olduğu görülmektedir. Kış turizminde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin %52,3’ünün 12 ay açık olması elde edilen bulgular arasındadır. Kış destinasyonlarının yaz aylarında tırmanma, yürüyüş, yayla turizmi için kullanılması konaklama işletmelerinin 12 ay açık olmasına sebep olarak gösterilebilir. Yılda ortalama ziyaretçi sayısının ise en çok K21 olarak kodlanan konaklama işletmesinde olduğu görülmektedir. Katılımcılardan bazıları işletmenin yeni olmasından ya da işletmeyi yeni devralmasından dolayı ortalama ziyaretçi sayısı verememiştir.

İnsan kaynakları yönetimi sorusuna ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

“Çalışanlarınızın bilgi ve becerilerinin işletmenize rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığı hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular ele alındığında çalışanların bilgi ve becerilerinin işletmeye rekabet üstünlüğü sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar uzun süre birlikte çalıştıkları kalifiye elemanların konaklama işletmesinin işleyişini ve sorumluluklarını iyi bildiklerini, misafir istek ve ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verebildiklerini belirtmektedir. Çalışanların güler yüzlü, çözüm odaklı, yardımsever ve eğitilmiş olmasının katılımcılar nezdinde işletmeye rekabet üstünlüğü sağladığı ortaya çıkmaktadır.

Altyapı-üstyapı sorusuna yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“İşletmenizin altyapı ve üstyapı olanaklarının işletmenize rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna 19 katılımcı üstünlük sağladığı, 2 katılımcı üstünlük sağlamadığını cevabını vermiştir. Kış turizmi kapsamında altyapı ve üstyapı unsuru olarak mekanik tesislerin ve pistlerin yapısının rekabet üstünlüğü sağlamada etkili olduğu elde edilen bulgular arasında yer almaktadır. Rekabet üstünlüğü sağlamadığı dile getiren katılımcılar, kış turizmi kapsamında sadece kar olmasının yeterli bir unsur olduğunu belirtmektedir. Katılımcılardan bazıları da çevre altyapısının da çok önemli olduğunu alışveriş merkezleri, eğlence yerleri vb. unsurların buldukları bölgede yetersiz olduğunu ve bu unsurların eksik olmasının diğer bölgeler ile rekabeti olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Bazı bölgelerdeki katılımcılar oda sayısının yetersiz olduğunu ve yurtdışı pazarına açılmadıklarını da belirtmiştir.

Ulaşım sorusuna yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“Ulaşım olanaklarınızın işletmenize rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna 19 katılımcı rekabet üstünlüğü sağladığı, 2 katılımcı üstünlük sağlamadığı cevabını vermiştir. Karayolunun ulaşımına uygun olması, işletmenin havaalanına yakın olması ve konaklama işletmelerinin şehir merkezine yakın olması rekabet üstünlüğü sağlamada etkili olmaktadır. Kayak merkezlerinin büyükşehirlere yakın olması, havalimanı ile ulaşımın kısa zamanda gerçekleşmesi gibi etkenlerin de kış destinasyonlarına rekabet üstünlüğü sağladığı elde edilen bulgular arasındadır. Katılımcılardan bazıları telesiyelerin ve teleferiklerin ulaşımında önemli bir unsur olduğunu belirtmiştir. Rekabet üstünlüğü sağlamadığı ifade eden 2 katılımcı, özel ulaşım imkânları sunmadığı fakat bunun rekabeti olumsuz etkilemediğini ifade etmiştir.

Sermaye sorusuna ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

“İşletmenin sermaye gücünün rakiplerinize karşı avantaj sağlayıp sağlamadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna 14 katılımcı üstünlük sağladığını, 3 katılımcı üstünlük sağlamadığını, 4 katılımcı ise rekabeti etkilemediğini cevabını vermiştir. Katılımcılar sermayenin işletmenin modernizasyonunda, hizmet kalitesinde, beklenmedik krizlerde, çalışan ve misafirler tarafından tercih edilmede işletmeye rekabet üstünlüğü sağladığını belirtmiştir. 3 katılımcı, hizmet kalitesinin iyi olması durumunda sermayenin rekabet üstünlüğü sağlamadığını belirtmiştir. Rekabeti etkilemediğini ifade eden 4 katılımcı ise, sermayenin herhangi bir üstünlük sağlamadığını kış destinasyonlarında işletmelerin sermayelerinin birbirine yakın olduğunu dile getirmiştir.

Bilgi kaynaklarına yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“Bilgi kaynaklarınız ve bilgi akışının işletmenize rekabet avantajı sağlayıp sağlamadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna katılımcıların tamamı bilgi kaynaklarının işletmeye rekabet üstünlüğü sağladığını ifade etmiştir. Kullanılan programlar ile konaklama işletmesi içinde çalışanların anlık bilgi alışverişi yapabilmesi, misafirlerin bilgi ve isteklerinin veri tabanlarında kaydedilmesinin işletmeye rekabet üstünlüğü sağladığı elde edilen bulgular arasındadır. Bunlara ek olarak işletme yöneticileri online rezervasyon kanalları ile gerçekleştirilen bilgi akışının da çok önemli olduğunu ve işletmeye rekabet üstünlüğü sağladığını dile getirmiştir.

Müşteri istek ve beklentilerine yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

Katılımcılara “Müşteri istek ve beklentilerinin değişmesi uyguladığınız rekabet stratejilerini nasıl etkiler?” sorusu yönlendirilmiştir. 18 katılımcı, müşterilerin istek ve beklentilerinin değişmesiyle birlikte uyguladıkları rekabet stratejilerinin olumlu etkilendiğini dile getirmiştir. Müşteri istek ve beklentilerinin dikkate alınması gerektiği, işletmeye motivasyon ve itici güç kazandırdığı, işletmenin gelişmesine katkıda bulunduğu ve müşteri memnuniyetini etkilediği elde edilen bulgular arasındadır. Bazı katılımcılar yeniliğe açık olunmaması durumunda diğer işletmeler ile rekabet edemeyeceklerini belirtmiştir. 3 katılımcı ise, tüm müşteri istek ve beklentilerine cevap vermenin mümkün olmadığını çünkü mevcut sermaye, çevre koşulları gibi unsurların buna uygun olmadığını ifade etmişlerdir.

Değer oluşturma sorusuna yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

Katılımcılara “Müşterileriniz için değer oluşturmada hangi konulara önem verirsiniz?” sorusu yönlendirilmiştir. Değer oluşturma ile ilgili bulgular incelendiğinde müşteriler için değer oluşturmada

en çok kalite ve memnuniyete önem verildiği saptanmıştır. Katılımcılar bazıları değer oluşturmada fiyatın önemli olduğunu belirtirken, diğer katılımcılar değer oluşturmada fiyatın önemli bir unsur olmadığı, verilen hizmetin kaliteli olmasının durumunda müşterilerin fiyatı önemsemediğini ifade etmiştir. Değer oluşturmada önemli görülen diğer unsurlar ise müşteriye tanımak, özel günlerini hatırlamak, işletmede aile ortamı oluşturmak ve misafire güven vermek olarak sıralanmıştır.

Müşteri ilişkileri yönetimi sorusuna ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

Katılımcılara “Müşteri ilişkileri yönetimini nasıl gerçekleştiriyorsunuz? Müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarının işletmenize rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığını hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu yönlendirilmiştir. Bulgular incelendiğinde sorun, şikâyet ve önerilerin hemen çözülmesinin müşterilerin memnuniyet derecesini arttırdığı, bu sebeple rekabet üstünlüğü sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Misafirin bir sorun yaşaması ya da bir şikâyette bulunması durumunda işletmelerde bulunan üst düzey yöneticiler, misafir ilişkileri yönetimi veya ön büro elemanları en hızlı şekilde sorunu çözmeye yönelik uygulamalar gerçekleştirmektedir. Müşteri ilişkileri yönetimi birimi bulunmayan küçük işletmelerde genellikle üst düzey yöneticilerin misafirler ile birebir iletişim kurması da elde edilen bulgular arasındadır.

İlgili ve destek endüstriler sorusuna yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“İşletme faaliyetlerini sürdürmek için ilişki içinde olduğunuz diğer endüstri ve işletmelerin (ulaştırma, seyahat acentesi vs.) işletmenize rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna 18 katılımcı üstünlük sağladığı, 2 katılımcı üstünlük sağlamadığı, 1 katılımcı ise rekabeti etkilemediği cevabını vermiştir. İşletmelerin büyük çoğunluğunun acenteler ile çalıştığı ve acentelerin işletmeye büyük bir rekabet üstünlüğü sağladığı elde edilen bulgular arasındadır. Acente ve online satış kanallarını kullanmanın hedef kitleye daha hızlı ulaşmada etkili olduğu elde edilen bulgular arasındadır. Pistlere belli uzaklıkta olan işletmelerin, misafire özel ulaşım hizmeti sunmasının da rekabet üstünlüğü sağladığı elde edilen bulgular arasındadır. Buna ek olarak havaalanı, terminalden misafirlere özel ulaşım imkânı sağlayan işletmeler rekabet üstünlüğü elde ettiğini dile getirmiştir.

Hammadde ve hizmet tedariklerine yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“İhtiyaç duyulan hammadde ve hizmet tedariklerini nasıl yönetiyorsunuz? Bu durum diğer işletmelere karşı rekabet gücünüzü nasıl etkiliyor?” sorusuna 17 katılımcı üstünlük sağladığı, 3 katılımcı rekabet üstünlüğü sağlamadığı ve 1 katılımcı rekabeti etkilemediği cevabını vermiştir. Rekabeti etkilemediğini dile getiren katılımcılar, kış destinasyonlarında bulunan konaklama işletmelerinin genellikle aynı tedarikçiler ile çalıştığını, tedarik hizmetlerinin bir fark yaratmadığını ifade etmiştir. Kış turizminde işletmelerin genel olarak şehir merkezinden uzak destinasyonlarda bulunması, ihtiyaç duyulan ürün ve hammaddeye anında ulaşamaması gibi sebepler ile katılımcılar kurumsal, zincir ve güvenilir olan tedarikçileri tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

Pazar payını korumaya ve büyümeye yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“Pazar payınızı korumak ve büyümek için izlediğiniz stratejilerin işletmenize rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna 20 katılımcı rekabet üstünlüğü sağladığı, 1 katılımcı üstünlük sağlamadığı cevabını vermiştir. Katılımcıların cevapları analiz edildiğinde, işletmelerin pazar payını korumak için gelen misafirler ile iyi ilişkiler kurması, kaliteli mal/hizmet sunması ve misafir memnuniyetine önem vermesi elde edilen bulgular arasındadır. Katılımcılar, memnun kalan misafirlerin tekrar aynı konaklama işletmesini tercih ettiklerini ve yakın çevrelerine önerdiklerini belirtmişlerdir. Bu durum işletmelerin pazar payını arttırmasına olanak sağlamaktadır. Üstünlük sağlamadığını ifade eden 1 katılımcı ise kış destinasyonlarında pazar payını korumak için kar yağışının etkili olduğunu, kar olmadığı durumda stratejilerin yetersiz olduğunu dile getirmiştir.

Rakip destinasyonlara yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“Türkiye’de ve dünyada kış turizmi destinasyonlarından hangisini kendinize rakip olarak görüyorsunuz? Neden?” sorusu yönlendirildiğinde katılımcıların büyük kısmı dünyadaki kış turizmi destinasyonlarını rakip olarak görmediklerini dile getirmiştir. Katılımcılardan bazıları ise Alp Dağları ve Bulgaristan’da yer alan Bansko Kayak Merkezi’ni rakip olarak gördüklerini ifade etmiştir. 6 katılımcı

Bursa’da bulunan Uludağ kayak merkezini rakip olarak gördüklerini dile getirmiştir. 5 katılımcı Erzurum’da bulunan Palandöken kayak merkezini rakip olarak gördüklerini, 2 katılımcı ise Bolu’da bulunan Kartalkaya kayak merkezini rakip olarak gördüğünü ifade etmiştir.

Fiyat politikasına ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

“Daha rekabetçi olmak için izlediğiniz fiyat politikası nedir?” 11 katılımcı fiyat politikalarını hizmet kalitesi ile doğru orantılı gerçekleştirdiklerini, 3 katılımcı ise fiyatı arz ve talebe göre belirlediklerini, kış sezonu dışında fiyatlar çok uygun olsa da misafir sayısının düşük olduğunu belirtmişlerdir. Diğer işletmelerin ise masraflarla doğru orantılı, memnuniyet odaklı, ekonomik fiyat, düşük fiyat politikası izlediği elde edilen bulgular arasındadır.

Şans faktörüne ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

Katılımcılara dışsal faktör olan şans faktörüne ilişkin “Kontrolünüz dışında gelişen olumlu veya olumsuz durumlarda nasıl bir strateji izlersiniz? (Politik olaylar, pandemi, savaş, ekonomik kriz, teknoloji gelişimi vs.)” sorusu yönlendirilmiştir. 8 katılımcı, belli bir strateji geliştirmediklerini, kontrolleri dışında gelişen olaylarda hangi stratejiyi uygulamak gerekiyorsa o stratejiyi uyguladıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar genellikle araştırmanın yapıldığı dönemde devam etmekte olan COVID-19 salgınına yönelik cevap vermişlerdir. COVID-19 salgını kapsamında, işletmelerin “Güvenli Otel Sertifikası” olarak misafirlere güven verdiği, reklam ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirerek dış pazarı tercih eden misafirleri iç pazara yönlendirdiği elde edilen bulgular arasındadır.

Devletin rolüne yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“Kış turizmine yönelik devlet teşviklerinin, tanıtım ve vergi politikalarının rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna 10 katılımcı rekabet üstünlüğü sağladığı, 9 katılımcı rekabet üstünlüğü sağlamadığı cevabını vermiştir. Katılımcılardan 1 kişi rekabeti etkilemediğini dile getirirken, 1 katılımcı çekimser davranarak soruya cevap vermek istememiştir. Rekabet üstünlüğü sağladığı cevabını veren 10 katılımcıdan 3’ü kış turizmi destinasyonları arasında ayrımcılık yapıldığını, teşviklerin ve tanıtımların yetersiz düzeyde olduğunu ve bu durumun kış destinasyonları arasında rekabeti olumsuz etkilediğini ifade etmiştir. 1 katılımcı devlet teşvik, politika ve tanıtımlarının ülke içinde rekabeti etkilemediğini ancak yurt dışı ile rekabette etkili olacağını ifade etmiştir.

Maliyet azaltıcı uygulamalar ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

Katılımcılara “Maliyet azaltıcı sistem ve uygulamalarını tercih ediyor musunuz? Bunun işletmenize avantajları ya da dezavantajları nelerdir?” sorusu yönlendirilmiştir. 15 katılımcı maliyet azaltıcı uygulamaların işletmelerine rekabet üstünlüğü sağladığını, 6 katılımcı ise avantaj sağlamadığını dile getirmiştir. Katılımcılar işletmelerin en büyük gider kalemlerinin enerji giderleri ve personel gideri olduğunu ifade etmiştir. Maliyet azaltıcı sistem ve uygulamaları kullanmanın sürdürülebilirlik, ekosistem ve çevre için önemli bir unsur olduğu elde edilen bulgular arasındadır. İşletmeler hammadde ve demirbaş ürünlerde maliyet azaltıcı sistemleri kullanmadıklarını, bu durumun misafir memnuniyetini olumsuz etkileyeceğini ifade etmişlerdir. 6 katılımcı, kış destinasyonlarında bulunan konaklama işletmelerinde maliyet azaltıcı sistemleri kullanmanın işletme için risk oluşturduğunu ifade etmiştir.

Tedarik maliyetlerine ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

“İşletmenizde ihtiyaç duyulan hammadde ve hizmetleri daha düşük ya da daha yüksek maliyetlerle temin etmek işletmenize nasıl avantaj ya da dezavantaj sağlıyor?” sorusuna düşük maliyetlerin işletme kalitesini ve imajını olumsuz etkileyeceği, yüksek maliyetli ürünlerin ise işletme tarafından tercih edilmediği cevapları verilmiştir. Katılımcıların tedarikçi firmalardan teklif aldıkları ve işletmelerine uygun kalitede ürün tercih ettikleri elde edilen bulgular arasındadır. Bu sebeple işletme yöneticileri uygun fiyata kaliteli ürün temin ettiklerini dile getirmişlerdir.

Hedef müşteri grubuna ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri

Katılımcılara “Hedef müşteri grubunu seçerken hangi unsurlara dikkat ediyorsunuz? Sizce belli bir pazara odaklanmanın ortaya çıkardığı avantajlar ve dezavantajlar nelerdir?” sorusu yönlendirilmiştir. Hedef müşterini grubunu seçerken belli bir pazara odaklanmanın doğru olmadığı, işletmelerin birden

çok pazara odaklanmayı tercih ettiği elde edilen bulgular arasındadır. Katılımcılardan bazıları kış turizmi destinasyonlarında doğa sporlarını seven müşteri grubunu seçtiklerini ifade etmiştir. Bazı katılımcıların ise hizmet kalitesi ve sunulan ürüne uygun müşteri gruplarına odaklandığı elde edilen bulgular arasındadır.

Pazar bölümlendirme sorusuna yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

“Rakiplerinizden daha etkin pazar bölümlendirme stratejisi uygulamanız işletmenize nasıl bir rekabet üstünlüğü sağlamaktadır?” sorusuna 15 katılımcı rekabet üstünlüğü sağladığı, 3 katılımcı üstünlük sağlamadığı, 3 katılımcı ise rekabeti etkilemediği cevabını vermiştir. Yurt dışı pazarına odaklanan işletmeler yabancı para girdisi bakımından daha avantajlı olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılardan bazıları devamlı gelen misafirler ile sosyal medya aracılığıyla sürekli iletişim içinde olduklarını bu sebeple pazar bölümlendirme stratejisi geliştirmediklerini dile getirmişlerdir. Bazı katılımcılar ise pazar bölümlendirme stratejisini doğru bulmadıklarını her pazara hitap edilmesi gerektiğini ifade etmişler.

Farklaştırma stratejisine yönelik katılımcıların değerlendirmeleri

Katılımcılara “İşletmenizi diğer işletmelerden farklılaştıran, müşterilerin sizi tercih etmesinde ön plana çıkan bir unsur var mı? Neden bu unsuru tercih ediyorsunuz?” sorusu yönlendirilmiştir. Katılımcılar tarafından “Kaliteli hizmet” 8 kez, “çevrenin doğal güzelliği” 3 kez, “ulaşım kolaylığı”, “büyükşehirlere yakınlık” toplam 5 kez tekrarlanmıştır. Personelin güler yüzlü olması, işletmede uzun süre çalışması, anlayışlı ve tecrübeli olmasının işletmeyi ön plana çıkardığı elde edilen bulgular arasındadır. Bazı katılımcılar işletmenin aile oteli olmasının, işletmeyi ön plana çıkardığını ve bu yüzden tercih edildiklerini dile getirmiştir.

Kod ilişkileri analizi

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda, çalışmanın daha iyi anlaşılması için oluşturulan kodlar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Şans ve devlet faktörlerinin ilişki içinde olduğu kodlar bulunmadığı için bu faktörlere yer verilmemiştir.

Faktör koşulları ile en çok ilişkili olarak görülen kod altyapı/üstyapı, en az ilişkili kodun ise insan kaynakları olduğu tespit edilmiştir. Bilgi kaynakları ve insan kaynakları arasında 1 kez, sermaye ve altyapı/üstyapı arasında 4 kez, ulaşım ve altyapı/üstyapı arasında 3 kez ilişki kurulmuştur. Sermaye ile altyapı/üstyapı arasında 4 kez ilişki kurulmasının sebebi destinasyonlarda bulunan otellerinin ve bölgenin gelişiminin sermayeye bağlı olması olarak değerlendirilebilir (Tablo 3).

Tablo 3: Faktör koşulları kod ilişkileri tablosu

Kod Sistemi	Bilgi Kaynakları	Sermaye	Ulaşım	Altyapı- Üstyapı	İnsan Kaynakları
Faktör Koşulları	22	22	25	26	23
Faktör Koşulları\Bilgi Kaynakları	0	0	0	0	1
Faktör Koşulları\Sermaye	0	0	0	4	0
Faktör Koşulları\Ulaşım	0	0	0	3	0
Faktör Koşulları\Altyapı- Üstyapı	0	4	3	0	1
Faktör Koşulları\İnsan Kaynakları	1	0	0	1	0

Talep koşullarında en çok ilişkili görülen kod müşteri istek ve beklentileri olurken, en az ilişkili kod ise müşteri ilişkileri yönetimi olmuştur. Müşteri ilişkileri yönetimi kodu ile değer oluşturma, müşteri istek ve beklentileri kodları 1 kez eşleşmiştir. Oluşturulan kodlar (müşteri ilişkileri yönetimi, değer oluşturma, müşteri istek ve beklentileri) birbiri ile etkileşim içinde olan unsurlardır. Bu unsurlardan bir tanesinin olumsuz olması durumunda diğer unsurlarda olumsuzluktan etkilenecektir (Tablo 4).

Tablo 4: Talep koşullarına kod ilişkileri tablosu

Kod Sistemi	Müşteri İlişkileri Yönetimi	Değer Oluşturma	Müşteri İstek ve Beklentileri
Talep Koşulları	22	23	24
Talep Koşulları\Müşteri İlişkileri Yönetimi	0	1	1
Talep Koşulları\Değer Oluşturma	1	0	1
Talep Koşulları\Müşteri İstek ve Beklentileri	1	1	0

İlgili ve destek endüstriler kodunda hammadde ve hizmet tedarikleri 21 kez, destek endüstriler ise 20 kez eşleşmiştir. Hammadde ve hizmet tedarikleri ile destek endüstriler arasında 1 kez etkileşim gerçekleşmiştir. Turizm endüstrisinin hizmet odaklı olması, destek endüstrileri ve hammadde/hizmet tedariklerini daha önemli duruma getirmektedir (Tablo 5).

Tablo 5: İlgili ve destek endüstriler kod ilişkileri tablosu

Kod Sistemi	Hammadde ve Hizmet Tedarikleri	Destek Endüstriler
İlgili ve Destek Endüstriler	22	21
İlgili ve Destek Endüstriler\Hammadde ve Hizmet Tedarikleri	0	1
İlgili ve Destek Endüstriler\Destek Endüstriler	1	0

Firma stratejileri, yapısı ve rekabet koşulları ile fiyat politikası 24 kez, rakip destinasyon ve pazar payını korumak 21 kez eşleşmiştir. Fiyat politikası ile rakip destinasyonlar 1 kez, pazar payını korumak ise 2 kez etkileşim göstermiştir. Firma stratejileri, yapısı ve rekabette işletmelerin belirledikleri fiyat politikaları, rakip destinasyonların uygulamış olduğu stratejiler ve diğer işletmeler ile rekabet edebilmek için pazar payını koruma ve büyütme stratejileri büyük önem taşımaktadır (Tablo 6).

Tablo 6: Firma stratejileri, yapısı ve rekabet kod ilişkileri tablosu

Kod Sistemi	Fiyat Politikası	Rakip Destinasyonlar	Pazar Payını Korumak
Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet Koşulları	24	21	21
Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet Koşulları\Fiyat Politikası	0	1	2
Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet Koşulları\Rakip Destinasyonlar	1	0	0
Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet Koşulları\Pazar Payını Korumak	2	0	0

Konumlandırma ana teması, farklılaştırma stratejisi ile 21 kez, odaklanma stratejisiyle 17 kez, maliyet liderliği ile 19 kez eşleşmiştir. Odaklanma stratejisinin alt başlıkları olan pazar bölümlendirme kodu ile 22, hedef müşteri grubu ile 21 kez eşleşmiştir. Aynı şekilde maliyet liderliği alt başlıkları olan tedarik maliyetleri ve maliyet azaltıcı uygulamalar ile 21 kez eşleşmiştir (Tablo 7).

Tablo 7: Konumlandırma Kod İlişkileri Tablosu

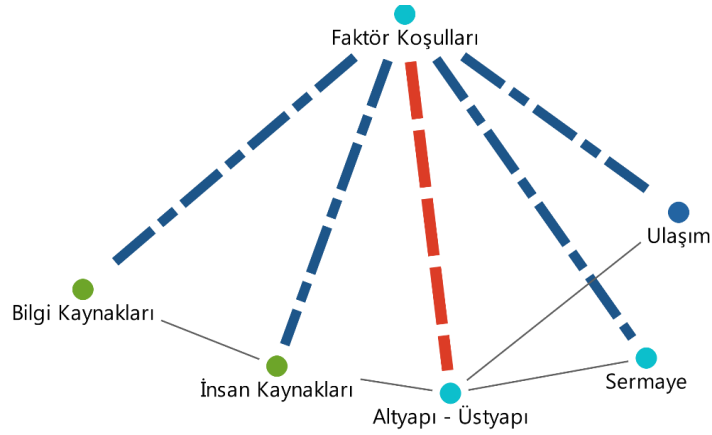
Kod Sistemi	Farklılaştırma Stratejisi	Odaklanma Stratejisi	Pazar Bölümlendirme	Hedef Müşteri Grubu	Maliyet Liderliği	Tedarik Maliyetleri	Maliyet Azaltıcı Uygulamalar
Konumlandırma	21	17	22	21	19	21	21
Konumlandırma\Farklılaştırma Stratejisi	0	0	0	0	0	0	0
Konumlandırma\Odaklanma Stratejisi	0	0	18	17	0	0	0
Odaklanma Stratejisi\Pazar Bölümlendirme	0	18	0	1	0	0	0
Odaklanma Stratejisi\Hedef Müşteri Grubu	0	17	1	0	0	0	0
Konumlandırma\Maliyet Liderliği	0	0	0	0	0	19	19
Maliyet Liderliği\Tedarik Maliyetleri	0	0	0	0	19	0	0
Maliyet Liderliği\Maliyet Azaltıcı Uygulamalar	0	0	0	0	19	0	0

Odaklanma stratejisi, pazar bölümlendirme kodu ile 18 kez, hedef müşteri grubu ile 17 kez etkileşim göstermiştir. Ayrıca pazar bölümlendirme ve hedef müşteri grubu 1 kez etkileşim göstermektedir. Maliyet liderliği kodu alt kodları olan tedarik maliyetleri ve maliyet azaltıcı uygulamalar ile 19 kez etkileşim göstermiştir (Tablo 7).

Kod haritası analizi

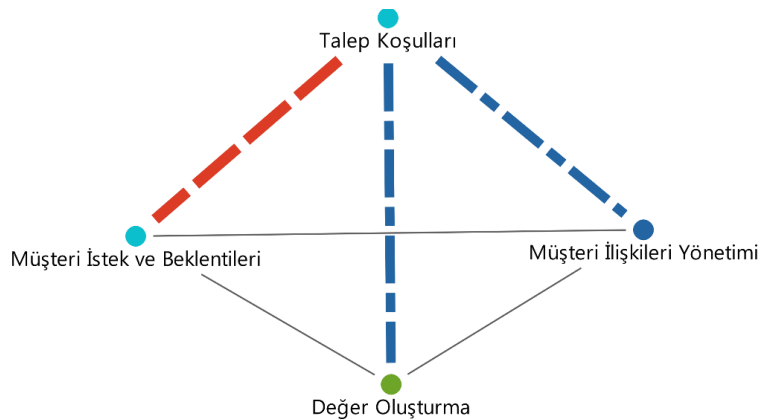
Faktör koşulları teması altında 5 kod (bilgi kaynakları, insan kaynakları, altyapı-üstyapı, sermaye, ulaşım) yer almaktadır. Bu kodlar incelendiğinde faktör koşulları altında yer alan unsurların tamamı ile yoğun bir ilişki olduğu görülmektedir. İşletmelerin endüstride faaliyete başlaması ile beraber bu unsurların bulunması büyük önem taşımaktadır, bu unsurlardan birinin eksik olması işletmenin rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir (Şekil 1).

Şekil 1: Faktör koşulları kod haritası



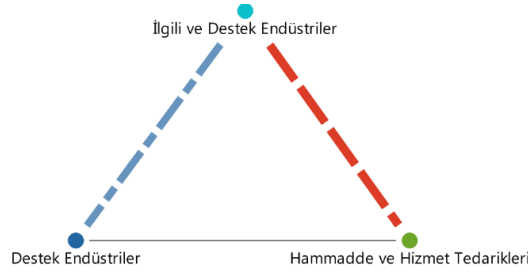
Talep koşulları altında 3 kod (müşteri istek ve beklentileri, değer oluşturma, müşteri ilişkileri yönetimi) yer almakta olup en yoğun ilişki kurulan unsur müşteri istek ve beklentileri olmuştur. İşletmelerin rekabet içerisinde yer alabilmesi için müşteri istek ve beklentilerini bilmesi, müşteri ilişkilerini yönetimi doğru şekilde gerçekleştirilmesi ve müşterilerde değer oluşturarak müşteri sadakati oluşturması rekabette önemli unsurlardır. Bu nedenle, talep koşulları ile üç unsur arasında yoğun bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Şekil 2).

Şekil 2: Talep koşulları kod haritası



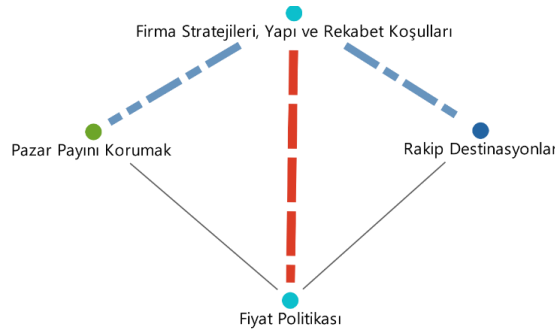
İlgili ve destek endüstriler faktöründe destek endüstriler ve hammadde/hizmet tedarikleri arasında olan ilişkinin yoğun olduğu görülmektedir. Destek endüstriler ve hammadde/hizmet tedarikleri işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmesinde etkili unsurlardır. İlgili ve destek endüstriler faktörü altında yer alan unsurdan en çok ilişki kurulan hammadde ve hizmet tedarikleri olmuştur (Şekil 3).

Şekil 3: İlgili ve destek endüstriler kod haritası



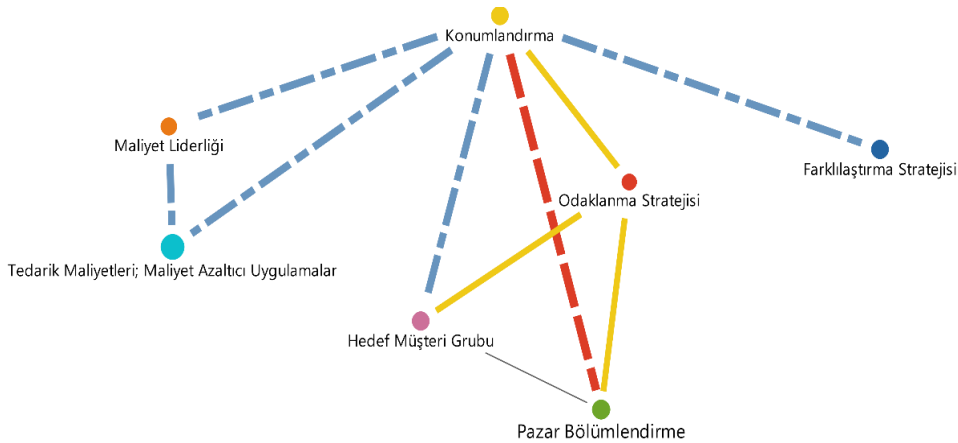
Firma stratejileri, yapı ve rekabet faktörü altında pazar payını koruma, fiyat politikası ve rakip destinasyonlarla ilişkiler yoğunudur. Bunun sebebi rekabet ortamında bu unsurların önemli olmasıdır. Firma stratejileri yapı ve rekabet koşullarında en güçlü ilişki fiyat politikası ile gerçekleşmiştir. Rekabette en önemli unsurlardan olan fiyatın, işletme tarafından doğru ve hizmete uygun belirlenmesi önemlidir (Şekil 4).

Şekil 4: Firma stratejileri, yapı ve rekabet kod haritası



Konumlandırma stratejisine yönelik verilen kodlar farklılaştırma, odaklanma ve maliyet liderliği stratejisidir. Maliyet liderliği ve farklılaştırma stratejileri yoğunluğu aynı oranda çıkarken odaklanma stratejisi yoğunluğu en az olan unsur olarak belirlenmiştir. Odaklanma stratejisi altında yer alan pazar bölümlendirme kodu, konumlandırma stratejisi ile en çok yoğunluğu olan kod olmuştur. Bunun sebebi ise konumlandırma stratejisinde, pazar bölümlendirmenin önemli bir rol oynaması ve katılımcıların bu kod üzerinde birçok görüşünün olması olarak değerlendirilebilir (Şekil 5).

Şekil 5: Konumlandırma stratejisi kod haritası



Sonuç ve öneriler

Bu çalışmanın amacı kış turizmi destinasyonlarında faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejilerini belirlemektir. Konaklama işletmelerinde bulunan üst düzey yöneticilere, rekabet ve konumlandırma stratejilerine ilişkin 20 soru yönlendirilmiştir. Bu bölümde çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirilmiş ve öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

Faktör koşulunun alt unsuru olan insan kaynakları işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamasında etkili olmaktadır. Çalışanların nazik olması, müşteri ihtiyaçlarını bilmesi ve anlaması, kalifiye eleman olması, çalışanlara düzenli eğitimler verilerek motivasyon ve memnuniyetlerinin yüksek tutulması, misafir talep ve isteklerinin karşılanmasında pratik olması gibi faktörler konaklama işletmelerine rekabette üstünlük sağlamaktadır. Dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri, eğitimler ile çalışan motivasyonunu yüksek tutmakta ve misafirlerden olumlu geri dönüş almaktadır. Aynı zamanda eğitilmiş ve donanımlı çalışanlar, krizleri ve misafir ilişkilerini daha iyi yönetmektedir. Kış turizminde faaliyet göstermekte olan konaklama işletmelerinde misafirlerin sık sık ziyaret ettikleri işletmelerde tanıdık çalışanlar görmesi, misafirlerin daha rahat ve aile ortamında hissetmesine sebep olmaktadır. Bu bağlamda kalifiye personele sahip olmak konaklama işletmeleri için önemli bir etkidir.

Altyapı-üstyapının yeterli ve gelişmiş olması konaklama işletmelerine rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Kış turizminde yer alan konaklama işletmelerin dağlık alanlara kurulması, altyapı-üstyapıyı daha önemli hale getirmektedir. Konaklama işletmelerinde bulunması gereken pistler, mekanik tesisler, ulaşım, konaklama kapasitesinin yanında, destinasyonun altyapı ve üstyapısının yeterli olması rekabette önemli bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Palandöken, Uludağ, Erciyes gibi büyük ve tanınmış kayak merkezlerinin ziyaretçi oranlarının yüksek olması destinasyonun daha gelişmiş olmasına ve daha fazla yatırım yapılmasına sebep olmaktadır. Bu durum yeni kurulan ve küçük kayak merkezlerinin rekabetini olumsuz etkilemektedir.

Turizm destinasyonlarının ulaşılabilir olması turizm için en önemli gerekliliklerden biridir. Altyapı üstyapı başlığı altında değerlendirilen ulaşımın, rekabeti olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşımın kolay olması, kayak merkezlerinin büyük şehirlere yakın olması misafirlerin destinasyon tercihlerini etkilemektedir. Havaalanı, otogar gibi ulaşım kolaylığı sağlayan alanların bulunduğu şehirlerde yer alan kayak merkezleri gününbirlik ve kısa süreli tatiller için daha çok tercih edilmektedir. Faktör koşullarının alt unsuru olan sermaye konaklama işletmelerinin koşullarını iyileştirilmesi, yenilik, inovasyon ve kriz durumları için önem taşımaktadır. Günümüzde misafir istek ve ihtiyaçları sürekli olarak değişmekte, misafir beklentilerinin karşılanması için sermaye önemli bir yer tutmaktadır. Aynı zamanda sermaye gücü personelin işletme seçiminde de etkili olmaktadır. Sermayesi yüksek olan işletmeler belli bir standart sağlamakta ve bu standardın dışına çıkan konaklama işletmeleri ürün kalitesinin düşmesi sonucunda misafir, çalışan kaybı yaşayabilmektedir.

Konaklama işletmeleri içinde bulunan veriler, raporlar ve bilgiler iş akışında önemli unsurlardır. Bu unsurlar konaklama işletmelerine rekabet üstünlüğü sağlamakla beraber işletmenin devamlılığı için fayda sağlamaktadır. Kullanılan programlar ve raporlar, konaklama işletmesi içerisinde bulunan bütün departmanların sistematik bir şekilde işlenmesini sağlayarak işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmesine sebep olmaktadır. Bütün faktör koşullarının sürekli olarak geliştirilmesi ve iyileştirmesi, konaklama işletmelerinin uluslararası alanda rekabet etme gücünü artıracaktır.

Talep koşullarının alt unsuru olarak, müşteri istek ve beklentileri, değer oluşturma, müşteri ilişkileri yönetimi başlıkları incelenmiştir. Müşteri istek ve beklentilerinin değişmesi, konaklama işletmelerinin yenilikler yapmasında motive edici ve itici güç olmaktadır. Değişen istek ve beklentiler sonucunda yapılan yenilik ve değişimler, misafir artışına sebep olmakta ve konaklama işletmelerine rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Bu nedenle işletmeler, yenilikleri takip etmeli, müşteri istek ve beklentilerini dikkate alarak mal ve hizmet geliştirmelidir.

İşletmelerin müşterilerde değer oluşturmaları, işletmelerin tercih edilmesini etkilemektedir. Misafirlerin özel istek ve zevklerinin bilinmesi, özel günlerinin bilinmesi, kaliteli hizmet sunumu misafir memnuniyetini artırmakta ve rekabet üstünlüğü sağlamada etkili olmaktadır. Konaklama işletmelerinde personel kalitesi, yiyecek/içecek kalitesi, hizmet kalitesi, fiyat-hizmet orantısının değer oluşturmada tercih edilen unsurlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Konaklama işletmelerinde müşteri ilişkileri yönetiminin doğru uygulanması, müşteri şikâyet, istek ve beklentilerinin en kısa sürede çözülmesi misafir memnuniyetini artırmakta ve rekabet üstünlüğü

sağlamaktadır. Dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinde müşteri ilişkileri departmanı yer alırken, üç yıldız ve altı işletmelerde, müşteri şikâyet, istek ve beklentileri ile genel olarak üst düzey yöneticiler, ön büro departmanında bulunan personeller ilgilenmekte veya bütün çalışanlar müşteri şikâyetleri ile ilgilenme görevini üstlenmektedir.

İlgili ve destek endüstriler faktörü altında katılımcılara destek endüstriler, hammadde ve hizmet tedariklerine yönelik sorular yönlendirilmiştir. Ulaştırma, seyahat acentaları, tedarikçiler gibi destek endüstrilerin konaklama işletmelerine rekabet üstünlüğü sağladığı ulaşılan sonuçlar arasındadır. Destek endüstriler ile konaklama işletmeleri arasında gerçekleşen iletişim kopukluğu, güvensizlik ve yaşanan diğer sorunlar müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyebilmekte ve konaklama işletmesinin iş akışında olumsuzluklara sebebiyet verebilmektedir. Hammadde ve hizmet tedariklerinin işletmelere rekabet üstünlüğü sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Kış turizminde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin şehir merkezlerine uzak olması, ihtiyaç duyulan hammadde ve hizmet tedariklerine anında ulaşılmasını zorlaştırmaktadır. Kış destinasyonlarının dağlık bölgelere konumlandırılması sebebiyle, destinasyonlarda yer alan konaklama işletmeleri genel olarak aynı tedarikçilerden ürün girdisi sağlamaktadır. Bazı konaklama işletmeleri kendi tedarik zincirlerini kurmakta ve işletme bu durumda anında tedarik yapabilme özelliği ile rekabet üstünlüğü elde etmektedir.

Firma stratejisi, yapı ve rekabet faktörü altında, işletmelerin pazar payını koruma ve genişletme stratejileri, rakip gördükleri destinasyonlar ve fiyat stratejilerine yönelik sorular yönlendirilmiştir. Bu bağlamda işletmelerin pazar payını korumak için izledikleri stratejilerin işletmeye rekabet üstünlüğü sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Konaklama işletmeleri pazar payını genişletmek ve mevcut pazarı elde tutmak için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Bazı kış destinasyonlarında pazar payını genişletmek isteyen konaklama işletmeleri, yatak kapasitesi, altyapı-üstyapı yetersizliği gibi sebeplerden dolayı dış pazara açılmamakta ve pazar genişletme stratejilerini uygulayamamaktadır.

Katılımcılara Türkiye’de ve dünyada rakip gördükleri destinasyonlara yönelik soru yönlendirilmiş ve katılımcılardan bazıları dünyada bulunan kış turizmi destinasyonlarını rakip olarak göremediklerini dile getirmişlerdir. Bunun sebebi ise yurtdışında kış turizminin bir kültür haline gelmesi ve uzun zamandan beri kayak sporu ile kış turizminin gelişmesi, Türkiye’de kış turizmine yeterli yatırımın yapılmamasıdır. Bazı katılımcılar İsviçre, İtalya ve Fransa’da yer alan Alp Dağları olduğunu ifade etmiştir. Alp Dağları’nın rakip olarak görülme sebebinin ise tesisleşmenin kaliteli ve fazla olması, pistlerin uzunluğu, pistlerin konforu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rakip olarak görülen diğer bir destinasyon ise, Bulgaristan’da yer alan Bansko kayak merkezidir. Bansko’nun İstanbul’a yakın olması ve Türkiye’den daha uygun fiyatlı hizmet vermesi rakip destinasyon olarak görülmesine neden olmaktadır. 6 katılımcı Türkiye’de hiçbir destinasyonu rakip olarak görmemektedir. Bunun sebebinin ise misafir profillerinin farklı olması, mal/hizmet kalitesinin diğer destinasyonlarda daha gelişmiş olması, altyapı-üstyapının gelişmiş olması gibi unsurlara bağlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye’de rakip olarak görülen destinasyonlar arasında ilk sırada Uludağ, ikinci sırada ise Palandöken yer almaktadır. Uludağ’a ulaşımın kolay olması, bilinen bir destinasyon olması, büyükşehirlere yakın olması, eğlence imkânlarının fazla olması, Palandöken’de ise pist yapısının kaliteli olması, destinasyonda büyük ve marka konaklama işletmelerinin bulunması, destinasyonun altyapı-üstyapı olarak gelişmiş olması, ulaşım kolaylığı, kar kalitesinin iyi olması, olimpiyatlar sebebi ile tanınmış olması rakip destinasyonlar arasında yer almasına neden olmaktadır. Kartalkaya ise büyük şehirlere yakın olduğu için rakip destinasyon olarak görülmektedir.

Fiyat politikası belirlemek için mevcut sektörün durumu iyi analiz edilmeli ve işletme buna uygun bir fiyat politikası geliştirmelidir. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda, yöneticilerin fiyat politikalarını mal/hizmet kalitesi ile doğru oranda belirledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kış destinasyonlarında taleplerin belirli zamanlarda yoğunlaşması, işletmelerin fiyat politikalarını belirlemesinde etkili olmaktadır. Düşük fiyat politikası izleyen işletmeler, politikaya uygun mal ve hizmetler geliştirmektedir.

Şans ve devlet faktörleri dışsal faktörler arasında yer almaktadır. Bu faktörler işletmelerin uyguladıkları rekabet politikalarını etkileyebilmekte ve rekabetin devamlılığına engel olabilmektedir. İşletmeler şans

faktörü olarak yaşanan olaylar karşısında önceden bir strateji geliştirememektedir. Belirli stratejiler izleyen işletmeler beklenmeyen olaylarla karşılaşması durumunda strateji değişikliğine yöneldikleri elde edilen sonuçlar arasında yer almaktadır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda devletin rolüne ilişkin, Uludağ, Sarıkamış, Kartalkaya, Erciyes, Palandöken, Zigana destinasyonlarında bulunan konaklama işletmelerinden bazılarının teşvikler ve tanıtımları yetersiz bulunduğu, kış destinasyonlarının işletmeleri imkânları dâhilinde geliştirildiği ve teşviklerin kış destinasyonlarına eşit oranda verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Teşvik alan bölgelerin gelişimi ziyaretçi sayısının artmasına sebep olurken, teşvik alamayan bölgeler rekabette geri planda kalmaktadır. COVID-19 pandemisi sebebi ile konaklama vergilerinde katma değer vergisi oranının düşürülmesi sonucunda işletmelerin rekabet üstünlüğü sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Fakat bu durum Türkiye’de bulunan bütün konaklama işletmelerini kapsamakta ve yurtiçi rekabeti olumlu ya da olumsuz etkilememektedir.

Konumlandırma stratejilerinden ilki olan maliyet liderliği stratejisi unsuru altında katılımcılara maliyet azaltıcı uygulamalar ve tedarik maliyetlerine ilişkin sorular yönlendirilmiş, konaklama işletmelerinin en büyük gider kalemlerinin elektrik, su, doğalgaz ve personel gideri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kış turizminde sezonluk personel çalıştırılması, sezon başlangıcında yeni personel alımı sebebi ile yüksek maliyetlere sebep olmaktadır. Konaklama işletmelerinde bulunan demirbaş ve hammadde giderlerinde maliyet azaltıcı sistemler, kaliteyi düşürmemek açısından tercih edilmemektedir.

Odaklanma stratejisi kapsamında, hedef müşteri grubu seçilirken birden çok gruba odaklanma tercih edilmektedir. Bazı destinasyonlarda altyapı ve üstyapının yetersiz olması, yurt dışı pazarına hitap etmeye engel oluşturmaktadır. Ülkeler arası yaşanan salgın, siyasi olaylar gibi olumsuz durumlarda, hedef müşteri grubu olarak yabancı turistleri tercih eden ve yurtdışı pazara yatırım yapan işletmeler olumsuz etkilenmektedir. Uygun hedef müşteri grubuna ulaşan işletmelerin misafir sorunlarına daha hızlı cevap verebildiği, misafir isteklerini daha kolay anlayabildiği sonucuna ulaşılmıştır. Pazar bölümlendirme aşamasında işletmeler yurtdışı pazarı tercih etmektedir, bunun sebebi ise döviz girdisinin daha kârlı olarak görülmesidir. Odaklanma stratejisi kapsamında konaklama işletmelerinin strateji geliştirmedikleri ve mevcut müşteriyi elde tutmaya yönelik çalışmalar uyguladığı elde edilen sonuçlar arasındadır.

Konumlandırma stratejilerinin en son unsuru farklılaştırma stratejisidir. Farklılaştırma stratejisi uygulayan işletmeler en çok kalite ile ön plana çıkmayı tercih etmişlerdir. Kalite, farklılaştırma stratejisi değil, rekabet ortamında yer alabilmek için bir gerekliliktir. Doğal güzellik, ulaşımın kolay olması, personelin eğitilmiş ve deneyimli olması sonucu hizmet kalitesi işletmelerin farklılaştırma stratejileri arasında yer almaktadır.

Kış turizminde mevcut durumun geliştirilmesi ve iyileştirilmesi, Türkiye’nin kış turizminde dünya ile rekabet edebilmesi adına konaklama işletmelerine, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına ve araştırmacılara bazı öneriler sunulmuştur.

Konaklama İşletmelerine Öneriler

- Hizmet kalitesinin yükselmesi gelişmiş iş gücüne bağlıdır. Kış ve yaz mevsiminde faaliyet göstermekte konaklama işletmeleri mevsimlik olarak personel değişimi yaparak, nitelikli personel yetiştirebilir.
- Rekabette pazar bölümlendirme önemli bir unsurdur ve bütün işletmeler pazar bölümlendirme stratejisi uygulamalıdır.
- Küçük sermayeli işletmeler, yüksek sermayeli işletmeler ile rekabet edebilmek için farklılaştırma stratejileri uygulayarak misafirlerde değer oluşturabilir.
- Kış turizminde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde bilgi kaynakları daha etkin ve verimli kullanılarak hizmet kalitesi yükseltilebilir ve rekabet gücü artırılabilir.
- Kış turizminde müşteri istek ve beklentileri, pazar yapısı iyi analiz edilmeli ve buna uygun mal/hizmet geliştirilerek destinasyonlar daha çekici hale getirilmelidir.

- Konaklama işletmeleri ile yan sektörlerin ilişkilerinin güçlü olması önemlidir. Bu nedenle konaklama işletmelerinin ilişki içinde olduğu ilgili ve destek endüstriler ile ilişkiler kuvvetlendirilmelidir.
- Kış turizminde sürdürülebilirliğin sağlanması açısından pazar bölümlendirme ve hedef müşteri grubunu belirlemek önemlidir. Bu nedenle yöneticiler işletme özelliklerini iyi analiz etmeli ve buna uygun stratejiler geliştirilmelidir.
- Kış destinasyonlarında bulunan kaynakların daha etkin ve verimli kullanımı sağlanarak rekabet gücü artırılmalıdır.
- Dünyada kış turizminin önde gelen destinasyonlarında yapılan yenilikler ve faaliyetler takip edilerek, farklılaştırma stratejileri geliştirilmelidir.
- Kış turizminin gelişmesi adına yapılan çalışmalara işletme yöneticileri daha fazla destek vermelidir.
- İşletme yöneticileri konumlandırma stratejilerine daha çok önem vererek rekabet gücünü artırmalıdır.

Kamu Kurum ve Kuruluşlarına Öneriler

- Türkiye'nin kış turizminde dünya ile rekabet edebilmesi için tanıtım/reklam faaliyetlerini artırılmalı, Türkiye'de kitle turizmi ile beraber kış turizmi de ön plana çıkarılmalıdır.
- Kış turizminin gelişmesine yönelik plan ve politikalara ağırlık verilmelidir.
- Kış turizmi destinasyonlarının gelişimi daha fazla desteklenmelidir.
- Gelişmekte olan kış turizmi destinasyonlarına, devlet-özel sektör iş birliğiyle, mekanik tesisler, konaklama tesisleri, eğlence ve yiyecek/içecek alanları, pistler gibi altyapı-üstyapı unsurlarını geliştirmek adına yatırımlar artırılmalıdır.

Araştırmacılara Öneriler

- Bu çalışma, COVID-19 pandemi döneminde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, bazı işletmelerin kapalı olması veya COVID-19 sebebi ile katılımcıların yorumlarında farklılıklar olabilir. COVID-19'dan sonraki süreçte çalışmanın tekrarlanması literatüre daha fazla katkı sağlayabilecektir.

Kaynakça

- Akkuş, G. (2019). Ilgaz dağında kış turizm talebi ve gelişimi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 1-27.
- Apak, Ö. C. (2016). *Kış turizmine katılan yerli turistlerin tüketici davranışları üzerine bir araştırma: Kayseri örneği*. [Yüksek lisans tezi] Karabük Üniversitesi.
- Aydemir, B., Saylan, U., ve Aydoğmuş, F. (2014). Turizmde rekabet: seyahat ve turizm (t&t) rekabet edebilirlik raporunda Türkiye'nin ve Avrupa'nın değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), 1-15.
- Bahar, O. (2004). *Türkiye'de turizm sektörünün rekabet gücü analizi üzerine bir alan araştırması: Muğla örneği*. [Doktora tezi] Muğla Üniversitesi.
- Bahar, O., ve Kozak, M. (2012). *Turizm ve rekabet*. Detay Yayıncılık..
- Banker, R. D., Mashruwala, R. ve Tripathy, A. (2014). Does a differentiation strategy lead to more sustainable financial performance than a cost leadership strategy? *Management Decision*, 52(5), 872-896.
- Baş, M. (2015). *Kış turizminde faaliyet gösteren işletme çalışanlarının hizmet verme yatkınlığının tespiti: bir araştırma*. [Yüksek lisans tezi] Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Bulut, Z. A. (2006). Bodrum'da bulunan konaklama işletmelerinin konumlanması ve algılamaya haritalarının düzenlenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(5), 105-119.
- Büyükipekçi, S., Şeyda, S., ve Şenel, G. (2019). Winter tourism as a sample of touristic product diversification and the situation of the Bursa-Uludağ region in Turkey with regard to culture tourism. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 41-50.
- Chacko, H. E. (1996). Positioning a tourism destination to gain a competitive edge. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(2), 69-75.

- Clifford, H. (2002). *Downhill slide: why the corporate ski industry is bad for skiing, ski towns, and the environment*. Sierra Club Books, Kaliforniya.
- Coşar, Y. (2008). Otel işletmelerinde rekabet üstünlüğünü etkileyen faktörler: yöneticiler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 45-56.
- Crompton, J. L., Fakeye, P. C., ve Lue, C. C. (1992). Positioning: The example of the Lower Rio Grande Valley in the winter long stay destination market. *Journal of Travel Research*, 31(2), 20-26.
- Çelik, S. (2009). *Afyonkarahisar'da uluslararası termal turizm destinasyonu oluşturma potansiyelinin analizi*. [Doktora Tezi] Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Davies, H., & Ellis, P. (2000). Porter's competitive advantage of nations: time for the final judgement?. *Journal of management studies*, 37(8), 1189-1214.
- Demir, C. ve Yılmaz, M. K. (2010). Stratejik planlama süreci ve örgütler açısından önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 69-88.
- Demir, Y. ve Demirel, E. T. (2011). Rekabet avantajı yaratmada entelektüel sermayenin önemi. *İşgüç The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(1), 81-104.
- Demiroğlu, O. C. (2013). *İklim değişikliğinin kış turizmine etkisi*. [Doktora Tezi] İstanbul Üniversitesi.
- Dinçer, G. (2015). *Termal konaklama işletmelerinin beş güç modeli ile rekabetçilik analizi ve rekabet stratejilerinin değerlendirilmesi bir alan çalışması*. [Yüksek lisans tezi], Düzce Üniversitesi.
- Doğan, İ. F. (2011). *Stratejik rekabet aracı olarak Porter'in elmas modeli ve bir alan çalışması*. [Yüksek lisans tezi], Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Evren, S. ve Güldemir, O. (2018). Dünden bugüne Türkiye'de turizm kurumlar, kuruluşlar, turizm bölgeleri ve meslekler. Kozak, N. (Ed.), içinde, *Türkiye'de kış turizminin başladığı yer: Uludağ* (s.263-296). Yıkılmazlar Basın Yayın.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2018). Competitive positioning of winter tourism destinations: A comparative analysis of demand and supply sides perspectives– Cases from Turkey. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 247- 257.
- Evren, S., ve Kozak, N. (2019). Kış turizmi destinasyonlarının algılanan performansı: Türkiye'deki beş destinasyonun kıyaslaması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 45-56.
- Genç, R. (2019). Alternativne aktivnosti zimskog turizma: kako se destinacije prilagođavaju aktivnostima koje ne uključuju skijanje. *Acta Economica Et Turistica*, 5(1), 65-77.
- Gökmenoğlu, S. M., Akal, M. ve Altunışık, R. (2012). Ulusal rekabet gücünü belirleyen faktörler üzerine değerlendirmeler. *Competition Journal/Rekabet Dergisi*, 13(4), 3-43.
- Gürpınar, K. ve Sandıkçı, M. (2008). Uluslararası rekabetçilik analizinde Michael E. Porter'in elmas modeli yaklaşımı: Türkiye'deki bazı endüstrilerdeki uygulanabilirliğinin ve sonuçlarının araştırılması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 105-125.
- Hinnerth, A. (2010). Artificial snow production in winter sport destinations: Strategies and challenges in Sälen, Sweden. *Högskolan Dalarna, Falun*.
- Hudson, S. (2004). Sport tourism interrelationships, impacts and issues. Ritchie, B. W. ve Adair, D. (Ed.), içinde, *Winter sport tourism in North America* (s.77-100). Cromwell Yayıncılık, Kanada.
- Jin, B., & Moon, H. C. (2006). The diamond approach to the competitiveness of Korea's apparel industry: Michael Porter and beyond. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 10(2), 195-208.
- Karaman, A. ve Gül, M. (2016). Alternatif turizm kapsamında Kahramanmaraş ili Yedikuyular bölgesi dağ ve kış sporları turizmi için öneriler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2).
- Kaya, M. C., Batman, O. ve Türkay, O. (2021). Otel işletmelerinde rekabet üstünlüğü sağlayan kritik başarı faktörleri: Trabzon ilindeki 4 ve 5 yıldızlı oteller üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 346-364.
- Kılıç, B. ve Uslu, T. (2019). Porter'ın rekabet modelinin İstanbul'daki zincir otel işletmelerinde incelenmesi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 83-98.
- Koban, E., ve İşçiöğlü, E. T. (2019). *Turizm pazarlaması rekabet yaklaşımıyla*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Koç, M. ve Özbozkurt, O. B. (2014). Ulusların rekabet üstünlüğü ve elmas modeli üzerine bir değerlendirme. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 85-91.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2010). *Genel turizm: ilkeler-kavramlar (9. Baskı)*. Detay Yayıncılık.

- Mehrizi, M. H. R., ve Pakneiat, M. (2008). Comparative analysis of sectoral innovation system and diamond model (the case of telecom sector of Iran). *Journal of Technology Management & Innovation*, 3(3), 78-90.
- Öğüt, A., Akgemci, T. ve Demirsel, T. M. (2004). Stratejik insan kaynakları yönetimi bağlamında örgütlerde işgören motivasyonu süreci. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 277-290.
- Özdemir, A. (2019). Ulusların rekabetçi avantajı: elmas model çerçevesi ve Türk turizm sektörünün rekabet gücü. *Tesam Akademi*, 6(1), 11-41.
- Özdemir, E. G. ve Yılmaz, V. (2016). Konaklama işletmelerinin rekabet gücünü belirleyen faktörler üzerine Nevşehir ilinde bir uygulama. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 61-80.
- Özer, K. O. (2012). *Türk turizm endüstrisinin uluslararası rekabet gücünün değerlendirilmesi: elmas modeli ile Türkiye İspanya karşılaştırması*. [Doktora Tezi], Sakarya Üniversitesi.
- Öztürk, M. ve Tan, F. Z. (2018). Porter'ın rekabet stratejileri: Safranbolu turizm işletmelerinde bir uygulama. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1), 131-147.
- Porter, M. E. (1980). Techniques for analyzing industries and competitors. *Competitive Strategy. The Free Press*.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Simon and Schuster, New York.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 73-91.
- Smith, A. (2017). *Ulusların Zenginliği* (Cilt 1). (A. Yunus, ve M. Bakırcı, Çev.) Alan Yayıncılık.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: grounded theory procedurs and techniques*. Sage Yayınları.
- Shackley, M. (2006). *Atlas of travel and tourism development*. Elsevier Yayıncılık..
- Şebin, K. (2009). *Erzurum kış sporları turizmi ile ilgili yöre halkının tutum ve beklentileri*. [Doktora Tezi], Marmara Üniversitesi.
- Tansu, Ö. (2003). *Türkiye'nin rekabet gücünü artırmada teşvik politikaları*. [Yüksek lisans tezi], Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Tasevska, G. M. (2006). *An economic analysis of the Macedonian viticulture-A Competitiveness View of the Grape and Wine Sectors*. [Degree Thesis], SLU.
- Toy, H. (2013). *Kayak merkezi müşterilerinin tatmin düzeylerinin bazı demografik değişkenlerle ilişkisinin karşılaştırılması*. [Yüksek lisans tezi], Balıkesir Üniversitesi.
- Ulema, Ş., Uzut, İ. ve İnançlı, S. (2020). Kış turizmi kapsamında destinasyonlara yönelik e-şikayetlerin analizi: Uludağ kayak merkezi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2945-2959.
- Ülker, İ. (1992). *Dağ turizmi: planlama yöntemler, yüksek dağlarımız, kayak merkezleri*. Ankara, T.C. Turizm Bakanlığı.
- Varelas, S. ve Georgopoulos, N. (2017). Competition as a critical factor of the strategic planning of hotel businesses. *J Hotel Bus Manag*, 5(1-2), 16-21.
- Wolcott, H. F. (1994). Transforming qualitative data: Description, analysis, and interpretation. Sage.
- Watchravesringkan, K. T., Karpova, E., Hodges, N. N., ve Copeland, R. (2010). The competitive position of Thailand's apparel industry: Challenges and opportunities for globalization. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 14(4), 576-597.
- Williams, P. (2001). Positioning wine tourism destinations: an image analysis. *International Journal of Wine Marketing*, 13(3), 42-58.
- Zengin, B. ve Bilgiçli, İ. (2016). Turizm işletmelerinde rekabet ve rekabet gücünü etkileyen unsurlar üzerine kavramsal bir inceleme, *17. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 20-23.
- Zhao, Z. Y., Hu, J. ve Zuo, J. (2009). Performance of wind power industry development in China: A Diamond Model study. *Renewable energy*, 34(12), 2883-2891.

Etik kurul onayı

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü etik kurulu tarafından 31.05.2021 tarih ve E-26428519-044-12669 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Müze ve örenyerlerinde mobil uygulama deneyimleri: Türkiye'nin müzeleri ve müzelerin sesi uygulamalarına yönelik bir inceleme*
Mobile application experiences in museums and archeological sites: a study on museums of Türkiye and voice of museums applications

Gönderim Tarihi / Received: 23.02.2023

Kabul Tarihi / Accepted: 19.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1255361](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1255361)

Oğuz DOĞAN¹

ÖZ: Bu çalışmanın amacı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi mobil uygulamaları olan "Türkiye'nin Müzeleri" ve "Müzelerin Sesi" uygulamalarına yönelik kullanıcı deneyimlerinin incelenmesidir. Bu amaçla, kullanıcıların söz konusu uygulamalara yönelik Google Play platformunda yapmış oldukları yorumlar içerik analiziyle incelenmiştir. Elde edilen bulgular, uygulamaların faydalı ve kullanışlı olarak görüldüğünü ancak birtakım teknik aksaklıkların söz konusu olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Mobil uygulama, Müze, Örenyeri, Kullanıcı deneyimi, İçerik analizi

ABSTRACT: The purpose of this study is to examine user experiences with the official mobile applications of the Ministry of Culture and Tourism, namely "Museums of Turkey" and "Sesi Müzelerin Sesi" applications. For this purpose, the comments posted by users on the Google Play platform about these applications were examined through content analysis. The findings revealed that the applications were seen as helpful and useful, but there were some technical problems that needed to be improved.

Keywords: Mobile application, Museum, Archeological site, User experience, Content analysis

* Bu çalışmanın ön bulguları, 16-20 Kasım 2022 tarihlerinde Bodrum'da düzenlenen IV. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras kongresinde sunulmuş, özet bildiriler kitabında basılmıştır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları, oguz.dogan@antalya.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3038-1719>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Several technologies, such as augmented reality, virtual reality, and audio guide services are typically employed in museums and archaeological sites, which are among the settings where mobile devices and mobile applications are successfully deployed, to improve visitors' satisfaction and experiences. Therefore, in order to meet the expectations of both museums and visitors, museums try to provide information about historical artifacts and places through different and innovative methods such as virtual and real images, audio-visual information, etc. (Marto et al., 2018). Therefore, there are two main approaches in museums and archaeological sites: providing visitors with customized devices and appropriate mobile applications that can be downloaded to mobile devices (Boiano et al., 2012). Mobile applications used in museums and other cultural sites can meet the needs of visitors by providing appropriate content and services (Fidas & Avouris, 2015).

The use of mobile applications to enhance visitors' experiences and facilitate meaning-making processes in museums and archaeological sites has become increasingly widespread in recent years (Rubino et al., 2014). Some of the first applications in this context include AGEMEMNON which is one of the first personal digital assistants that recognizes the relevant monument from the photos taken by visitors on their mobile phones and provides information about that monument, and can create routes according to the visitors' areas of interest (Ancona et al., 2006); mobiDENK which provides directions to visitors through an interactive map with the help of the global positioning system (GPS) and provides location-based information about the monuments and archaeological sites on the visitor's route (Krosche et al., 2004); ARCHEOGUIDE which provides augmented reality reconstruction of archaeological sites based on the location of individuals, allowing access to online cultural data, restoration information and virtual tours (Vlahakis et al., 2001); MOSAICA a Web 2.0-based platform for the protection of cultural heritage and the dissemination of pertinent information to tourists (Barak et al., 2009); and MARCH which allows switching between real-life and animations of historical monuments (Choudary et al., 2009).

Methodology

The phenomenology design was used in the study, which focuses on the phenomena that we are aware of but do not have an in-depth and detailed understanding of (Yıldırım & Şimşek, 2021). The main purpose of phenomenology is to understand human experiences (Tekindal & Arsu, 2020: 156). Therefore, in studies based on phenomenological design, it is aimed to reveal conscious structures from experiences (Bayram, 2021).

Secondary data were used within the scope of the research. In this context, the data of the research consists of the comments made by the users about the experiences of mobile applications on the Google Play platform. Accordingly, 182 comments made by users for the "Museums of Türkiye" application and 43 comments made by users for the "Voice of Museums" application were downloaded and recorded on the aforementioned platform until 25.11.2022. At the time the data was downloaded, there were five comments on the "Museums of Türkiye" application in the App Store, but no comments on the "Voice of Museums" application were found. Therefore, the analyses of the study were conducted based on the comments made on Google Play.

Findings and discussion

It has been found from the findings that users' opinions and perceptions of the applications vary. One may argue that these variations in apps result from the various needs and necessities of the users. It is possible to state that if the applications are redesigned or updated by determining the different expectations and needs of the users, the satisfaction level for the applications will increase (Palumbo et al., 2013; Koo et al., 2019). The findings also showed that users are experiencing some technical issues with the apps. According to the literature, there may be difficulties in designing applications due to the fact that each museum and archaeological site has unique characteristics (Andolina et al., 2012). Furthermore, the infrastructure features of the application as well as the users' mobile devices may cause problems. It is believed that these issues can be minimized in this case if the infrastructure of the applications is updated or strengthened so that they can operate on various devices and models in various settings.

Results and recommendations

One may suggest that users generally intend to recommend the applications to others, according to the study. Therefore, it may be claimed that the applications contribute to the visit experiences of the users, provide benefits to the users, and make the visits relatively more meaningful and enjoyable (Kang et al., 2018; Marto et al., 2018). Considering the similar applications used in other countries (Andolina et al., 2012; Puspasari, 2020; Masduki et al., 2021); one may argue that the addition of features like augmented reality, virtual reality, indoor and outdoor navigation, etc. to the system's current functions will increase user satisfaction. In addition, both applications can be combined under a single application and made more useful and helpful.

In future studies, by examining the comments to be made on the Apple iOS platform, it is possible to determine whether there is a difference between the usefulness of the applications on the platforms. By conducting a survey with users, it can be determined what their expectations are from a museum and archaeological site. In this context, a single application prototype can be developed, and the results can be evaluated.

Giriş

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, temel telefon işlevlerine ek olarak, mobil uygulamalar aracılığıyla eğitim, sağlık, eğlence ve sosyal ağlar gibi alanlarda çeşitli mobil hizmetleri mümkün kılan (Huang ve Benyoucef, 2022) mobil cihazların kullanımının artmasına katkı sağlamıştır (Duran ve Uygur, 2019). Mobil teknolojide ve kablosuz internet hizmetlerindeki hızlı gelişmeler, mobil hizmetler pazarının büyümesini hızlandırmıştır. Günümüzde, dünya nüfusunun yaklaşık %97'sinin mobil hücresel sinyallerle bağlı olduğu, bu oranın dünya genelinde 2025 yılı itibariyle iki milyarı aşacağı tahmin edilmektedir (Huang ve Benyoucef, 2022).

Mobil uygulamalar, dizüstü veya masaüstü bilgisayarlar yerine küçük bilgi işlem cihazlarına özel olarak tasarlanmış yazılım uygulamaları olarak ifade edilmektedir (Briciu vd., 2020). Mobil uygulamaların popülaritesi, 2007 yılında, çeşitli mobil uygulamaları indirerek kullanıcılara birden fazla işlevin sunulmasını sağlayan iPhone'un ortaya çıkmasıyla artmaya başlamıştır (Huang ve Benyoucef, 2022). Günümüzde mobil uygulamalar, dünya çapında talep gören en yüksek teknolojilerden birisi haline gelmiştir (İsmail vd., 2016). Apple App Store ve Google Play platformlarında bulunan milyonlarca uygulama sayesinde mobil uygulamalar üzerinden indirilen uygulama sayısı sürekli artmaktadır (Al-Behadili ve Ku-Mahamud, 2020). Mobil cihazlar sahip oldukları teknik özellikleri (donanım, veri depolama kapasitesi vb.) sayesinde kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırmaktadırlar (Ercan, 2021).

Turizm sektörü, son yıllarda bireyler arasında kullanımı oldukça yaygınlaşan mobil uygulamaların kullanım alanlarından birisi haline gelmiştir (Ercan, 2021). Google tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, bireylerin akıllı telefonlarını seyahatlerinin farklı aşamalarında etkin bir şekilde (bilgi araştırma, rezervasyon yapma vb.) kullandığını göstermiştir (Al-Behadili ve Ku-Mahamud, 2020). Dolayısıyla mobil turizm uygulamaları, turistlere ziyaret edilen yerlerde yardımcı olmanın en etkili yolu olarak görülmektedir (İsmail vd., 2016). Bu kapsamda mobil uygulama marketlerinde en fazla indirilen mobil uygulama kategorileri arasında gezi, seyahat ve turizm uygulamaları da yer almaktadır (Erdem vd., 2020).

Günümüzde önceliği, kültüre toplumun erişmesine imkân tanıyan bilgi aktarımına dayalı (Portalés vd., 2018), çeşitli tarihi nesnelerin ve sanat eserlerinin korunmasında kullanılan bir yer olan müzeler, bireylerin kültürel bilgilerinin gelişimine katkıda bulunmada önemli bir role sahiptir. Diğer taraftan, turizm ziyaretçi sayılarıyla karşılaştırıldığında, müze ziyaretçilerinin sayısı daha azdır (Prasetyo ve Suyoto, 2018). Ancak, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşması, müze gibi kültürel kurumların hedef kitlelerine ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Turan ve Keser, 2014). Mobil cihazların müzelerde kullanımı son yıllarda giderek artmaktadır (Boiano vd., 2012). Dolayısıyla, gerekli altyapının (iletişim, kablosuz ağ ve internet) oluşturulması, ziyaretçilerin müze ve sergilerle hızlı ve pratik bir şekilde iletişim kurmasına (Turan ve Keser, 2014) olanak tanımaktadır.

Mobil cihazların ve mobil uygulamaların başarılı bir şekilde kullanıldığı alanlardan olan müze ve örenyerlerinde, ziyaretçilerin gerçekleştirmiş oldukları ziyaretlerine ilişkin memnuniyet düzeylerini ve deneyimlerini artırmak için genellikle artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, sesli rehberlik hizmetleri olmak üzere farklı teknolojilerden faydalanılmaktadır. Dolayısıyla hem müzelerin hem de ziyaretçilerin beklentilerini karşılamak için müzeler, tarihi eserler ve yerlerle ilgili sanal ve gerçek görüntüler, görsel-ışitsel bilgiler vb. farklı ve yenilikçi yöntemlerle bilgiler sağlamaya çalışmaktadır (Marto vd., 2018). Bu kapsamda müze ve örenyerlerinde, ziyaretçilere özelleştirilmiş cihazların ve mobil cihazlara indirilebilen uygun mobil uygulamaların sağlanması olmak üzere iki temel yaklaşım bulunduğu (Boiano vd., 2012) söylemek mümkündür. Müzelerdeki ve diğer kültürel alanlarda kullanılan mobil uygulamalar, uygun içerik ve hizmetlerin sağlanması yoluyla ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir (Fidas ve Avouris, 2015).

Teknolojide yaşanan ilerlemeler neticesinde çoğu müze, ziyaretçi deneyimini artırmak için mobil teknolojilerden faydalanmaktadır (Kang vd., 2018). Müze ziyaretçilerinin deneyimlerini zenginleştirmeyi amaçlayan mobil uygulamaların eksikliklerinin olması halinde (örn. zayıf tasarım), bireyleri ziyaretlerinde dijital araçları kullanmaktan uzaklaştırabilir (Rubino vd., 2014). Ancak müzelerin çoğu, ziyaretçilerin istek ve ihtiyaçlarını tam olarak dikkate almadan mobil uygulamalar

geliştirmektedir (Kang vd., 2018). Bu bağlamda çalışma kapsamında “Türkiye'nin Müzeleri” ve “Müzelerin Sesi” adlı resmi mobil uygulamalarına yönelik kullanıcı deneyimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, kullanıcıların söz konusu uygulamalara yönelik Google Play platformunda yapmış oldukları yorumlar incelenecektir. Çalışma sayesinde, uygulamaların kullanıcılar tarafından memnun olunan ve memnun olunmayan yönleri belirlenebilecektir. Böylelikle, kullanıcıların mobil uygulamalardan beklentilerinin neler olabileceği ve bu beklentilerin uygulamalar tarafından karşılanıp karşılanmadığıyla ilgili fikir sahibi olunabilecektir. Dolayısıyla mevcut çalışma ile ziyaretçi sayısı düşük olan müzelere (Prasetyo ve Suyoto, 2018) yönelik toplumsal, özellikle mobil uygulama kullanımına daha yatkın olan genç kuşakların (Puspasari, 2020), ilginin artırılabilmesi için neler yapılabileceğiyle ilgili ön sonuçlara ulaşılabilecektir. Bu bakımdan çalışma, keşfedici özelliğe sahiptir.

Literatür taraması

Mobil cihazların bireyler arasında kullanımının giderek yaygınlaşması, turizm sektöründe iş süreçlerinde (rezervasyon seçenekleri, ulaşım şekilleri vb.) ve turistlerin ihtiyaç ve istekleri, yaşanan turizm deneyimleri, sunulan hizmetler vb. unsurlarda birtakım değişimlere neden olmuştur (Duran ve Uygur, 2019). Mobil turizm uygulamaları sayesinde bireyler seyahat etmek istedikleri destinasyonlara kolayca rota oluşturabilmekte, o destinasyonla ilgili yazılı ve görsel bilgilere ulaşabilmekte, destinasyondaki eğlence, yeme-içme ve diğer olanaklar hakkında bilgi alabilmektedir (Huang ve Benyoucef, 2022). Yaygınlaşan mobil cihaz kullanımı, bireylerin kaliteli turizm hizmetleri taleplerinin artmasına katkı sağlayan mobil turizm hizmetleri için fırsat yaratmıştır (Ismail vd., 2016). Öyle ki sektörde yer alan aktörler, kendi mobil uygulamalarını geliştirmeye başlamış, geliştirilen söz konusu uygulamalar önemli bilgi kaynaklarından birisi olarak işlev görmeye başlamıştır (Ercan, 2021). Dolayısıyla mobil cihazların bu denli yaygın kullanımının, turizm sektörünü geliştirmede önemli bir araç haline geldiğini (Al-Behadili ve Ku-Mahamud, 2020) söylemek mümkündür.

Endüstri 4.0'ın sağlamış olduğu temel teknolojileri kullanarak bireylerin seyahat deneyimlerini zenginleştirmeyi amaçlayan Turizm 4.0 ile birlikte sektör paydaşları, ürün ve hizmetlerini daha kişiselleştirilmiş, etkileşimli ve ilgi çekici hale getirme yoluna gitmiştir (Siang vd., 2019). Örneğin önceki yıllarda eserlerin görüntülenmesinde genellikle projektörler ve geniş ekran monitörler kullanılan müzelerde, teknolojinin gelişmesiyle birlikte, esnek taşınabilir cihazlarla dijital görüntüleme platformları kullanılmaya başlanmıştır (Li ve Liew, 2015). Bir diğer örnek ise geleneksel sesli yönlendirme sistemlerinin kullanımında azalış gözlenirken, bu tür sistemlerin mobil uygulama üzerinden kullanımında artış yaşanmasıdır (Kang vd., 2018).

Gelişen dijital teknolojilerden olan artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojileri günümüzde birçok modern müzede kullanılmaktadır (Puspasari, 2020). Bunun yanı sıra Google Android ve Apple İOS, müze koleksiyonlarının dijital olarak deneyimlenmesine imkân veren en yaygın teknoloji platformları konumundadır (Li ve Liew, 2015). Ziyaretçiler, mobil cihazlarından söz konusu bu dijital platformlar aracılığıyla, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik özelliklerini kullanarak ziyaretlerinden farklı deneyimler elde edebilmektedirler (Puspasari, 2020).

Müzelerde ve örenyerlerinde ziyaretçilerin deneyimlerini artırmak ve anlam yaratma süreçlerini kolaylaştırmak için mobil uygulamaların kullanımı son yıllarda giderek yaygınlaşmıştır (Rubino vd., 2014). Bu kapsamdaki ilk yapılan uygulamalara; ziyaretçilerin cep telefonlarından çektikleri fotoğraflardan ilgili anıtı tanıyan ve o anıt hakkında bilgiler veren, ziyaretçilerin ilgi alanlarına göre rotalar oluşturabilen ilk kişisel dijital asistanlardan olan AGEMEMNON (Ancona vd., 2006); küresel konumlandırma sistemi (GPS) yardımıyla ziyaretçilere etkileşimli harita üzerinden yol tarifi desteği sunan ve ziyaretçinin rotası üzerinde bulunan anıtlar ve örenyerleri hakkında konuma dayalı bilgiler sunan mobiDENK (Krosche vd., 2004); bireylerin konumlarına göre örenyerlerinin artırılmış gerçeklikle canlandırılmasını sağlayan, çevrimiçi kültürel verilere, restorasyon bilgilerine erişmeye ve sanal turlara imkan veren ARCHEOGUIDE (Vlahakis vd., 2001) ve kültürel mirasın korunması ve ilgili bilgilerin ziyaretçilere sunulması görevi üstelenen Web 2.0 tabanlı bir sistem olan MOSAICA (Barak vd., 2009) ve tarihi eserlerin gerçek halleri ve animasyonları arasında geçişe olanak tanıyan MARCH (Choudary vd., 2009) örnek verilebilir.

Günümüzde müzelerde ve örenyerlerinde kullanılan mobil uygulamaların sayısı ve önemi giderek artmaktadır. Örneğin İspanya’da hükümet, mobil uygulama geliştirmede ana itici güç olmuş, bunu kamu müzeleri ve ardından vakıflar ve dernekler izlemiştir. Farklı kurumlar tarafından geliştirilen uygulamalarda farklılıklar yer almaktadır. Bazı uygulamalar müze veya örenyerlerinde açık ve kapalı alan navigasyonu, oyunlar sunarken bazıları da ilgili yere ilişkin metinler, videolar vb. sunmaktadır (Luna vd., 2019). Bazı müzeler ve tarihi şehirler/yerlerle ilgili geliştirilmiş olan mobil uygulamalar ve özelliklerini şu şekilde ifade etmek mümkündür (Andolina vd., 2012; Puspasari, 2020; Masduki vd., 2021);

- *Gugenheim Müzesi/İspanya*: Ziyaretçiler, birden fazla dil desteği bulunan uygulama ile müze binalarının, müzenin sahip olduğu koleksiyonların ve devam etmekte olan sergilerin fotoğraflarına erişebilmektedir. Mobil uygulama ayrıca artırılmış gerçeklik ve video hizmeti sunmakta; metro haritalarını göstermekte ve müzede gerçekleştirilecek olan turlarla ilgili bilgi aranmasına olanak tanımaktadır.
- *J. Paul Getty Müzesi/ABD*: Ziyaretçiler uygulamayla birlikte sergilere, koleksiyonlara ve etkinlikler ulaşabilmektedir. Uygulama ayrıca bina içi yönlendirme (kapalı alan navigasyonu) hizmeti vermekte ve metro haritalarını göstermektedir.
- *The Rijksmuseum/Hollanda*: Ziyaretçiler uygulama ile koleksiyonlara erişebilmekte; bilet satın alabilmekte ve sanal tur gerçekleştirebilmektedir. Uygulama ayrıca müzenin interaktif haritasını sağlamakta ve kapalı alan navigasyon hizmeti sağlamaktadır.
- *The Musée d’Orsay/Fransa*: Ziyaretçiler uygulama ile koleksiyonlara erişebilmekte ve müzenin interaktif haritasına ulaşabilmektedir. Uygulama ile ayrıca kapalı alan navigasyonu, sanal gerçeklik, bireylerin deneyimleriyle ilgili görüşlerini paylaşabilmesi ve paylaşılan görüşleri okuyabilmesi, gerçekleştirilecek olan turlarla ilgili bilgi arama ve turlara rezervasyon yaptırma hizmetleri de sağlanmaktadır.
- *British Museum Ziyaretçi Rehberi/Birleşik Krallık*: Ziyaretçiler birden fazla dil desteği sunan uygulama ile koleksiyonlara erişebilmekte ve müzenin interaktif haritasına ulaşabilmektedir. Ziyaretçiler ayrıca müze içerisinde sanal tur gerçekleştirebilmektedir. Uygulamada ayrıca kapalı alan navigasyon hizmeti bulunmaktadır.
- *Palermo Enogastronomi Mobil Rehberi*: Uygulama ziyaretçilerin, Palermo’nun sokak yemekleri dünyasını keşfetmesine yardımcı olmaktadır. Uygulamanın, açık alanda artırılmış gerçeklik özelliği bulunmaktadır. Kapalı alanda ise ziyaretçilerin deneyimlerine katkı sağlayacak bilgiler sağlamaktadır.
- *iPalatina*: Almanya’da bulunan Palatine Şapeli mobil uygulaması iPlatine sayesinde ziyaretçiler, uygulama tarafından sağlanan adımları takip ederek Şapel’de sesli tura çıkabilmekte ve sanal gerçeklik turu yapabilmektedirler.
- *MDM ArtiDec*: Mobil uygulama ile çoğunlukla 1530’dan 1670’e kadar olan Sicilya okulunun ürettiği parçaların yer aldığı, Vatikan Müzeleri ve Santa Casa di Loreto’dan dekoratif sanatlar isimli sergiyi sanal gerçeklik ile gezilebilmektedirler. Uygulama, sergide yer alan parçalar hakkında ayrıntılı açıklamalar ve yüksek çözünürlüklü fotoğraflar gösterebilmektedir.
- *Jinsha Site Museum/Çin*: Uygulama, müzede yer alan eserlerin ve antik gizemlerin anlaşılabilmesi için artırılmış gerçeklik hizmeti sunmaktadır.

İlgili alanyazında, söz konusu mobil uygulamaların sahip oldukları ortak özellikler, kullanışlılıkları ve kullanıcıların deneyimlerini yükseltmek için yapılması gerekenlerle ilgili gerçekleştirilmiş olan çalışmalar mevcuttur. Avrupa’da müzelerde ve tarihi alanlarda kullanılan mobil uygulamaları karşılaştırmalı olarak inceleyen bir çalışmanın sonuçları uygulamaların ortak özelliklerinin; uygulamaların çoğunlukla müzeler ve diğer arkeolojik unsurların sergilendiği kuruluşlar tarafından geliştirilmesi, mobil uygulamaların çoğunlukla 2015-2018 yılları arasında İspanya, Birleşik Krallık ve İtalya’da geliştirildiğini, uygulamaların sunmuş olduğu hizmetlerin hem kapalı alan hem de açık alanda kullanılabilmesi, mobil uygulamaların çoğunlukla Antik çağdan kalan mirasa odaklanması ve uygulamaların, konum bilgisinin aktifleştirilerek QR kodların taranması ile etkinleştirilmesi olduğunu göstermiştir (Luna vd., 2019).

Müze ve örenyerleriyle ilgili ilk geliştirilmiş sistemlerden olan MOSAICA ile ilgili İsrail, Fransa ve Polonya'da yapılmış olan bir çalışmanın sonuçları, bilgiye ulaşım, kullanımının kolaylığı ve çekicilik bakımından MOSAICA'nın kullanılabilirliği açısından olumlu görüşlere sahip olduğunu göstermiştir (Barak vd., 2009). Artırılmış gerçeklik özelliği bulunan bir mobil uygulama prototipinin (DinofelisAR) geliştirilerek gerçekleştirilen bir çalışmada, katılımcıların çoğunluğunun, ziyaretlerinin daha dinamik ve aktif, daha keyifli hale geldiğini, kendilerini daha ilgili hissettiklerini, söz konusu tarihi eserlerle ilgili yeni bulgular edindiklerini ve kültürel zenginleşmelerini kolaylaştırdığını ifade ettikleri belirlenmiştir (Marto vd., 2018).

Mevcut mobil uygulamaları karşılaştırarak etkili bir mobil uygulama geliştirmek için yapılması gerekenleri belirlemeye çalışan bir araştırmada; uygulama ara yüzünün, kullanıcıların karar verme sürecini basitleştirmek için sınırlı sayıda temel işleve sahip olması gerektiği, uygulamada yer alan içeriklerin kolayca ulaşılabilir ve mobile göre tasarlanması gerektiği ve uygulamada yer alan içeriklerin kullanıcının ilgi alanına göre bilgiye erişimine olanak verecek şekilde yapılandırılması gerektiği ifade edilmiştir (Rubino vd., 2014). Müzeler için mobil uygulama tasarlanması sürecinde göz önünde bulundurulması gereken, kullanıcının memnuniyet düzeylerine etki eden unsurları belirlemek için yapılan bir çalışmada, altı önemli unsur belirlenmiştir. Buna göre mobil uygulama; müzeye nasıl ulaşım sağlanacağına ilişkin bilgileri, müzenin iletişim bilgilerini, müzenin başlıca önemli eserlerinin yer aldığı bir fotoğraf galerisini ve müzenin bir haritasını içermelidir. Ayrıca mobil uygulamanın farklı dil seçeneklerinin ve kullanıcı dostu bir ara yüze sahip olmasının, kullanıcı memnuniyetine etki ettiği belirlenmiştir (Palumbo vd., 2013). Kullanıcı ihtiyaçlarının belirlenmesi ve kullanışlı bir uygulama geliştirmek için göz önünde bulundurulması gereken unsurları belirlemek için yapılan bir başka çalışmada ise kullanıcıların tur rotalarını özelleştirebilmeleri, menüler ve simgeler gibi çeşitli yollarla belirli özelliklere erişebilmeleri için ek araçların tasarlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Koo vd., 2019). Yapılan bir başka çalışmada ise mobil uygulamanın çoklu dil desteğine sahip olmasının ve uygulamada işitsel materyallerin yanı sıra görsel materyallerin de kullanılmasının fayda sağlayacağına vurgu yapılmıştır (Turan ve Keser, 2014). Kang vd. (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan elde edilen bulgularda ise mobil uygulamaya yönelik algılanan fayda, algılanan keyif ve algılanan etkileşimin, ziyaretçi memnuniyetine doğrudan olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hiramatsu vd.'nin (2017) gerçekleştirdikleri çalışmada ise mobil uygulamalar aracılığıyla genç kuşakların bir bölgenin tarihi ve kültürüyle ilgilendikleri, ilgili bölgenin tarihi ve kültürel değerlerinin ve o bölgenin korunmasının önemini anladıkları sonucuna ulaşılmıştır

Andolina vd. (2012), müze ve örenyerlerini ziyaret eden bireylerin ziyaretleriyle ilgili özel ihtiyaçlarının ve beklentilerinin olması, her müze ve örenyerinin farklı özelliklere sahip olması sebebiyle uygulama tasarımı konusunda zorluklar yaşanabileceğini belirtirken uygulamaların kullanımının kolay ve sezgisel olmasının önemli olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla mobil uygulamalarda sunulan hizmetlerin çeşitlilik göstermesi, tarihi ve kültürel bilgilerin etkili bir şekilde iletilmesi için dikkatli bir şekilde tasarlanması halinde, ziyaretçilerin deneyimlerinin zenginleşeceği söylenebilir (Rubino vd., 2014).

Yöntem

Çalışma kapsamında "Türkiye'nin Müzeleri" ve "Müzelerin Sesi" adlı resmi mobil uygulamalarına yönelik kullanıcı deneyimleri incelenmiştir. Bu kapsamda nitel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Nitel araştırmalarda neden-sonuç ilişkisinden çok ele alınan olay veya olgu ile ilgili derin bir kavrayışa ulaşmak amaçlanmaktadır (Karataş, 2015).

Araştırmada, farkında olduğumuz ama derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanan olgubilim (fenomenoloji) deseni (Yıldırım ve Şimşek, 2021) kullanılmıştır. Olgubilimin temel amacı insan deneyimlerini anlamaktır (Tekindal ve Arsu, 2020: 156). Dolayısıyla olgubilim deseninin temel alındığı çalışmalarda, deneyimlerden bilinçli yapıların ortaya çıkarılması hedeflenmektedir (Bayram, 2021).

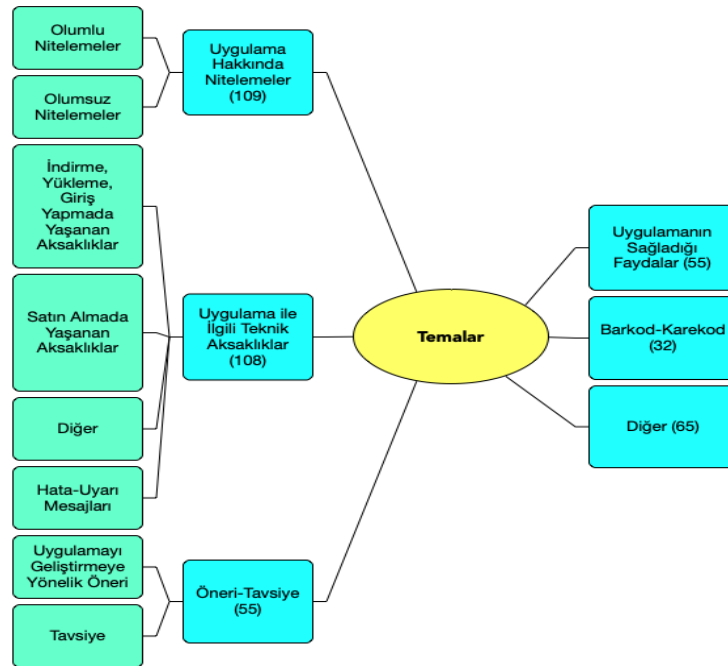
Araştırma kapsamında ikincil verilerden faydalanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın verilerini kullanıcıların mobil uygulamalara ilişkin deneyimleri hakkında, Google Play platformunda yapmış oldukları yorumlar oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, 25.11.2022 tarihine kadar adı geçen platformda,

uygulamalara yönelik yapılmış olan 225 yorum (Türkiye'nin Müzeleri-182 yorum; Müzelerin Sesi-43 yorum) indirilerek kayıt altına alınmıştır. Verilerin indirildiği tarihte, App Store'da "Türkiye'nin Müzeleri" uygulamasına ilişkin yapılmış beş yorum bulunurken "Müzelerin Sesi" uygulamasına ilişkin yapılmış olan herhangi bir yoruma rastlanmamıştır. Bu sebeple çalışmanın analizleri, Google Play'de yapılmış olan yorumlar temel alınarak gerçekleştirilmiştir.

Bulgular ve tartışma

Araştırmada, nitel verilerin analizinde kullanılan analiz türlerinden olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, çeşitli söylemlere yönelik uygulanan yöntemsel araç ve gereçlerin bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Bilgin, 2014: 1). Tümevarımcı analiz türü olan içerik analizi (Baltacı, 2019), verilerin derinlemesine analiz edilmesine ve temaların ve boyutların belirlenmesine imkân vermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). İçerik analizinde, birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar çerçevesinde bir araya getirilmekte ve okuyucunun anlayacağı şekilde düzenlenerek yayınlanmaktadır (Erdem ve Gezen, 2014).

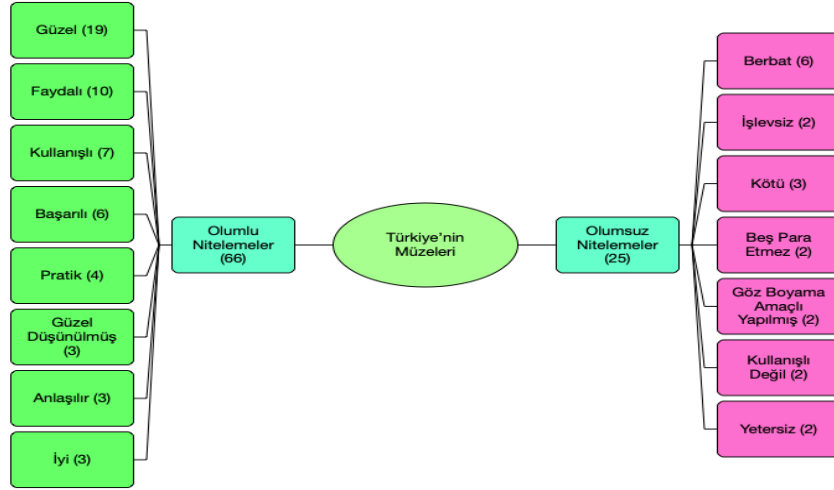
Şekil 1: Kategoriler ve alt kategoriler



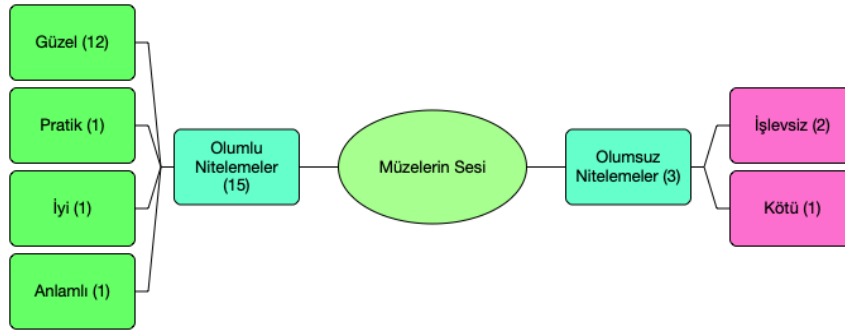
Çalışma verileri, NVivo 12 paket programı yardımıyla içerik analizine tabi tutulmuştur. Verilerin analizinde, verilerin kodlanması, kod, kategori ve temaların bulunması, kod, kategori ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamaları izlenmiştir (Baltacı, 2019: 378). Bu kapsamda öncelikle kodlama işlemi gerçekleştirilmiş, sonrasında belirlenen kodlar gözden geçirilerek birbirine yakın olan kodlar birleştirilmiştir. Kodlama işlemi sonrasında toplamda 193 kod belirlenmiştir (Türkiye'nin Müzeleri: 142 kod; Müzelerin Sesi: 51 kod). Kodlama işlemi sonrasında kodlara uygun olarak kategoriler ve alt kategoriler belirlenmiştir. Yapılan kodlamalar, kodlamalardan elde edilen kategoriler ve alt kategorilerin uygunluğu için uzman görüşüne başvurulmuştur. Bu süreç sonucunda altı ana kategori ve sekiz alt kategori belirlenmiştir (Şekil 1).

Uygulama hakkında nitelemeler

Uygulama hakkında yapılan nitelemeler kategorisi olumlu nitelemeler ve olumsuz nitelemeler olmak üzere iki alt kategoriden oluşmaktadır. Türkiye'nin Müzeleri uygulaması hakkında kullanıcılar tarafından yorumlarda, uygulamayı yönelik 66 olumlu niteleme ifadesi kullanılmıştır. Uygulamaya yönelik yapılan olumlu nitelemelere; "güzel", "son derece başarılı", "kullanışlı", "çok anlaşılır", "çok faydalı", "her şey düşünülmüş" örnek olarak verilebilir.

Şekil 2: Türkiye'nin müzeleri hakkında nitelemeler

Türkiye'nin Müzeleri uygulamasına yönelik yorumlarda 25 olumsuz niteleme ifadesi kullanılmıştır. Olumsuz ifadelerde en fazla berbat, kötü, beş para etmez, göz boyama amaçlı yapılmış, kullanışlı değil ifadeleri kullanılmıştır (Şekil 2). Uygulamaya yönelik kullanıcılar tarafından yapılan olumsuz nitelemelere; "...berbat bir uygulama...", "Kötü uygulama...", "...hiçbir işe yaramıyor", "...çok kullanışsız bir program...", "...kullanımı çok zor.", "...uygulama çok yetersiz.", "...hiçbir işe yaramıyor", "...ülkemize yakışmayan uygulama..." ve "göz boyama için yapılmış bir şey..." örnek olarak verilebilir.

Şekil 3: Müzelerin sesi hakkında nitelemeler

Müzelerin Sesi uygulaması hakkında kullanıcılar tarafından yorumlarda, uygulamaya yönelik 15 olumlu niteleme ifadesi kullanılmıştır. Olumlu nitelemelere; "çok güzel", "anlamlı", ve "oldukça pratik" örnek olarak verilebilir. Diğer taraftan uygulama hakkında üç olumsuz niteleme ifadesi kullanılmıştır. Bunlar; "kötü uygulama", "işe yaramayan yapımcısını zengin etmek için olsun diye yapılmış" ve "herhangi bir vasfı yok" ifadeleridir.

Uygulamanın sağladığı faydalar

Uygulamanın sağladığı faydalar kategorisi altında kullanıcıların paylaştığı yorumlarda Türkiye'nin Müzelerine ilişkin en fazla fiziki kartın dezavantajlarını ortadan kaldırması ve sıra bekleme olgularına değinilmiştir;

"Ayrıca fiziki kartın dezavantajları da ortadan kalkmış oluyor."

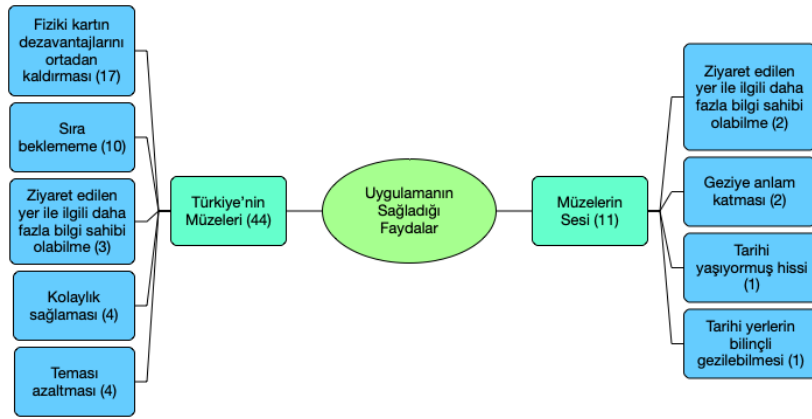
"Müze kartımı evde unuttum derdi yok."

"Ziyaretçilerin kartlarını yanında taşıma zorunluluğunu ortadan kaldıran..."

"Uygulama üzerinden müzekart satın alıp gittiğiniz müzede sıra beklemeden barkod oluşturarak kolaylıkla girişinizi yapabilirsiniz."

"Müze girişlerinde uygulamayı açıp qr kodu okutup geçiyorsunuz. Sıra bekleme derdiniz de olmuyor."

Şekil 4: Uygulamanın sağladığı faydalar



Müzelerin Sesi uygulamasına yönelik yapılan yorumlarda ise en fazla ziyaret edilen yer ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olabilme ve geziye anlam katması olgularına vurgu yapılmıştır;

“Girdiğimiz müze hakkında daha çok iyi bilgi almak için çok yardımcı bir uygulama. Anadolu Medeniyetleri Müzesini bu uygulama sayesinde dinleyip tarihin farklı dönemleri hakkında çok bilgi sahibi oldum.”

“Gittiğimiz müze hakkında daha çok bilgi sahibi olmamızı sağlayan...”

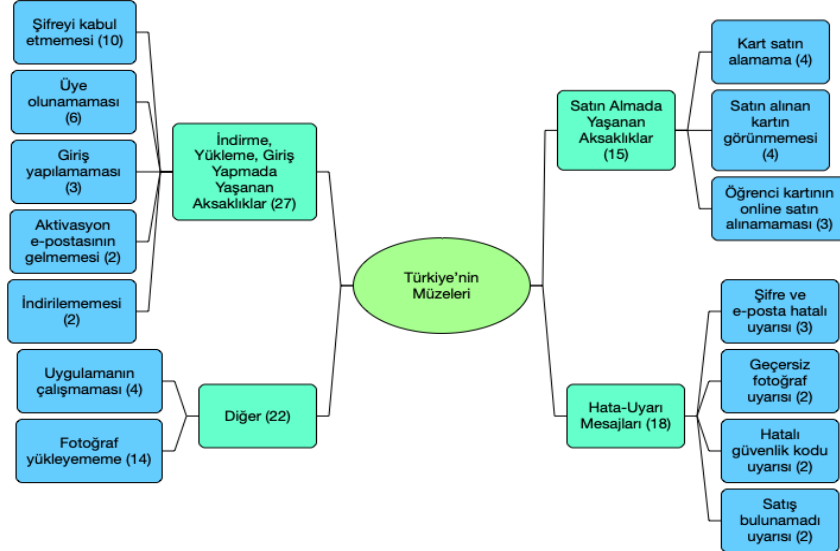
“Müze gezilerine gerçekten anlam katıyor.”

“...müze gezisine ekstra bir anlam katıyor.”

Uygulamayla ilgili teknik aksaklıklar

Uygulamayla ilgili teknik aksaklıklar kategorisi; indirme, yükleme, giriş yapmada yaşanan aksaklıklar, satın almada yaşanan aksaklıklar, hata-uyarı mesajları ve diğer olmak üzere dört alt kategoride değerlendirilmiştir.

Şekil 5: Türkiye'nin müzeleri uygulamasıyla ilgili teknik aksaklıklar



Kullanıcıların Türkiye'nin Müzeleri uygulamasını kullanırken yaşadıkları başlıca aksaklıkların; fotoğraf yükleyememe, şifreyi kabul etmemesi, üye olunamaması, kart satın alamama, satın alınan kartın görünmemesi ve şifre ve e-posta hatalı uyarısı olduğu belirlenmiştir;

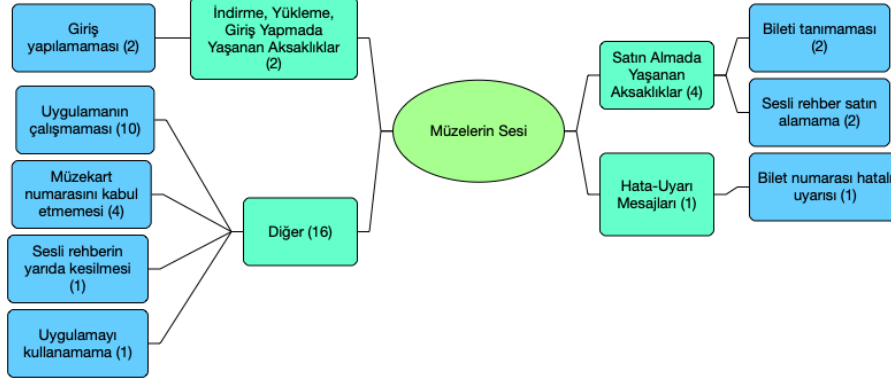
“Fotoğraf yüklemek çok zor.”

“Uygulamada fotoğraf yükleme zorunluluğu var fakat fotoğraf yükleme ekranı bomboş işlem yapılamıyor...”

“Fotoğraf yüklenince göstermiyor.”

- “Hiçbir şekilde şifremi kabul etmiyor. Şifre değişikliği kurallara göre yapılırsa da kabul edilmiyor.”
“Tam olarak nasıl bir şifre belirlememiz gerekiyor müzekart için başvuru yapmak istedim ama...”
“...üyelik yapılamıyor.”
“Ben defalarca denememe rağmen üye olamıyorum.”
“...kart almayı deniyorum sürekli hata veriyor”
“...aldığın kart görünmüyor...”
“Son zamanlarda bağlanamıyorum şifre hatalı diyor mail adresi hatalı diyor.”

Şekil 6: Müzelerin sesi uygulamasıyla ilgili teknik aksaklıklar



Kullanıcıların Müzelerin Sesi uygulamasını kullanırken yaşadıkları başlıca aksaklıkların; uygulamanın çalışmaması, müzekart numarasını kabul etmemesi, bileti tanımaması, sesli rehber satın alamama, giriş yapılamaması ve bilet numarası hatalı uyarısı olduğu belirlenmiştir;

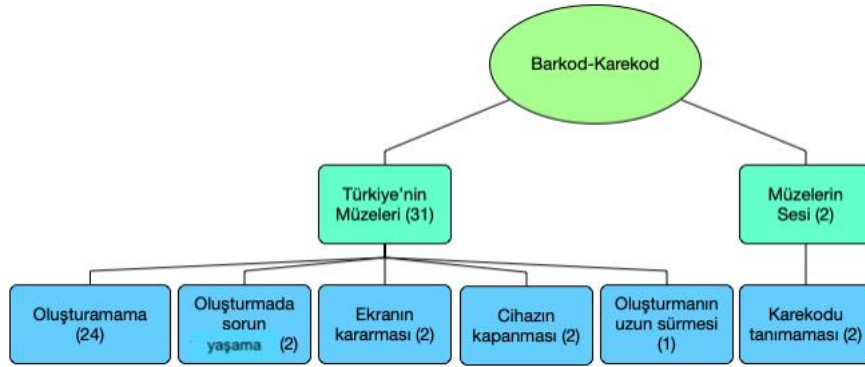
- “...Bu zamanda böyle büyük kolaylık olacakken neden halen çalışmıyor. Tüm müze görevlileri ezberlemiş gibi 'mobil uygulama' kelimelerini tamamlamadan çalışmıyor diye cevaplıyor...”
“Müze kartla giriş yaptım, uygulamayı açtığımda bilet numarası sordu, bilet almadığım için böyle bir numaranın girişini yapamadım, müze kart numaramı da kabul etmedi.”
“Maalesef bileti tanımıyor...”
“Gişeden sesli rehber almak istiyorum, elimizde cihaz kalmadı diyorlar, telefonumda müzelerin sesi yüklü oradan kullanacağım diyorum, burada o uygulamayı kullanamazsınız diyorlar, listede çıkıyor diyorum, yok olmaz diyorlar.”
“TC ile giriş yapıyorum son 1 yıla ait kayıt yok diyor, yine de hata olabilir diye yanımdaki 3 kişinin de TC'lerini giriyoruz onlarda da hata veriyor...”

Barkod-karekod

Kullanıcıların uygulamalarla ilgili yapmış oldukları yorumlarda sıklıkla dile getirdikleri hususlardan bir diğeri barkod-karekod oluşturma veya taramayla ilgili olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda yorumlarda, Türkiye'nin Müzeleri uygulamasıyla ilgili en fazla barkod-karekod oluşturmama durumundan söz edilirken, Müzelerin Sesi uygulamasında ise karekodu tanımaması durumundan söz edilmiştir;

- “Müzeye geldiğimde barkod oluşturmaya çalıştım fakat olmadı. Barkod oluşturma ekranında barkod oluşturmak için müze yakın olmanız gerekmektedir diyor ama müzenin girişindeyim zaten...”
“Barkod oluşturmuyor. Müzenin yakınında olmanız gerekiyor diyor ama müzenin kapısından çıkınca oluşturmuyor.”
“Müzenin girişinde olmama rağmen barkod oluşturma defalarca tıkladım fakat uygulama barkod oluşturmuyor.”
“İstanbul Arkeoloji Müzesine girdik kızımınla, biletteki karekodu tanımadı...”
“Bozuk ya onaylamıyor qr kodu hiçbir şekilde...”

Şekil 7: Barkod-karekod



Öneri-tavsiye

Öneri-tavsiye kategorisi, tavsiye ve uygulamayı geliştirmeye yönelik öneri olmak üzere iki alt kategoride değerlendirilmiştir. Kullanıcıların uygulamalara yönelik yapmış oldukları yorumlarda çoğunlukla uygulamayı kullanmayı diğerlerine tavsiye ettikleri belirlenmiştir.

“Uygulamayı ilk kez kullandım ve herkese tavsiye ediyorum.”

“...mutlaka indirin derim.”

“Kartı unutma veya kaybetme gibi durumları yaşamamak için uygulama üzerinden müzekart almanızı tavsiye ederim.”

“Müze dostuysanız mutlak edinin!”

“Müzelerin sesi uygulamasını kesinlikle tavsiye ediyorum”

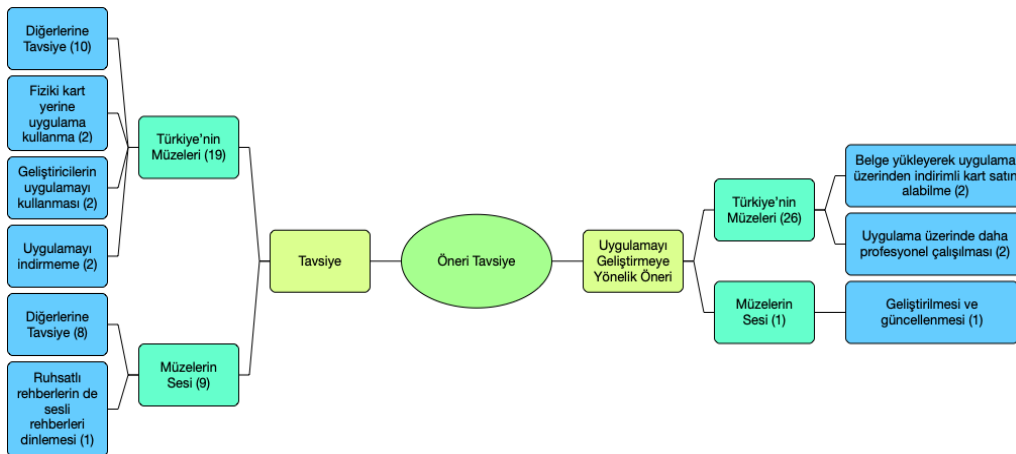
“...müzeyi gezmeye giden herkese sesli rehberle gezmelerini kesinlikle tavsiye ediyorum.”

Diğer taraftan, Türkiye'nin Müzeleri uygulaması için indirilmemesi veya kullanılmaması yönünde tavsiyeler de yer almaktadır;

“...kesinlikle dijital kart alıp buradan kullanmaya çalışmayın.”

“İndirmeyin arkadaşlar çok kötü açılmıyor. Yükledim bir kez bile açıp uygulamayı inceleyemedim.”

Şekil 8: Öneri-tavsiye



Uygulamayı geliştirmeye yönelik öneri alt kategorisi kapsamında Türkiye'nin Müzeleri uygulaması için belge yükleyerek uygulama üzerinden indirimli kart satın alabilme ile uygulama üzerinde daha profesyonel çalışılması önerisi yapılırken, Müzelerin Sesi uygulaması için geliştirilmesi ve güncellenmesi önerisi yapılmıştır;

“...en azından öğrenci belgelerini sisteme yükleyip başvuru yapabilmemiz lazım.”

“Öğrenci belgesini sisteme yükleyerek indirimli satın almak isterdik...”

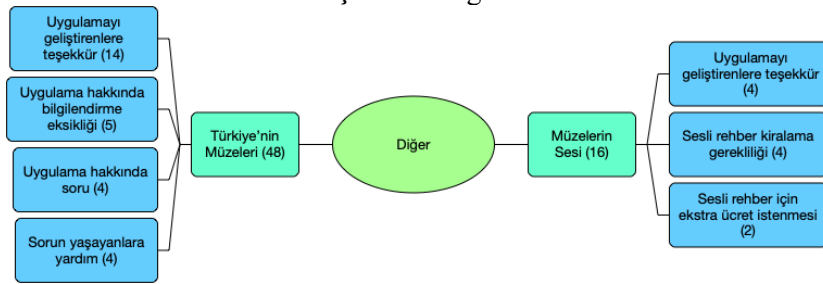
“Uygulama üzerinde çok daha profesyonel çalışma yapılmalı.”
 “...geliştirilmeye ve güncellenmeye ihtiyacı olduğunu düşünüyorum.”

Diğer

Kullanıcıların uygulamalar hakkında yapmış oldukları yorumlarda en fazla uygulamaları geliştirenlere teşekkür ettikleri belirlenmiştir. Bunun yanı sıra Türkiye'nin Müzeleri uygulaması için uygulama hakkında bilgilendirme eksikliği, sorun yaşayanlara yardım ve uygulama hakkında soru konuları hakkında bilgi paylaşılmıştır;

“Uygulamada emeği geçen herkese teşekkürler”
 “Öğrenci kartı ile ilgili herhangi bir bilgi bulunmamakta...”
 “Merhaba ben öğrenci müze kartı almak istiyorum fakat uygulamanızda öyle bir seçenek yok galiba ya da ben göremedim yardımcı olabilir misiniz?”
 “Barkod oluşturamayanlar telefonun Bluetooth'unu ve Konum'unu açıp oluştur tuşuna basın. Bazı telefonlarda açılması gerektiğini söylemiyor maalesef ama açmanız gerekiyor.”

Şekil 9: Diğer



Müzelerin Sesi uygulamasında uygulamayı geliştirenlere teşekkür, sesli rehber kiralama gerekliliği ve sesli rehber için ekstra ücret istenmesi konuları dile getirilmiştir.

“Emeğinize sağlık...”
 “...görevliye söyledim uygulamada bir problem var cihaz kiralyoruz isterseniz dedi.”
 “...görevliye sorduğumda da söylediği kapıdan 40tl karşılığında cihaz kiralamam gerektiği...”

Sonuç ve öneriler

Bu çalışmada Türkiye'nin Müzeleri ve Müzelerin Sesi uygulamalarına yönelik kullanıcıların Google Play üzerinde yapmış oldukları yorumlar değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, kullanıcıların bir kısmı Türkiye'nin Müzeleri uygulamasını başarılı ve kullanışlı olarak belirtirken bir kısmı ise kötü olduğu ve kullanışlı olmadığına yönelik ifadeler belirtmişlerdir. Bu kapsamda uygulama için yapılan 182 yorumun 66'sında olumlu nitelermeler yer alırken, 25'inde olumsuz nitelermeler yer almaktadır. Müzelerin Sesi uygulaması ise yine kullanıcıların bir kısmına göre anlamlı ve pratik iken bir kısmına göre kötü ve işe yaramaz bir uygulamadır. Uygulamaya yönelik yapılan 43 yorumun 15'i olumlu nitelermeler içerirken, 3'ü olumsuz nitelermeler içermektedir. Uygulamalara yönelik bu farklılıkların, kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarının farklı olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Uygulamaların kullanıcıların farklı istek ve ihtiyaçları belirlenerek yeniden tasarlanması ya da güncellenmesi halinde, uygulamalara yönelik memnuniyet düzeylerinin artacağı ifade edilebilir (Palumbo vd., 2013; Koo vd., 2019).

Kullanıcıların uygulamalara yönelik yapmış oldukları yorumlarda genellikle yaşamış oldukları sorunlara değindikleri belirlenmiştir. Fotoğraf yükleyememe, şifreyi kabul etmemesi, üye olunamaması, kart satın alamama, satın alınan kartın görünmemesi, şifre ve e-posta hatalı uyarısı, sesli rehber satın alamama, barkod-karekod oluşturamama, karekodu tanımaması vb. unsurlar yorumlarda değinilen teknik aksaklıklardır. Bu durum, uygulamaların kullanışlılığına ilişkin olumlu görüşleri azaltmaktadır. Mobil uygulamaların kullanım kolaylığının, uygulamanın kullanışlılığına ilişkin olumlu görüşlere etki ettiği (Barak vd., 2009) söylenebilir. Alanyazında her müze ve ören yerinin farklı özelliklere sahip olması nedeniyle uygulama tasarımlarında zorluklar yaşanabileceği belirtilmektedir

(Andolina vd., 2012). Dolayısıyla bu durum, uygulamaların kullanım kolaylıklarına olumsuz etki edebilir. Ayrıca, uygulamanın sahip olduğu altyapı özellikleri ve kullanıcıların mobil cihazların da yaşanan aksaklıklara neden olabileceği söylenebilir. Bu bağlamda uygulamaların altyapısının, farklı cihaz ve modellerde ve farklı konumlarda çalışabilecek şekilde güncellenmesi ya da güçlendirilmesi halinde söz konusu sorunların minimuma indirilebileceği düşünülmektedir.

Genel olarak kullanıcıların, uygulamalara ilişkin teknik konularda sorunlar yaşadıkları ve bu durumun kullanıcıların uygulamalara yönelik deneyimlerini olumsuz etkilediğini söylemek mümkündür. Ancak kullanıcıların, uygulamaları diğerlerine tavsiye etme niyetlerinin bulunduğu da ifade edilebilir. Bu kapsamda uygulamaların kullanıcıların ziyaret deneyimlerine katkı yaptığı, kullanıcılara fayda sağladığı, ziyaretleri görece daha anlamlı ve keyifli hale getirdiği söylenebilir (Kang vd., 2018; Marto vd., 2018). Uygulamalara, yurtdışında kullanılan benzer uygulamalar göz önünde bulundurularak (Andolina vd., 2012; Puspasari, 2020; Masduki vd., 2021); mevcut özelliklerine ek olarak artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, kapalı alan ve açık alan navigasyonu vb. özelliklerin eklenmesi halinde kullanıcı memnuniyeti artırılabilir ifade etmek mümkündür. İlaveten her iki uygulama tek bir uygulama altında birleştirilerek ve söz konusu ek özellikler eklenerek daha kullanışlı ve faydalı hale getirilebilir.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda, Apple İOS platformunda yapılacak olan yorumlar incelenerek, platformlarda yer alan uygulamaların kullanışlılıkları arasında fark olup olmadığı belirlenebilir. Kullanıcılar ile anket çalışması yapılarak bir müze ve örenyeri uygulamasından beklentilerinin neler olduğu tespit edilebilir. Bu kapsamda tek bir uygulama prototipi geliştirilerek sonuçlar değerlendirilebilir.

Kaynakça

- Al-Behadili, H. N. K., ve Ku-Mahamud, K. R. (2020). User perception usability of the Malaysian mobile trip planner platform: a review study. *Journal of Information System and Technology Management*, 5(18), 46-60. <https://doi.org/10.35631/JISTM.518005>
- Ancona, M., Cappello, M., Casamassima, M., Cazzola, W., Conte, D., Pittore, M., Quercini, G., Scagliola, N., ve Villa, M. (2006). Mobile vision and cultural heritage: The Agamemnon project. *Proc. IEEE of the 1st Int. Workshop on Mobile Vision (IMV'06)*.
- Andolina, S., Pirrone, D., Russo, G., Sorce, S., ve Gentile, A. (2012). Exploitation of mobile access to context-based information in cultural heritage fruition. *2012 Seventh International Conference on Broadband, Wireless Computing, Communication and Applications*, (322-328).
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 426-438. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299>
- Barak, M., Herscovitz, O., Kaberman, Z., ve Dori, Y. J. (2009). Mosaica: A web-2.0 based system for the preservation and presentation of cultural heritage. *Computers & Education*, 53(3), 841-852.
- Bayram, H. (2021). Nitel araştırma yöntemleri: Sosyal bilgiler lisansüstü öğrencilerinin algısına ilişkin fenomenolojik bir çalışma. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 108-118.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal bilimlerde içeri analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar* (3. Bs.). Siyasal Kitabevi.
- Boiano, S., Bowen, J. P., ve Gaia, G. (2012). Usability, design and content issues of mobile apps for cultural heritage promotion: The Malta culture guide experience. *arXiv preprint arXiv:1207.3422*.
- Briciu, A., Briciu, V.-A., ve Kavoura, A. (2020). Evaluating how 'smart' Braşov, Romania can be virtually via a mobile application for cultural tourism. *Sustainability*, 12(13), 5324-5324. <https://doi.org/10.3390/su12135324>
- Choudary, O., Charvillat, V., Grigoras, R., ve Gurdjos, P. (2009). March: Mobile augmented reality for cultural heritage. *Proceedings Of The 17th ACM International Conference on Multimedia*, (1023-1024).
- Duran, G., ve Uygur, D. S. M. (2019). Akıllı turizm destinasyonları kapsamında Ankara'nın akıllı turizm uygulamalarına yönelik bir araştırma. *3. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi*, (1-14) .

- Ercan, F. (2021). Mobil seyahat uygulamaları ve Karadeniz Ereğli için bir mobil gezi rehberi uygulama önerisi: KdzEregli travel guide (KTG). *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(1), 1-12.
- Erdem, A., Kayran, S. C. Ş., ve Şeker, F. (2020). Mobil turizm uygulaması olarak Visiturfa Gezi Rehberi'nin değerlendirilmesi. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-12.
- Erdem, B., ve Gezen, T. (2014). Turizm işletmelerine yönelik iş ilanlarını içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 19-42. <https://doi.org/10.11122/ijmeb.2013.10.21.425>
- Fidas, C. A., ve Avouris, N. M. (2015). Personalization of mobile applications in cultural heritage environments. *2015 6th International Conference on Information, Intelligence, Systems and Applications (IISA)*, (1-6).
- Hiramatsu, Y., Sato, F., Ito, A., Hatano, H., Sato, M., Watanabe, Y., ve Sasaki, A. (2017). Designing mobile application to motivate young people to visit cultural heritage sites. *International Journal of Social and Business Sciences*, 11(1), 121-128.
- Huang, Z., ve Benyoucef, M. (2022). An empirical study of mobile application usability: A unified hierarchical approach. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2082021>.
- Ismail, A., Kadir, S. A. S. A., Aziz, A., Mokshin, M., ve Lokman, A. M. (2016). Itourism travel buddy mobile application. *2016 10th International Conference on Next Generation Mobile Applications, Security and Technologies (NGMAST)*, (82-87).
- Kang, J., Jang, J., ve Jeong, C. (2018). Understanding museum visitor satisfaction and revisit intentions through mobile guide system: Moderating role of age in museum mobile guide adoption. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 95-108.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Koo, S., Kim, J., Kim, C., Kim, J., ve Cha, H. S. (2019). Development of an augmented reality tour guide for a cultural heritage site. *Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH)*, 12(4), 1-24.
- Krosche, J., Baldzer, J., ve Boll, S. (2004). Mobidenk-mobile multimedia in monument conservation. *IEEE multimedia*, 11(2), 72-77.
- Li, R. Y.-C., ve Liew, A. W.-C. (2015). An interactive user interface prototype design for enhancing on-site museum and art gallery experience through digital technology. *Museum Management and Curatorship*, 30(3), 208-229. <https://doi.org/10.1080/09647775.2015.1042509>
- Luna, U., Rivero, P., ve Vicent, N. (2019). Augmented reality in heritage apps: Current trends in Europe. *Applied Sciences*, 9(13), 2756.
- Marto, A., Gonçalves, A., ve Sousa, A. (2018). Dinofelisar: Users' perspective about a mobile AR application in cultural heritage. *VR Technologies in Cultural Heritage: First International Conference, VRTCH 2018*, (79-92).
- Masduki, H., Nazarrudin, S. N. A., ve Ali, S. K. (2021). Augmented reality mobile application for Malay heritage museum. *Asia-Pacific Journal of Information Technology and Multimedia*, 10(02), 122-135. <https://doi.org/10.17576/apjitm-2021-1002-09>
- Palumbo, F., Dominici, G., ve Basile, G. (2013). Designing a mobile app for museums according to the drivers of visitor satisfaction. *Recent Advances in Business Management and Marketing- Proceedings of the 1st International Conference on Management, Marketing, Tourism, Retail, Finance and Computer Applications (MATREFC'13)*, (159-166).
- Portalés, C., Rodrigues, J. M., Rodrigues Gonçalves, A., Alba, E., ve Sebastián, J. (2018). Digital cultural heritage. *Multidominal Technologies and Interact*, 2(3), 58.
- Prasetyo, N. A., ve Suyoto, S. (2018). Design mobile app for increase the visitor museum using gamification method. *TELKOMNIKA (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 16(6), 2791-2791. <https://doi.org/10.12928/telkomnika.v16i6.10384>
- Puspasari, D. (2020). Designing mobile application for museum enthusiasts. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 4(00003), 1-10.
- Rubino, I., Barberis, C., Di Chio, L., Xhembulla, J., ve Malnati, G. (2014). Enhancing a museum mobile application through user experience design: A comparative analysis. *Recent Adv Electr Electron Eng*, 295-300.

- Siang, T. G., Aziz, K. B. A., Ahmad, Z. B., ve Suhaifi, S. B. (2019). Augmented reality mobile application for museum: A technology acceptance study. *6th International Conference on Research and Innovation in Information Systems (ICRIIS)*, (1-6).
- Tekindal, M., ve Arsu, Ş. U. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-172.
- Turan, B., ve Keser, H. (2014). Museum guide mobile app: The case of the Near East University classical car museum. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 131, 278-285. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.117>
- Vlahakis, V., Karigiannis, J., Tsotros, M., Gounaris, M., Almeida, L., Stricker, D., Gleue, T., Christou, I. T., Carlucci, R., ve Ioannidis, N. (2001). Archeoguide: First results of an augmented reality, mobile computing system in cultural heritage sites. *Virtual Reality, Archeology and Cultural Heritage*, 9(10.1145), 584993-585015.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma* (12. Bs.). Seçkin.

Etik kurul onayı

Çalışma kapsamında anket, mülakat, odak grup çalışması vb. tekniklerin kullanılmamış olması, ikincil verilerden yararlanılmış olması nedeniyle çalışma, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar çatışması

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Türkiye’ de Müslüman-dostu otellerde konaklayan yerli misafirlerin profilini belirlemeye yönelik bir araştırma
A study to determine the profile of domestic guests staying in Muslim-friendly hotels in Turkey

Gönderim Tarihi / Received: 02.09.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 21.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1170228](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1170228)

Berna ERCAN**1

Yüksel ÖZTÜRK²

ÖZ: Son yıllarda Müslüman tüketicilerin turizm faaliyetlerine katılmaları, tatil sürecinde dinin emirlerini yerine getirmek istemeleri Müslüman-dostu turizm kavramını ortaya çıkarmıştır. Çalışmanın amacı Türkiye’de Müslüman-dostu otellerde konaklayan yerli misafirlerin seyahat profilini (seyahat etme nedeni, otelleri tercih etme nedeni vb.) belirlemektir. Çalışmanın evreni Türkiye’de Müslüman-dostu otellerde konaklamayı tercih yerli misafirlere olmaktadır. Araştırma örnekleme olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 431 misafirden olmaktadır. Verilerin elde edilmesinde anket tekniği kullanılmıştır. Veriler SPSS programı kullanılarak tanımlayıcı istatistikler aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre misafirler seyahat etme nedenleri olarak dinlenmek ve eğlenmek, aile ile birlikte olmak, stres ve gerilimden kurtulmak istedikleri ortaya çıkmıştır. Müslüman-dostu otelleri tercih etme nedenleri otellerin alkolsüz bir ortam olması, helal yiyecek içecek ve mahremiyet olduğu ortaya çıkmıştır. Müslüman-dostu otellerde misafirlerin havuz/plajda vakit geçirmek, dinlenerek-eğlenerek ve aile ile vakit geçirdikleri yapılan araştırmada ortaya çıkmıştır. Müslüman-dostu otel seçiminde arkadaşların tavsiyesi, önceki seyahatler ve sosyal medya aracılığı ile tercih ettikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Müslüman-dostu turizm, Müslüman-dostu otel, Seyahat, Deneyim

ABSTRACT: In recent years, Muslim consumers' participation in tourism activities and their desire to fulfill the orders of religion during the holiday period have revealed the concept of Muslim-friendly tourism. The aim of the study is to determine the travel profile (reason for travel, reason for choosing hotels, etc.) of domestic guests staying in Muslim-friendly hotels in Turkey. The universe of the study consists of domestic guests who prefer to stay in Muslim-friendly hotels in Turkey. The research sample consists of 431 guests selected by convenience sampling method, which is one of the non-probability sampling methods. Questionnaire technique was used to obtain the data. The data were analyzed by means of descriptive statistics using the SPSS program. According to the results of the research, it has been revealed that the guests want to relax and have fun, be with the family, and get rid of stress and tension as the reasons for traveling. The reasons for choosing Muslim-friendly hotels were found to be alcohol-free, halal food and beverage, and privacy. The research revealed that in Muslim-friendly hotels, guests spend time at the pool/beach, relaxing and having fun, and spending time with their family. It has been seen that they prefer a Muslim-friendly hotel through the advice of friends, previous travels and social media.

Keywords: Muslim-friendly tourism, Muslim-friendly hotel, Travel, Experience

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Öğr. Gör., Munzur Üniversitesi/Pertek Sakine Genç Meslek Yüksekokulu /Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü/ Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, bernaercan@munzur.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5367-1885>

² Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, yuksel.ozturk@hbv.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4320-5626>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

In some verses of the Qur'an, the book of the Islamic religion (Bakara 168, Saffat 137-138, Al'i İmran 96.97, Kehf 59, Maide 87, Taha 76, En'am 11), and in various hadiths, it is seen that it is a religion that encourages people to travel (Diyanet Presidency, 2011). Muslim-friendly tourism has been accepted as a developing area in the tourism market by many researchers (Carboni and Janati, 2016; El Gohary, 2016; Akmeşe, Çınar and Akmaz, 2021) and it has been stated that it will provide economic benefits to countries (Vargas-Sánchez and Moral-Moral, 2018). Muslim-friendly tourism can be considered as a rapidly developing field of experience as people prefer halal products and services during their travels. The aim of Muslim-friendly tourism is to ensure that the guests, who lead their lives in accordance with the principles and rules of the Islamic religion, spend their travels in accordance with the Islamic religious rules, especially their leisure and vacation trips. Recently, it is seen that the expectations of Muslims towards halal products are gaining more and more importance in the field of marketing. In order to meet the needs of the tourism market from Muslim countries, halal services have started to develop (Chanin, 2016: 68). According to the Global Muslim Travel Index (2018), the number of people who believe in Islam will reach 2.8 billion in 2050 and this rate will constitute 30% of the world population, Muslim-friendly tourism, which is adopted by mostly non-Muslim countries such as Japan and Thailand, is also important among non-Muslim countries (El-Gohary, 2016). Religious beliefs; While providing a source of purpose and meaning for people's lives, as a cultural factor it has had a significant impact on people's values, habits and attitudes and lifestyles. Islamic rules and beliefs are important in hotel selection for guests participating in tourism activities (Pamukçu, 2017: 159). As a result, the increase in the purchasing power of Muslims, the increase in their education level and the development of technology emerge in line with the demands of Muslims. In line with this demand, businesses suitable for the concept of halal tourism emerge in the world and in Turkey.

Methodology

The population of the research consists of domestic guests who are over 18 years old and prefer to stay in Muslim-friendly hotels in Turkey. The research sample consists of 431 guests. Convenience sampling, which is one of the non-random sampling methods, was used in cases where the number of individuals constituting the main population could not be determined exactly. The research questionnaires were applied between 25.02.2021 and 01.04.2021. In the research, 460 questionnaire forms were collected. A total of 431 questionnaires were analyzed by removing some forms as they contain a high amount of missing data. In the scale, 16 statements were measured for participants to choose their reasons for traveling, 13 statements as reasons for choosing Muslim-friendly hotels, 10 statements about spending time in Muslim-friendly hotels, and 8 statements about information resources that allow you to choose a Muslim-friendly hotel. Self-definition in terms of conservatism, the degree of knowledge about Muslim-friendly hotels, how many trips in a year, with whom you travel, the length of stay in the last Muslim-friendly hotel, your general thoughts about the price (fee) of the Muslim-friendly hotel questions were answered with a 5-point likert scale. The answers received from the guests are limited to the prepared questionnaire. A questionnaire was applied to the guests on the basis of volunteerism. The basic assumptions on which the research is based; Customers participating in the Muslim-friendly hotel experience are deemed to have answered the survey questions sincerely and truthfully.

Findings

Considering the gender variable, it is seen that 251 (58.2%) of the Muslim-friendly hotel guests participating in the research are female and 180 (41.8%) are male. When examined in terms of age groups, it was determined that the majority of the participants were between the ages of 30-39 (44.1%). When the distribution of the participants according to their education level is examined, it is seen that the first (36.2%) graduate, the second (27.8%) high school graduate, and the ratio among them is close. When the distribution of the participants according to their occupations was examined, it was determined that they were civil servants (25.8%), housewives (25.1%), and self-employed (16.9%). Considering the monthly income distribution, it consists of individuals between (32%) and "4.001-6,000" and (18.1%) with an income level of 2.001-4,000. The most common reasons for traveling were resting and having fun (85.8%), being with family (60.1%), and getting rid of stress and tension (53.6%). It was found that

the factors of sportive activities (7.2%) and self-knowledge-discovery (6.3%) were quite low compared to the others. The most important factor for the participants to prefer Muslim-friendly hotels is the alcohol-free environment (83.3%). Having separate beaches for men and women (73.3%), halal food and beverage (72.8%), privacy (72.3%) and religious belief (63.3%) are the other high expressions. When the averages of the evaluations of the guests staying in the Muslim-friendly hotel business about the reasons for choosing the hotel are examined one by one, the factor of only experiencing a Muslim-friendly hotel (8.8%) is quite low compared to the others. It can be said that he prefers. Participants spend most of their time at the pool/beach (77.4%) in Muslim-friendly hotels. Resting and having fun (76.7%) being with the family (69.8%) are the other expressions with a high percentage. Doing sports (11.4%) and spending time on social media (4.0%) were the least preferred expressions. It has been observed that the participants prefer friends (48.1%), previous travels (47.4%) and social media (46.3%) as sources of information when choosing a Muslim-friendly hotel. The least preferred expressions were incidentally (10.5%) and other (1.6%) sources of information. Participants asked, “How would you describe yourself in terms of conservatism?” Firstly, the participants gave the answer that I am a conservative (43.7%). Respondents say that they are moderately conservative (29.3%) in second place. I am definitely a conservative (20.6%) option is in the third place. Participants “What is your level of knowledge about Muslim-friendly hotels?” It was seen that they answered the question I have knowledge (40.1%), moderate (31.8%) and I have absolutely knowledge (24.4%). How many times do you travel in a year? It was observed that they answered the question once (41.8%) and twice (33.9%). It is thought that the participants generally go on vacation once a year. Participants “Who are you traveling with?” answered the question with the family (65.2%). “How long is the last stay in Muslim-friendly hotels?” was asked to the participants. It is seen that he answered the question 3-5 days (43.8%) and 6-10 days (31.3%). It is seen that the answers given to the question of what your general opinion about the price (fee) of a Muslim-friendly hotel is are very expensive (37.0%) and expensive (32.6%).

Discussion, conclusion and recommendations

According to the results of the research in similar studies on Muslim-friendly hotels (Oflaz, 2015; Özdemir, 2015), the high participation of women in terms of gender is similar. Al-ansi and Han (2019) found that women (55.6%) attend more than men (44.4%) in their study in South Korea, which attracts Muslim tourists. According to the data obtained on demographic variables, it is seen that most of the respondents are women, married with children and housewives. According to the results of the research, among the answers given to the question of the reason for the travel of the guests, the factors mostly consist of resting and having fun, being with the family, getting rid of stress and tension, seeing the natural beauties, swimming in the sea, getting away from the city and visiting cultural places. Among the answers given to the question of why the guests prefer Muslim-friendly hotel establishments, the most common factors are the alcohol-free environment of the hotels, separate beaches for men and women, Muslim-friendly food and beverage, privacy, religious belief, performing their prayers comfortably, and a masjid / mosque in the hotel. It consists of the factors of being a mosque. Pamukçu (2017) and Duman (2019) revealed that the participants chose Muslim-friendly hotels because they mostly chose the Islamic way of life. In his research, Cankul (2011) stated that the statements of not having pork in meals ($\bar{x}=4.92$) and having a separate pool for women ($\bar{x}=4.78$) are effective in choosing Muslim-friendly hotels. Due to the prohibition of alcohol use in Islam, the absence of alcoholic food and beverage presentation and consumption has emerged as one of the main reasons for the existence of Islamic businesses. It has been revealed that guests generally spend time with family, nature walks, environment tours and friends by entering the pool/beach, resting and having fun. Muslim-friendly hotel businesses are recommended to pay attention to the principles and procedures of the Islamic faith when creating a new event or carrying out existing experiences. In order to transform Muslim-friendly hotel services into more lasting experiences, marketing and policy activities should be developed by emphasizing the Muslim-friendly services offered by the departments in the hotel more (especially emphasizing that the hotels are alcohol-free). Friends seem to be the source of information for guests to choose Muslim-friendly hotels. It is recommended that Muslim-friendly hotel businesses use relationship marketing more effectively than social media and other types of marketing.

Giriş

Müslümanların istek ve beklentilerine uygun turistik ürün ve hizmetlerin bir ihtiyaç haline gelmesinin nedeni dünyadaki Müslümanların gelir seviyesinin yükselmesi hem genç Müslüman kesimin seyahate yönelme isteklerinin artması hem de Müslümanların dinlerine uygun hizmetlerin sunulması ihtiyacı olmuştur (Boğan, Batman ve Sarıışık, 2016; Han Al-Ansi, Olya, ve Kim, 2019). Müslüman-dostu turizm pazarında turist sayısı 2013 yılında tahmini 108 milyondan 2019’ da 160 milyona yükselmiştir (Global Muslim Travel Index, 2021). COVID salgınının turizm ve seyahat sektörü üzerinde etkisi olduğu için Müslüman turistlerin seyahatleri 2020 yılında 42 milyona gerilemiştir. Bu seyahatlerin %90’ı 2020’ nin ilk çeyreğinde destinasyonlar sınırlarını kapatmadan önce gerçekleştirilmiştir. Müslüman seyahat pazarının 2023’ te 2019 seviyelerinin %80’ine kadar toparlanacağı tahmin edilmekte ve 2024 yılına kadar 274 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Global Muslim Travel Index, 2021). Yıllık bileşik büyüme oranının %6,4 oranında olduğu görülmektedir (Global Muslim Travel Index, 2019). Malezya, Endonezya gibi halkı Müslüman olan ülkeler ve Singapur, Tayland gibi Müslüman nüfusu yoğun olmayan ülkelerde Müslüman turistlerin talepleri doğrultusunda ülke pazarlarını İslam dini kural ve esaslarına göre şekillendirdiği görülmektedir. Türkiye Müslüman-dostu turizmin gelişmesi açısından sahip olduğu kültürel miras, doğal güzellikler, coğrafi konum, yıllık karşıladığı turist sayısı, sahip olduğu turizm deneyimi, sektörel alt yapı koşulları, sertifikalanma sistemleri gibi etkenler dikkate alındığında pazarda rakiplerine göre daha avantajlı bir konuma sahip olabileceği düşünülmektedir (Tekin ve Yılmaz, 2016). Global Muslim Travel Index 2021 sonuçlarına göre Malezya en üst puanı alarak ilk sıradaki destinasyon olmaya devam ederken genelde üçüncü sırada yer alan Türkiye, ikinci sıraya yükselmiştir (Global Muslim Travel Index, 2021: 20) Müslüman-dostu konseptte hizmet veren konaklama işletmelerinin ürün ve uygulamalarına bakıldığında Türkiye’de 38 ilde 209 işletmenin muhafazakâr olan misafirlerin beklentilerine ve yaşam biçimlerine göre hazırlandığı görülmüştür (Boyras, Mutluç ve Dikmen, 2017: 385). Güngör Uras 9 Ocak 2018 tarihli Milliyet Gazetesindeki köşe yazısında Müslüman-dostu otel konseptinde hizmet veren işletmelerin toplam yatak kapasitesinin 20 bin ile 35 bin arasında olduğunu ve bu rakam Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli toplam yatak kapasitesinin %3’üne denk geldiğini ifade etmektedir (Turizm Ajansı, 2022). Akmaç (2020) halalbooking.com internet adresi üzerinden yaptığı çalışmada Türkiye’de Müslüman-dostu işletme sayısını 515 olarak ifade etmiştir. Türkiye’de Müslüman-dostu otel işletmeciliği noktasında Alanya’daki Bera Otel (2007), Adenya Hotel ve Resort (2011), Angel’s Marmaris Otel (2011), Wome Deluxe Otel (2013), Adin Beach Otel (2014) ve benzeri birçok işletme Müslüman-dostu turizm kapsamında pazara girdikleri görülmektedir (Karaoğlu, 2017: 36-38).

Müslüman-dostu turizm insanların seyahatleri süresince helal ürün ve hizmetleri tercih etmesiyle hızla gelişen bir deneyim alanı olarak değerlendirilebilir. Müslüman-dostu turizmin amacı Müslüman insanların tatil amacıyla yapılan yolculuklar ve dinlenmek amacıyla geceleme yaptıkları konaklama tesisine kadar İslam dini kurallarına uygun olarak seyahatlerini geçirmelerini sağlamaktır. Cankül (2011) yaptığı çalışmada yerli turistlerin satın alma süreçlerinde dini hayat tarzlarının otel seçimi üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmeği amaçlamıştır. Çalışmada yerli turistlerin dini emirler hakkındaki tutumları ile otel seçimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, dini emirlerin yerli turistlerin turistik ürünü seçme ve satın alma davranışları üzerinde etkisi olduğunu ve bu etkinin insanların dini emirlere uyma çabalarına bağlı olarak şiddetinin değiştiğini göstermektedir. Özdemir (2015) yaptığı çalışmada Türkiye’deki Müslüman-dostu otellerin dini niteliklerini ve İslami turizme katılan yerli misafirlerin otel hizmetlerine ilişkin dini beklentilerini ve tatil tercihlerini ortaya çıkarmıştır. Çalışmalarda dini inanışların turizm sektörü içerisindeki rolünün etkisi geniş bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Böylelikle hem bu alanla ilgili literatüre katkı sağlanabilir hem de konuyla ilgili bundan sonra yapılabilecek çalışmalara örnek teşkil edebilir. Özetle Müslüman-dostu turizm kapsamında hizmet veren otellerde konaklayan misafirlerin hayat tarzlarının, dini beklentilerinin, algılarının, müşteri sadakat ve değerlerinin ve otel işletmelerinde aradıkları özelliklerin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılmış ve turistlerin satın alma davranışlarında dini inanışlarının etkili olduğu, tatil tercihlerini etkilediği ve helal ürünlere önem gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın amacı ise Türkiye’de Müslüman-dostu otellerde konaklama talebinde bulunan misafirlerin seyahat profilinin (seyahat etme nedeni, otelleri tercih etme nedeni vb.) belirlenmesine ilişkin çalışma yapılmıştır.

Literatür taraması

İslam dini ve turizm

Geçmişten bu yana insanları seyahate yönlendiren önemli faktörlerden biri dini inançlar olmuştur. Bu seyahatler turizmin ilk biçimi olarak düşünülebilir (Stanciulescu ve Tirca, 2010: 129). İslam dini sosyo-ekonomik adalete ve kardeşliğe de vurgu yapmakla beraber iyi bir yaşam ile insanların refahını istemektedir. Ayrıca İslam dini insanın maddi ve manevi ihtiyaçları arasında bir denge ihtiyacının önemini de vurgulamaktadır (Mohsin, Ramli ve Alkhulayfi, 2016: 138). İnsanların inanmış oldukları din algısı, yaşamlarının her alanında varlığını hissettirdiği gibi toplumun düşünce dünyasının ve davranışlarının belirlenmesinde de varlığını hissettirmektedir (Süt, 2014: 483-484). İslam dini de Müslüman topluluklarda bazı emirleri turizmin talebini ve motivasyonunu etkilemektedir (Kurnaz, 2013: 11).

İslam dininde seyahatin insanların üzerindeki gerginliğin azalmasına, bireylerin dinlemesine, fiziksel ve psikolojik sıkıntılardan uzaklaşmasına yardımcı olması ve insanların görerek ve düşünerek Allah’ın yoktan var ettiği varlıklar hakkında birçok bilgiye erişebileceği dile getirilmektedir. Müslümanların seyahat etmenin hem ibadet hem de İslam dinine davet niteliğinde değerlendirilebilmesi de mümkündür. Akrabalık ve dost ziyaretine de İslam dini çok büyük önem verilmiştir. Bu durum ise Müslüman turistleri Müslüman-dostu turizmüne teşvik edebilir (Farahani ve Henderson, 2010: 80). Genel olarak İslamiyet’te seyahat amaçlarını Pamukçu (2017); iman etmek, ibadet etmek (hac-umre), ilim öğrenmek ve öğretmek, tecrübe edinmek, ticaret yapmak, geçmiş ümmetlerden ibret almak ve hicret etmek şeklinde sıralamıştır. Kur’an-ı Kerim’in (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2011) bazı ayetlerinde (Bakara 168, Saffat 137-138, Al-i İmran 96,97, Kehf 59, Maide 87, Taha 76, En’am 11) insanları seyahate teşvik etmiştir. Kur’an-ı Kerim’de (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2011); “sizden önce (ki milletlerin başından) nice olaylar gelip geçmiştir. Yeryüzünde gezin dolaşın da yalanlayanların sonunun nasıl olduğunu bir görün” (Al-i İmran, 3/137). “De ki: “Yeryüzünde dolaşın da önceki milletlerin sonlarının nasıl olduğuna bakın.” Onların çoğu Allah’a ortak koşan kimselerdi” (Rum, 30/42). “Yeryüzünde dolaşıp kendilerinden öncekilerin sonunun nasıl olduğuna bakmadılar mı? Oysa onlar kendilerinden daha da kuvvetli idiler. Ne göklerde ne yerde hiçbir şey Allah’ı aciz bırakacak değildir. Şüphesiz O, hakkıyla bilendir, hakkıyla kudret sahibidir” (Fatır, 35/44). “Şüphesiz, insanlar için kurulan ilk ibadet evi, elbette Mekke’de, âlemlere rahmet ve hidayet kaynağı olarak kurulan Kâbe’dir. Onda apaçık deliller, Makam-ı İbrahim vardır. Oraya kim girerse, güven içinde olur. Yolculuğuna gücü yetenlerin hacetmesi, Allah’ın insanlar üzerinde bir hakkıdır. Kim inkâr ederse (bu hakkı tanınmazsa), şüphesiz Allah bütün âlemlerden müstağnidir (Kimseye muhtaç değildir, her şey O’na muhtaçtır)” (Âl-İ İmrân, 3/96-97). “Öyle ise akrabaya, yoksula ve yolcuya hakkını ver. Bu, Allah’ın hoşnutluğunu kazanmak isteyenler için daha hayırlıdır. İşte onlar kurtuluşa erenlerdir” (Rum, 30/38). Ayetlere bakıldığında insanların helak olan toplumları sık sık ziyaret etmeleri gerektiği, dünya hayatının geçici olduğu, ahiret hayatının ise kalıcı olduğu ifade edilmiştir. İslam dininin şartlarından biri olan hac ibadeti bir yolculuk ve seyahat olarak ele alınabilir. Hac yolculuğunun da belirli şartları vardır ve bu şartları taşıyan Müslümanların bu ziyareti yapması gerekmektedir (Jafari ve Scott, 2014).

İslam dininde Hz. Muhammed’in (S.A.V.) sözleri, açıklamaları, sünnetleri ve yaşam biçimi Müslümanlar için önemli bir kaynaktır. Hz. Muhammed’in (S.A.V.) hayatı boyunca birçok seyahate çıkmış olması İslam dininde seyahatin önemi hakkında bilgi vermektedir. Kur’an-ı Kerim ayetleri ve Hz. Muhammed’in (S.A.V.) seyahati teşvik edici hadisleri durağan, tekdüze bir hayat anlayışını reddedildiği görülmektedir (Süt, 2014: 486). Hz. Muhammed (S.A.V.) “seyahat ediniz; sıhhat bulur, rızıklanırsınız ve ticareti azalır, geçimi zorlaşan kimse, Umman'a gitsin buyurarak uzaklığına bakılmaksızın başka ülkelere hem sağlık hem de ticaret maksatlı seyahat etsin” diyerek seyahate teşvik etmiştir. Bu teşvike uyan ilk Müslümanlar Afrika, Çin ve Hindistan başta olmak üzere uzak Asya ülkelerine seyahatler düzenlemişlerdir (Küçük, 2015: 434-435). Hz. Muhammed (S.A.V.) bir yerden başka bir yere hareket etmeyi insanın sağlığına katkısına etki sağlayabileceğini özellikle bugünün büyük problemlerinden biri olan obezite gibi hastalıkların önüne geçmede hareket etmenin ne kadar önemli olduğunu geçmişten bize haber vermiştir. Kazancın bereketlenmesinde de hareket halinde olmanın ne kadar önemli olduğunu belirtmektedir (Uçar ve Yüksel, 2018: 469). Hz. Ömer: “Bana ölümün geleceği durumlar içinde Allah yolunda çalışmaktan sonra en sevgili durum, ben bir dağın iki şubesi arasında Allah’ın fazlından rızık aramak için seyahatte bulunduğum sırada ölümün bana gelmesidir” demiştir (Akpınar, 2017: 6). Hz. İsa seyahatle ilgili “Dünya ibret alınacak pek çok hadisenin geçtiği ve hiç kimsenin ebedi kalmadığı bir taşınma yeridir. O halde gezginlerden olun ve öncekilerin kalıntı ve

eserlerinden ibret alın” (Akpınar, 2017: 6). Turizmin seyahate dayanması ile İslam’ın temel referansları olan Kur’an-ı Kerim ve hadislerde seyahatle alakalı kavramların bulunması, İslam’ın turizmle yakın ilişkisini göstermektedir.

Müslüman-dostu turizm

Turizm “İnsanların sürekli yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir” (Batman, 2015: 13). Değişen yaşam koşulları bireylerin tatil ve turizm anlayışları ile turistlik beklentilerinin değişmesi turizmde talep değişmelerine neden olmuştur. Oluşan bu değişim ve yeni beklentiler farklı yeni turist türleri ve turizm çeşitliliğinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Oflaz, 2015: 42). Yeni gelişen turizm pazarlarından biri de Müslüman-dostu turizm pazarıdır. Global Muslim Travel Index (2018)’e göre 2050 yılına kadar İslam dinine inanan insanların sayısı 2,8 milyar olacağı ve bu oranın dünya nüfusunun %30’ünü oluşturacağı, El-Gohary (2016) Müslüman nüfusun diğer dini gruplara göre daha hızlı artacağını öngörülüğünü ve Müslüman nüfusun büyük bir bölümünün yoğun seyahat edebilecek yaşta olduğunu belirtmiştir.

Müslüman-dostu turizm ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Arpacı ve Batman (2015: 75) “turizm tanımında geçen, konaklamalardan doğan ihtiyaçların İslami kural ve inanışlara uygun şekilde karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir” şeklinde tanımlamışlardır. Battour ve İsmail (2016: 151) “İslami öğretilere göre Müslümanların turizm endüstrisinde kullanmalarına ya da ilgilenmelerine izin verilen herhangi bir turizm objesi ya da eylemidir”. Mansouri (2014: 20) “helal hava yolu, helal yiyecek-içecek, helal aktivite gibi alanları helal paket tur bünyesinde toplayıp bunları helal konaklama tesislerinde sunma biçimi” olarak tanımlamıştır. Mohsin, Ramli ve Alkhulayfi (2016: 138) “İslami öğretilere uygun ibadet ve beslenme gereksinimini kolaylaştırmak için Müslüman gezginlerin ihtiyaçlarını karşılayan bir turizm ürünü ve hizmetinin sağlanması” şeklinde tanımlanmıştır.

Müslüman-dostu turizm birçok araştırmacı tarafından (Carboni ve Janati, 2016; El Gohary, 2016; Eşitti, 2018; Akmeşe, Çınar ve Akmaz, 2021) turizm pazarında yükselen bir alan olarak kabul edilmiş ve benimseyen ülkelere ekonomik fayda sağladığı görülmektedir (Vargas-Sánchez ve Moral-Moral, 2018). Japonya, Müslüman-dostu turizmin muazzam büyüme potansiyeline sahip önemli turizm pazarlarından biri kabul ettiği için kendisini Müslüman-dostu turizm destinasyonu olarak tanıtmaktadır. Tayland turizm otoritesinin web sitesinde, Tayland’da ücretsiz mobil uygulamaları sunmakta (İngilizce, Tay dili, Arapça ve Bahasa Endonezyası), cami konumları, helal restoranlar vb. hakkında bilgiler sağlamaktadırlar (El-Gohary, 2016). Gabdrakhmanov vd., (2016), Müslüman-dostu turizmin Rusya’daki başarısının büyük ölçüde sunulan yiyeceklere ve kamu yönetimi altındaki İslami bankalar da dahil olmak üzere Müslüman-dostu otel ve hizmetlere bağlı olduğunu savunmaktadır.

Müslüman-dostu otellerde bulunması gereken özellikler namaz ve ibadet alanları, domuz eti içermeyen yiyecekler, alkolsüz içecekler, İslami eğlence, İslami kıyafet kuralları, İslami ahlak ve ibadetler de dahil olmak üzere İslami kurallara ve uygulamalara uygun özelliklere sahip olması önemlidir (Shafaei ve Mohamed, 2015: 55). Müslüman-dostu otellerde alkolsüz içecekler, helal gıda, odalarda Kur’an-ı Kerim bulunması, kible yönüne bakmayacak şekilde yatak ve tuvalet konumlandırılması, mescit bulunması, seccade bulunması, uygun eğlence, çoğunlukla Müslüman personel, muhafazakâr personel kıyafeti, erkekler ve kadınlar için ayrı dinlenme tesisleri, misafir kıyafet yönetmeliği, İslami finansman şeklinde Müslüman-dostu otellerde bulunması gereken özellikler arasındadır (Henderson, 2010: 248) Sonuç olarak Müslümanların motivasyonları, eğitim ve refah düzeylerinin artması ve teknolojinin gelişmesi ile insanlar turizm faaliyetine katılırken İslam dininin kurallarına uygun hareket etmek istemektedirler.

Müslüman-dostu turizm pazarı çok hızlı bir şekilde büyümeye başlamış ve hem Müslüman hem de gayrimüslim olan ülkeler bu pazardan pay alma rekabetine girmişlerdir. Türkiye de rekabet eden ülkelerin başında gelmektedir. Türkiye hem Müslüman halka sahip olması ile hem de kültürü, tarihi ve İslam dini yapılarıyla kendisini en şanslı ülke olarak görmektedir. Bu alanda faaliyet gösteren otellerin sayısı da her geçen gün artmaktadır. Türkiye’de Müslüman-dostu işletme sayısı 200, doluluk oranları ise %90 civarlarındadır (Hacıoğlu, 2017: 29).

Son yıllarda Müslüman misafirlere hitap edebilmek adına Müslüman-dostu turizm kapsamında yatırımların hızlanması, ülkelerin teşvik vermesi, ülkeler kendi standardizasyonunu geliştirmesi, Müslüman dostu uygulamaları, Müslüman-dostu turizm arzı kapsamında yürürlüğe koyabilmek için çaba göstermektedirler. Turizm arzının en büyük etmenlerinden birisi olan otel işletmeleri de Müslüman-dostu turizm kapsamında otel işletmelerinde bulunması gereken özellikler ile sunulması

gereken hizmetler önem taşımaktadır (Soybalı, Boyraz ve Dikmen, 2017: 277). Müslüman-dostu otellerde diğer otellere oranla farklı bir temaya sahip olsa da yüksek kaliteli hizmet ve konforlu misafir odası gibi konukların keyifli bir konaklama geçirmesini sağlayan temel otel özelliklerinden vazgeçmemelidir. (Hung, 2015). Müslüman-dostu turizm insanların seyahatleri süresince helal ürün ve hizmetleri tercih etmesiyle hızla gelişen bir deneyim alanı olarak değerlendirilebilir. Müslüman-dostu oteller memnuniyeti sağlamak için misafirlerin mal, hizmet ve ürün beklentilerini karşılayıp bağımlılığını arttırmak ve rakiplerine karşı üstünlük oluşturmak için memnun olmasını sağlamalıdır. Bu nedenlerden dolayı öncelikle Türkiye de Müslüman-dostu otellerde konaklayan misafirlerin seyahat bilgilerine yönelik araştırma yapılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın amacı

Araştırmanın amacı Türkiye’de Müslüman-dostu otellerde konaklayan yerli misafirlerin seyahat bilgilerine yönelik araştırma sorularına cevap aranmasıdır.

Araştırma Soruları;

1. Misafirlerin seyahat etme nedenleri nelerdir?
2. Misafirlerin Müslüman-dostu otel işletmelerini tercih etme nedenleri nelerdir?
3. Misafirler Müslüman-dostu otellerde nasıl vakit geçirirler?
4. Misafirlerin Müslüman-dostu otel seçimine ilişkin bilgi kaynakları nelerdir?
5. Misafirler muhafazakârlık açısından kendilerini nasıl tanımlıyorlar?
6. Misafirlerin Müslüman-dostu oteller hakkında bilgi dereceleri nedir?
7. Misafirler bir yılda kaç defa seyahate çıkmaktadırlar?
8. Misafirler kiminle seyahat ederler?
9. Misafirlerin Müslüman-dostu otellerde ortalama kalış süreleri ne kadardır?
10. Misafirlerin Müslüman-dostu otel fiyatı (ücreti) hakkındaki düşünceleri nelerdir?

Yöntem

Verilerin toplanması

Araştırmanın evreni 18 yaşından büyük ve Türkiye’ de Müslüman-dostu otellerde konaklayan yerli misafirlerden oluşmaktadır. Araştırma örneklemini 431 misafirden oluşmaktadır. Ana kütleli oluşturan bireylerin sayısının tam olarak tespit edilemeyeceği durumlarda tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden olan kolayda örnekleme kullanılabilir (Karamustafa ve Biçkes, 2003: 95). Kolayda örnekleme de veriler ana kütlede en kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplanır. Örneklemin tespit edilmesinde 0,05 anlamlılık düzeyi ve $\pm 0,05$ hata oranında evren hacminin 100.000 olması halinde örneklem büyüklüğü 383, evren hacminin 1.000.000 olması halinde örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplanmıştır (Arıkan, 2007: 176; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 72; Baş, 2008: 41). Yapılan pilot çalışma da anket soruları çevrimiçi olarak 01.11.2020- 01.12.2020 tarihleri arasında Müslüman-dostu otellerde konaklayan toplam 51 misafire ulaşılmıştır. 51 kişilik pilot uygulama sonucunda anket sorularındaki ifadelerin anlaşılır olduğu sonucuna ulaşılmış ve anketin güvenilirliği sağlanmıştır. Araştırma anketleri 25.02.2021- 01.04.2021 tarihleri arasında çevrim içi olarak uygulanmıştır. Araştırma da 460 anket formu toplanmıştır. Aralarında yüksek miktarda kayıp veri içerdiği olduğu için bazı formlar çıkarılarak toplam 431 tane anket formu analiz edilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda Pamukçu’nun (2017) yapmış olduğu “Konaklama işletmelerinde helal turizm standardizasyonu önerisi” adlı yüksek lisans tezinden ve Oflaz’ın (2015) “Turistik ürün çeşidi olarak Müslüman-dostu turizm konsepti uygulayan konaklama tesislerinde müşteri algıları” adlı yüksek lisans tezinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Ayrıca ölçekler ilgili literatürden destek alınarak ve akademisyenlerin görüşlerinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Anket soruları üç bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde katılımcılara ilişkin demografik bilgiler sorulmuştur. İkinci bölümde katılımcılara çoktan seçmeli sorular sorulmuştur. Katılımcılardan ilgili sorularda birden fazla seçenek işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Katılımcıların seyahat etme nedenleri 16 ifade, Müslüman-dostu otelleri tercih etme nedenleri 13 ifade, Müslüman-dostu otellerde vakit geçirme ile ilgili olarak 10 ifade, Müslüman-dostu oteli tercih etmenizi sağlayan bilgi kaynakları 8 ifade ile ölçülmüştür. Üçüncü bölümde ise kendini muhafazakârlık açısından tanımlama, Müslüman-dostu oteller hakkında bilgi derecesi, bir yılda kaç defa seyahate çıkma, kiminle seyahat etme, en son Müslüman-dostu otelde kalma süresi,

Müslüman-dostu otelin fiyatı (ücreti) hakkındaki genel düşünceleriniz soruları 5'li likert tipi ölçek (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılarak ölçülmüştür. Araştırmanın amacı doğrultusunda araştırma sorularına cevap aranması sağlanmıştır. Araştırma verileri SPSS programı kullanılarak tanımlayıcı istatistikler aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırma da kuramsal çerçeve internet, kütüphane, çevrimiçi arama motorları, YÖK dokümantasyon merkezi gibi ulaşılabilen kaynaklar ile sınırlıdır. Misafirlere alınan cevaplar hazırlanan anket formu ile sınırlıdır. Gönüllülük esas alınarak misafirlere anket uygulanmıştır. Araştırmanın dayandığı temel varsayımlar, Müslüman-dostu otel deneyimine katılan müşterilerin anket sorularına samimiyetle ve gerçeği yansıtacak bir şekilde cevap verdikleri sayılmaktadır.

Araştırmanın bulguları

Tanımlayıcı bulgular

Tablo 1: Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler

Değişken	Kategori	F	%
Cinsiyet	Kadın	251	58,2
	Erkek	180	41,8
Yaş	18-29 yaş	122	28,3
	30- 39 yaş	190	44,1
	40-49 yaş	93	21,6
	50 yaş üstü	26	6
Medeni Durum	Bekâr	88	20,4
	Evli- Çocuksuz	33	7,7
	Evli- Çocuklu	310	71,9
Öğrenim Durumu	İlköğretim	21	4,9
	Lise	120	27,8
	Ön lisans	83	19,3
	Lisans	156	36,2
*Meslek ve Statü	Lisansüstü	51	11,8
	Memur	111	25,8
	İşçi	49	11,4
	Serbest meslek	73	16,9
	Öğrenci	26	6,0
	Ev hanımı	108	25,1
	Diğer	61	9,7
**Aylık gelir	2000 TL ve altı	36	8,4
	2001-4000	78	18,1
	4001-6000	138	32
	6001-8000	59	13,7
	8001-10000	42	9,7
10001 TL ve üstü	58	13,5	

*Meslek sorusuna toplam 428 kişi, **aylık gelir toplam sorusuna 412 kişi yanıt vermiştir. Diğer tüm özellikler için (n=431) kişidir.

Tablo 1' de katılımcıların demografik özelliklerine ait bulgular gösterilmektedir. Cinsiyet değişkeni açısından bakıldığında araştırmaya katılan Müslüman-dostu otel misafirlerinin 251 kişi (%58,2) kadın, 180 kişi (%41,8) erkek olduğu görülmektedir. Yaş grupları açısından incelendiğinde araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğunun 30-39 yaş (%44,1) arasında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımı incelendiğinde en yüksek yüzdeye sahip olan ilk sırada (%36,2) lisans mezunu, ikinci sırada (%27,8) lise mezunu olduğu ve aralarındaki oranın yakın olduğu görülmüştür. Katılımcıların mesleklerine göre dağılımları incelendiğinde, memur (%25,8), ev hanımları (%25,1), serbest meslek (%16,9) olduğu belirlenmiştir. Aylık gelir dağılımına bakıldığında ise (%32) ile "4.001-6.000" arası ve (%18,1), 2.001-4.000 gelir düzeyindeki bireylerden oluşmaktadır. Demografik değişkenlere ilişkin elde edilen verilerde ankete katılanların çoğunun kadın, evli-çocuklu ve ev hanımı olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun kadın olması, yaş bakımından katılımcıların 30-39

yaş arasında olan gençlerden oluştuğu, eğitim düzeylerinin yüksek seviyede olduğu, gelir düzeyleri ise orta düzeye sahip olan, memur çalışanlarından oluştuğu tespit edilmiştir.

Katılımcılara seyahatlerine ilişkin (seyahat etme nedeni, otelleri tercih etme nedeni vb.) çeşitli anket soruları sorulmuştur. Katılımcılardan ilgili sorularda birden fazla seçim yapması istenmiştir. Bu nedenle toplam seçim sayıları anket sorularına göre değişmektedir.

Tablo 2: Seyahat etme nedenleri

Seyahat Etme Nedenleri	f	%
Dinlenmek ve eğlenmek	370	85,8
Aile ile birlikte olmak	259	60,1
Denize girmek	220	51,0
Kendini tanıma keşfetme	27	6,3
Bilgiyi arttırmak	47	10,9
Merak	67	15,5
Farklı aktivitelere katılmak	106	24,6
Heyecan yaşamak	67	15,5
Şehirden uzaklaşmak	189	43,9
Kültürel mekânları ziyaret etmek	149	34,6
Doğal güzellikleri görmek	230	53,4
Farklı lezzetler tatmak	113	26,2
Dini ziyaretler	98	22,7
Sportif faaliyetler	31	7,2
Stres ve gerilimden kurtulmak	231	53,6
Diğer	3	0,7

Not: İlgili soruda, birden fazla bilgi kaynağı seçimi yapılmıştır.

Tablo 2’de katılımcıların seyahat etme nedenleri verilmiştir. Katılımcıların seyahat etme nedeni olarak en çok (%85,8) dinlenmek ve eğlenmek, (%60,1) aile ile birlikte olmak, (%53,6) stres ve gerilimden kurtulmak ifadeleri ortaya çıkmıştır. Sportif faaliyetler (%7,2) ve kendini tanıma keşfetme (%6,3) faktörünün diğerlerine göre oldukça az olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 3: Müslüman-dostu otelleri tercih etme nedenleri

Tercih Etme Nedenleri	f	%
Dini inanç	272	63,3
İbadetleri rahatça yerine getirmek	230	53,5
Otelde mescit/cami olması	212	49,3
Kadın ve erkekler için ayrı plaj olması	315	73,3
Çocukların İslami yaşamdan uzaklaşmaması	161	37,4
Kapalı yüzme havuzunun olması	152	35,3
Helal yiyecek ve içecek	313	72,8
Alkolsüz ortam olması	358	83,3
Helal sertifika	240	55,8
Otellerin temiz olması	120	27,9
Mahremiyet	311	72,3
Müslüman-dostu oteli deneyimlemek	38	8,8
Diğer	1	0,2

Not: İlgili soruda, birden fazla bilgi kaynağı seçimi yapılmıştır.

Tablo 3’te Müslüman-dostu otelleri tercih etme nedenleri verilmiştir. Katılımcıların Müslüman-dostu otelleri tercih etmesindeki en önemli faktör alkolsüz ortam (%83,3) olmasıdır. Kadın ve erkekler için

ayrı plaj olması (%73,3), helal yiyecek içecek (%72,8), mahremiyet (%72,3) ve dini inanç (%63,3) diğer yüksek çıkan ifadelerdir. Müslüman-dostu otel işletmesinde konaklayan misafirlerin otel tercih etme nedenleri hakkındaki değerlendirmelerinin ortalamaları tek tek incelendiğinde sadece Müslüman-dostu oteli deneyimlemek (%8,8) faktörünün diğerlerine göre oldukça az tercih edilen ifade olmuştur.

Tablo 4: Müslüman-dostu otellerde vakit geçirme.

Vakit Geçirme	f	%
Dinlenerek ve eğlenerek	330	76,7
Havuz/ plaja girerek	333	77,4
Aile ile birlikte olarak	300	69,8
Arkadaşlar ile birlikte olarak	87	20,2
Çevre turlarına katılarak	117	27,2
Sosyal medyada vakit geçirerek	17	4,0
Kitap, dergi ve gazete okuyarak	55	12,8
Spor yaparak	49	11,4
Doğa yürüyüşleri yaparak	152	35,3

Not: İlgili soruda, birden fazla bilgi kaynağı seçimi yapılmıştır.

Tablo 4'te Müslüman-dostu otelleri tercih etme nedenleri verilmiştir. Katılımcılar Müslüman-dostu otellerde en çok havuz/ plaja girerek (%77,4) vakit geçirmektedir. Dinlenerek ve eğlenerek (%76,7) aile ile birlikte olmak (%69,8), diğer yüksek yüzdeye sahip ifadelerdir. Spor yaparak (%11,4), sosyal medyada vakit geçirmek (%4,0) en az tercih edilen ifade olmuştur.

Tablo 5: Müslüman-dostu otel seçimine ilişkin bilgi kaynağı

Bilgi Kaynakları	f	%
Önceki seyahatler	204	47,4
Tatil değerlendirme siteleri	168	39,1
Otel web sayfaları	158	36,7
Seyahat acentesi	53	12,3
Arkadaşlar	207	48,1
Sosyal medya	199	46,3
Tesadüfen	45	10,5
Diğer	7	1,6

Not: İlgili soruda, birden fazla bilgi kaynağı seçimi yapılmıştır.

Tablo 5'te Müslüman-dostu otel seçimine ilişkin bilgi kaynakları verilmiştir. Katılımcıların Müslüman-dostu otel seçiminde bilgi kaynağı olarak arkadaşlar (%48,1), önceki seyahatler (%47,4), sosyal medya aracılığı (%46,3) ile tercih ettikleri görülmüştür. En az tercih edilen ifadeler ise tesadüfen (%10,5) ve diğer (%1,6) bilgi kaynakları olmuştur.

Tablo 6: Katılımcıların seyahat karakteristikleri

Değişken	Kategori	f	%
Muhafazakâr	Kesinlikle muhafazakâr biri değilim	9	2,1
	Az muhafazakâr biriyim	18	4,3
	Orta derecede muhafazakârım	124	29,3
	Muhafazakâr biriyim	185	43,7
	Kesinlikle muhafazakâr biriyim	87	20,6
	Toplam		423
Bilgi derecesi	Kesinlikle bilgim yok	3	0,7
	Bilgim yok	13	3
	Orta derecede bilgim var	137	31,8
	Bilgim var	173	40,1

	Kesinlikle bilgim var	105	24,4
	Toplam	431	100,0
Seyahat	Hiç çıkmıyorum	8	1,9
	1 defa çıkıyorum	180	41,8
	2 defa çıkıyorum	146	33,9
	3 ve daha fazla çıkarım	97	22,5
	Toplam	431	100,0
Birlikte seyahat edilen kişiler	Tek başıma	14	3,2
	Aile ile	281	65,2
	Eşim ile	65	15,1
	Çocuklar ile	11	2,6
	Akrabalar ile	6	1,4
	Arkadaşlar ile	45	10,4
	Tur grubu ile	7	1,6
	Diğer	2	0,5
	Toplam	431	100,0
Otelde en son kalma süresi	3 günden az	68	15,8
	3-5 gün	208	48,3
	6-10 gün	135	31,3
	11 ve üzeri	20	4,6
	Toplam	431	100,0
Fiyat (Ücret)	Çok ucuz	1	0,2
	Ucuz	4	0,9
	Orta	125	29
	Pahalı	141	32,6
	Çok pahalı	159	37
	Toplam	430	100,0

Tablo 6’da katılımcıların seyahat karakteristik özellikleri hakkında bilgi verilmiştir. Katılımcılar “Kendinizi muhafazakârlık açısından nasıl tanımlarsınız?” sorusuna ilk olarak katılımcılar muhafazakâr birisiyim (%43,7) cevabını vermiştir. Katılımcılar ikinci olarak orta derecede muhafazakâr (%29,3) olduğunu söylemektedir. Kesinlikle muhafazakâr birisiyim (%20,6) seçeneği üçüncü sırada yer almaktadır. Katılımcılar “Müslüman-dostu oteller hakkında bilgi dereceniz nedir?” sorusuna bilgim var (%40,1), orta derece (%31,8) ve kesinlikle bilgim var (%24,4) cevabını verdikleri görülmüştür. Katılımcıların “Bir yılda kaç defa seyahate çıkarsınız?” sorusuna 1 defa (%41,8), 2 defa (%33,9) cevabını verdikleri görülmüştür. Katılımcıların genelde yılda 1 kez tatile çıktıkları düşünülmektedir. Katılımcılar “Kiminle seyahat ediyorsunuz?” sorusuna aile ile (%65,2) cevabını vermiştir. Katılımcılara “Müslüman-dostu otellerde en son kalma süresi kaç gündür?” sorusuna 3-5 gün (%43,8), 6-10 gün (%31,3) cevap verdiği görülmektedir. Katılımcılar Müslüman-dostu otel fiyatı (ücreti) hakkındaki genel düşünceniz nedir sorusuna verilen cevapların çok pahalı (%37,0), pahalı (%32,6) olduğunu görülmektedir.

Tartışma, sonuç ve öneriler

Çalışmanın amacı, Türkiye’de Müslüman-dostu otellerde konaklayan yerli misafirlerin seyahat profilinin (seyahat etme nedeni, Müslüman-dostu otelleri tercih etme nedeni vb.) belirlenmesidir. Müslüman-dostu turizm faaliyetine katılan misafir algılarının turizm açısından incelenmesi ve İslam din ile turizm sektörünün arasındaki ilişkiyi ortaya konması açısından önemlidir. Araştırmanın sonuçları, cinsiyet değişkeni açısından bakıldığında araştırmaya katılan Müslüman-dostu otel misafirlerinin 251 kişi (%58,2) kadın olduğu belirlenmiştir. Müslüman-dostu otellerle ilgili yapılan çalışmalarda (Oflaz, 2015; Özdemir, 2015) cinsiyet açısından kadınların fazla olması benzerlik göstermektedir. Al-ansi ve Han (2019) Güney Kore’de yaptıkları çalışmada kadınların (%55,6) erkeklerden (%44,4) daha fazla katıldığını tespit etmiştir. Bunun nedeni kadın ve erkek misafirler için ayrı yüzme havuzlarının ve spa

merkezlerinin yer aldığı, alkol servisinin yapılmadığı ve İslam dinince yasaklı olan ürün ve hizmetlerin bulunmadığı ortamlarda kadın misafirlerin daha özgür davranış sergileyebileceği ve kadınlar satın alacağı ürünlerle alakalı daha kapsamlı araştırmalar yapması, detaylara önem veren ve daha duygusal davrandıklarından dolayı kadın sayısının fazla olduğu düşünülebilir. Ayrıca kadınların turizm faaliyetlerine katılımında yıldan yıla artışa işaret eden Global Muslim Travel Index (2019) raporuyla da uyumludur. Yaş grupları açısından incelendiğinde araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğunun 30-39 yaş (%44,1) arasında olduğu belirlenmiştir. Bu durum örneklem içerisinde yer alan Müslüman-dostu otel misafirlerinin önemli bir çoğunluğunun genç ve orta yaş aralığındaki misafirlere olduğunu göstermektedir. Araştırma da evli ve çocuklu olanların fazla olduğu görülmüştür. Cankül (2011) yaptığı çalışmada İslami otel işletmesindeki yerli turistlerin medeni durumları (%56,3)'ü evli ve çocuklu, (%21,0)'i evli ve çocuksuz, (%22,7)'si bekâr olarak bulmuştur. Karaoğlu (2017) turistik tüketici grubunun yaklaşık (%85)'inin evli, geri kalan (%15)'inin ise bekâr olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni (Doğan, 2008) Türkiye'deki İslami anlayışa uygun tatile imkân veren otellerin teknik ve kurallara sahip olduğunu bu otellerin muhafazakâr tatil, aile boyu tatil sloganları ile pazarlaması ve böylece aile olan misafirleri çekmektedir. Özdemir (2015)' in yaptığı araştırmada müşterilerin (%41,9) ile lise mezunu müşterilerin daha çoğunlukta olduğu (%30,2) ile lisans mezunu olduğu Cankül (2011) (%44,3)'ü lise mezunu, (%33,3)'ü üniversite mezunu, olduğu görülmüştür. Bu çalışma da ise lisans mezunu ile lise mezunu arasında %8,4 oranında bir farklılık olup birbirine yakınlık görülmüştür. Meslek açısından Oflaz (2015) (%19,4)'ünün memur, (%18,6)'sının işçi, (%12,7)'sinin iş adamı/iş kadını olduğu görülmüştür. Memurların düzenli bir iş, yılın belirli zamanlarında boş zamanlarının olması ve ortalama alım gücüne sahip olduğu için Müslüman-dostu otelleri tercih ettiği söylenebilir. Aylık gelir dağılımına bakıldığında ise (%32) ile "4.001-6.000" arası ve (%18,1), 2.001-4.000 gelir düzeyindeki bireylerden oluşmaktadır. Sonuçlara göre ankete katılanlarının büyük kısmının orta düzey gelire sahip olduğu görülmektedir. Gelir durumlarına göre yaklaşık büyük bir grubun Türkiye şartlarında ortalama bir gelir sayılabilecek 2000 liranın üzerinde bir gelire sahip oldukları görülmekte ve bu misafirlerin daha fazla konaklama faaliyetinde bulunduğu söylenebilir. Demografik değişkenlere ilişkin elde edilen verilerde ankete katılanların çoğunun kadın, evli-çocuklu ve ev hanımı olduğu görülmektedir. Bunun nedeni kadınların erkeklere oranla daha dindar olduğu söylenebilir. Özdemir (2015) yaptığı çalışmada muhafazakâr otel müşterilerinin demografik özellikleri ile helal gıda ve helal sertifikalı ürün tercihlerine ilişkin, kadın müşterilerin erkek müşterilere göre, evli müşterilerin bekâr müşterilere göre bu boyut daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Literatürün incelenmesi esnasında demografik özellikler ile ilgili bulguların, Müslüman-dostu otelleri konu alan çalışmalarla (Oflaz, 2015; Özdemir, 2015; Duman, 2019) benzer olduğu görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre misafirlerin seyahat etme nedeni sorusuna verilen cevaplar arasından en çok sırasıyla dinlenmek ve eğlenmek, aile ile birlikte olmak, stres ve gerilimden kurtulmak, doğal güzellikleri görmek, denize girmek, şehirden uzaklaşmak ve kültürel mekânları ziyaret etmek faktörlerinden oluşmaktadır. Misafirlerin Müslüman-dostu otel işletmeleri tercih etme nedeni sorusuna verilen cevaplar arasından en çok olan faktörler sırasıyla otellerin alkolsüz ortam olması, kadın ve erkekler için ayrı plaj olması, Müslüman-dostu yiyecek içecek, mahremiyet, dini inanç, ibadetlerini rahatça yerine getirmek ve otelde mescit/cami olması faktörlerinden oluşmaktadır. Pamukçu (2017) ve Duman (2019) katılımcıların Müslüman-dostu otelleri seçmesindeki amacını çoğunlukla İslami yaşam biçimi olduğunu için seçtiklerini ortaya koymuştur. Cankül (2011) yaptığı araştırmada yemeklerde domuz eti bulunmaması ($\bar{x}=4,92$) ve bayanlar için ayrı havuz olması ($\bar{x}=4,78$) ifadelerinin Müslüman-dostu otelleri tercih etmede etkili olduğunu ifade etmiştir. İslam dininde de alkol kullanımının yasak olması nedeniyle Alkollü yiyecek-içecek sunumunun ve tüketimin yapılmaması İslami işletmelerin en temel varlık nedenlerinden biri olduğu ortaya çıkmıştır. Müslüman-dostu turizmini tercih eden Müslümanların özellikle Müslüman-dostu otellerde alkollü içeceklerin bulunmaması ilgili literatürde yer alan araştırmalarda (Cankül, 2011; Özdemir, 2015) olduğu gibi bu araştırmada da misafirler

açısından çok önemlidir. Misafirlerin otellerde genel olarak havuz/plaja girerek, dinlenerek ve eğlenerek, aile ile doğa yürüyüşleri, çevre turları ve arkadaşlar ile vakit geçirdikleri ortaya çıkmıştır. Müslüman-dostu otel seçimine ilişkin bilgi kaynağı düzeyine bakıldığında sırasıyla arkadaşlar, önceki seyahatler, sosyal medya, tatil değerlendirme siteleri, otel web sayfaları ve seyahat acentesi vasıtasıyla Müslüman-dostu oteller seçilmiştir. Özdemir (2015) yaptığı bir çalışmada misafirlerin otel seçiminde en önemli bilgi kaynağının aile ve arkadaş tavsiyeleri (%48,9) olduğu ortaya konmuştur. Yağmur (2019) yaptığı çalışmada da Özdemir (2015) ile benzer olarak ilk sırada arkadaş ve aile tavsiyeleri (%34,3) ikinci sırada internet (%33,4) olduğu görülmektedir. Sonuç olarak arkadaş çevrelerinin birbirlerini etkilediği görülürken internet ve sosyal medyanın da günümüzde bilgi kaynaklarına erişimi konusunda daha sonra geldiği görülmektedir. Bir otel işletmesinden memnun kalan misafirlerin arkadaş ve aile çevresine ağızdan ağza iletişim aracılığıyla tavsiye etmesinin otel işletmeleri açısından önemlidir. Misafirler çoğu zaman internet ve sosyal medya aracılığıyla milyonlarca insanın yorumları ile bilgi edindiği düşünülebilir. Misafirlerin büyük çoğunluğu kendilerini muhafazakâr birisiyim olarak değerlendirmiştir. Tekin ve Turhan (2017) yaptığı çalışmada muhafazakârlık açısından katılımcılar evet (%65,0), kısmen (%27,2), hayır (%7,8) cevabını verdikleri görülmüştür. Çoğunlukla Müslüman-dostu otellerde konaklayan misafirler kendilerini muhafazakâr olarak nitelendirmektedirler. Müslüman-dostu otellerle ilgili misafirlerin bilgisinin olduğu ve misafirlerin en çok yılda bir kere ve aile ile seyahate çıktıkları görülmüştür. Duman (2019) yaptığı çalışmada kişilerin Müslüman-dostu otellerle ilgili hiç bilgisi olmadığı (%21,1), az derece bilgi sahibi olduğu (%24,9) ve orta derece (%24,7) olarak görülmektedir. Bu çalışmada orta ve bilgim var seviyesine çıkmasının nedeni helal gıda, Müslüman-dostu turizm vb. faaliyetlerin Türkiye’de daha fazla yaygınlaşması ve insanları artık tatil yapmak için bilinçli tercihler yaptığı ve bu yüzden insanların daha fazla Müslüman-dostu otellerle bilgisinin olduğu söylenebilir. Pamukçu (2017) yaptığı çalışmada yılda 1 kez tatile çıkıyorum (%59,4) cevabını almıştır. Yağmur (2019) yaptığı çalışmada aile/akraba (%36,7), eş/partner (%35,3) cevapları verdiği görülmüştür. Müslüman-dostu otellerin daha çok muhafazakâr ailelere yönelik olması ve yapılan reklamların aile üzerinden olması katılımcıların aktif olarak aileleri ile seyahate çıktıkları görülmektedir. Müslüman-dostu otel işletmelerinde en son konaklama gün sayısı çoğunluğun “3-5” gündür ve misafirler Müslüman-dostu otel fiyatları “çok pahalı” olduğu sonucuna ulaşmıştır. Anketin sonunda misafirlere konuyla ilgili fikirleri varsa yazmaları istenmiştir. Misafirlerin önemli bir bölümü Müslüman-dostu otellerin klasik otellere göre daha pahalı olduğunu dile getirmiştir. Katılımcıların çoğunun 1 haftadan daha az kaldığı görülmektedir. Bunun nedeni Müslüman-dostu otel fiyatının klasik otellere göre daha fazla olması öngörülebilir. Cankül (2011) çalışmasında İslami otel fiyatlarının klasik otel fiyatlarına göre çok pahalı olduğunu tespit etmiştir. Batman (2017: 32) bu durumun ekonomide arzın az talebin çok olması nedeniyle ortaya çıktığını ve Müslüman-dostu oteller hizmetindeki tesisler talebi karşılayamadıkları için fiyatlar yüksek olduğunu açıklamaktadır. Helal sertifikalı ürünlerin helal sertifikalı olmayan ürünlere oranla pahalı olması otele gelen ürünlerinde ister istemez fiyatları artırdığı öngörülebilir.

Araştırmada görüldüğü üzere dünyanın çeşitli bölgelerinde Müslüman-dostu turizme karşı artan ilgi ve talep görülmektedir. Turizm endüstrisi bu talep ve hareketlilik doğrultusunda Müslümanların ihtiyaç ve isteklerini araştırarak mal ve hizmet sunmaya çalışmaktadır. Müslüman-dostu turizm ile ilgili araştırmaların daha fazla olması, standartların geliştirilmesi ve iyileştirilmesi, daha fazla otelin konseptini bu yöne çevirmesi ve Müslüman-dostu otellerde konaklayan insanların tutum ve beklentilerinin ölçülmesi ile Türkiye’nin daha fazla gelir elde etmesi kaçınılmazdır.

Yapılan araştırma sonuçlarına göre bazı öneriler aşağıda verilmiştir.

- Müslüman-dostu otel işletmeleri misafirlerine yeni bir etkinlik oluşturmada veya mevcut deneyimleri gerçekleştirirken İslam inancının usul ve esaslarına dikkat etmesi önerilmektedir.

- Müslüman-dostu otel hizmetlerini daha kalıcı deneyimlere dönüştürmek için oteldeki departmanların sundukları Müslüman-dostu hizmetleri daha fazla ön plana çıkarılarak (özellikle otellerin alkolsüz olması vurgulanarak) pazarlama ve politika faaliyetleri geliştirilmelidir.
- Araştırmada Müslüman-dostu otel fiyatlarının diğerlerine göre daha pahalı algılandığı ve bu durumdan rahatsızlık duyulduğu tespit edilmiştir. Bu yüzden otel yöneticilerinin fiyat ile ilgili mevcut politikasını düzenleyebilmesi ya da yeni fiyat politikaları geliştirilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Akmaz, A. (2020). Helal turizmin gelişimi üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(67), 808-813. 10.17719/jisr.2019.3767.
- Akmeşe, H., Çınar, K. ve Akmaz, A. (2021). Helal konseptli otel işletmelerinde yaşanan hizmet başarısızlıkları ile hizmet telafi stratejilerinin tespiti ve çözüm önerileri: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1079-1101. DOI:10.21325/jotags.2021.830.
- Akpınar, A. (2017, 07-09 Nisan). *Helal turizme katkı açısından Kur'an aydınlığında seyahat. 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, Alanya, Antalya. (5-17). <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Helal-Turizm-Kongresi-Bildiri%20Kitabi.pdf>.
- Al-Ansi, A. & Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty, *Journal of Destination Marketing and Management*, 13, 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.007>.
- Arıkan, R. (2007). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. (6. Bs.). Asil Yayın Dağıtım Yayınevi.
- Arpacı, Ö. ve Batman O. (2015). Helal konseptli otel işletmelerinin yüksek ve düşük sezonda algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve müşteri değeri üzerine etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(3), 73-86. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/soid/issue/11393/136074>.
- Baş, T. (2008). *Anket, anket nasıl hazırlanır? Anket nasıl uygulanır? Anket nasıl değerlendirilir?* (5. Bs.). Seçkin Yayıncılık.
- Batman, O. (2015). Otel işletmelerinin yönetimi. (4. Bs.). Değişim Yayınları.
- Batman, O. ((2017, 07-09 Nisan). Sorularla helâl turizm / Helâl turizm nedir veya ne değildir? *1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, Alanya, Antalya. (30-32). <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Helal-Turizm-Kongresi-Bildiri%20Kitabi.pdf>
- Battour, M. & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concept, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>.
- Boğan, E., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2016). Helal turizmin kavramsal çerçevesi ve Türkiye'deki uygulamalar üzerine bir değerlendirme. *3. International Congress of Tourism Management Researches*, 1425-1440.
- Boyras, M., Mutluç, A. S. ve Dikmen, H. (2017). Türkiye'de faaliyet gösteren Müslüman dostu konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(41), 371-391. <https://doi.org/10.16992/ASOS.11985>.
- Cankül, D. (2011). *Otel seçimine etki eden faktörlerden biri olarak dini hayat tarzlarının etkisi üzerine bir alan araştırması*. [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Carboni, M. & Janati, M. H. I. (2016). Halal tourism de facto: A case from Fez. *Tourism Management Perspectives*, 19, 155-159. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.007>.
- Chanin, O. (2016). Management style and factors affecting services provided by halal spa businesses for Muslim tourists in the gulf of Thailand. *Proceeding: The 2nd International Conference on Business Management*, 1(1), 68-79.
- Diyanet İşleri Başkanlığı. (2011). Kur'an-ı Kerim Meali pdf; 16 Ağustos 2020 tarihinde http://www.ditib-bs.de/wp-content/uploads/2014/08/KUR'AN-I_KERIM_MEALI_.pdf, adresinden erişildi.
- Doğan, M. (2008, 17-19 Nisan). Turistik ürün çeşitlendirmesi bağlamında Türkiye'de İslami turizm. *3. Balıkesir Ulusal Turizm Bildiriler Kitabı*, (388-392).

- Duman, İ. (2019). *Termal turizm işletmelerinde helal uygulamaları ve müşterilerin tercih öncelikleri üzerinde bir araştırma (Kütahya örneği)*. [Yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- El Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124-130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>.
- Eşitti, B. (2018). Bir netnografya bakışı ile helal turizm deneyimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 54-67. DOI: 10.21325/jotags.2018.174.
- Farahani, H. Z. & Henderson, J. C. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The case of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 79-89. <https://doi.org/10.1002/jtr.741>.
- Gabdrakhmanov, N. K., Biktimirov, N. M., Rozhko, M. V. & Khafizova, L. V. (2016). Problems of development of halal tourism in Russia. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, 20, 88.
- Global Muslim Travel Index. (2018). 27.Şubat 2020 tarihinde <https://www.crescentrating.com/> adresinden alınmıştır.
- Global Muslim Travel Index. (2019). 03 Kasım 2021 tarihinde <https://www.crescentrating.com/> adresinden alınmıştır.
- Global Muslim Travel Index. (2021). 03. Kasım 2021 tarihinde <https://www.crescentrating.com/> adresinden alınmıştır.
- Hacıoğlu, N. (2017, 07-09 Nisan). Türkiye’de helal turizm. 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi. Alanya, Antalya (29). <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Helal-Turizm-Kongresi-Bildiri%20Kitabi.pdf>.
- Han, H., Al-Ansi, A., Olya, H. G. & Kim, W. (2019). Exploring halal-friendly destination attributes in South Korea: Perceptions and behaviors of Muslim travelers toward a non-Muslim destination. *Tourism Management*, 71, 151- 164. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.10.010.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246-254. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.3>.
- Hung, K. (2015). Experiencing Buddhism in Chinese Hotels: Toward the construction of a Religious lodging experience. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(8), 1081-1098. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.959632>.
- Jafari, J. & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*. 44. 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.011>.
- Karamustafa, K. ve Biçkes, D. M. (2003). Kredi kartı sahip ve kullanıcılarının kredi kartı kullanımlarını değerlendirmeye yönelik bir araştırma: Nevşehir örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 91-113. <https://dergipark.org.tr/pub/erusosbilder/issue/23748/253009>.
- Karaoğlu, İ. (2017). *Helal sertifikasyonun otel pazarlamasındaki yeri*. [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Kurnaz, H., B. (2013). *İnanç turizmi kapsamında hac ve umre organizasyonu yapan seyahat acentalarının pazarlama faaliyetlerinin incelenmesi: A grubu acentalara yönelik bir uygulama*, [Yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Küçük, M. A. (2015). Turizm / İnanç turizmi- Ahlak ilişkisi. Asife Ünal. (Ed.). *Geçmişten Geleceğe Ahlak içinde* (ss. 433-471). Bartın Üniversitesi Yayınları.
- Mansouri, S. (2014, Jan. 30-31). Role of halal tourism ideology in destination competitiveness: A study on selected hotels in Bangkok, Thailand. *International Conference on Law, Education and Humanities (ICLEH'14)*, (20-23) Pattaya. Thailand.
- Mohsin, A., Ramli, N. & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities, *Tourism Management Perspectives*, 19 (2016), 137-143. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.010>.
- Oflaz M. (2015). *Turistik ürün çeşidi olarak helal turizm konsepti uygulayan konaklama tesislerinde müşteri algıları*. [Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Özdemir, H. (2015). *Muhafazakâr otel müşterilerinin otel işletmelerinde aradıkları özelliklerin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. [Doktora tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Pamukçu, H. (2017). *Konaklama işletmelerinde helal turizm standardizasyonu önerisi*. [Doktora tezi]. Sakarya Üniversitesi.

- Shafaei, F. & Mohamed, B. (2015). Involvement and brand equity: a conceptual model for Muslim tourists. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 54-67. DOI: 10.1108/IJCTHR-06-2014-0050.
- Soybalı, H., Boyraz. M. ve Dikmen. H. (2017, 07-09 Nisan). Helal konseptli konaklama işletmeleri kriter ve uygulamalarının karşılaştırılması. *1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, Alanya, Antalya. (259-275). <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Helal-Turizm-Kongresi-Bildiri%20Kitabi.pdf>.
- Stanciulescu, G. C. and Țirca, A.M. (2010). Implications of commercial activity within monastic settlements as a way to maintain the sustainable development of religious tourism in Romania. *The Amfiteatru Economic Journal*, 13(27), 129-144.
- Süt, A. (2014). İslam ve turizm ilişkisi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11), 479-497.
- Tekin, Ö. A. ve Turhan A. (2017, 07-09 Nisan). İslami otelcilik hizmetlerinin önem düzeyi üzerine bir araştırma, *1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*. Alanya, Antalya. (314-327). <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Helal-Turizm-Kongresi-Bildiri%20Kitabi.pdf>.
- Tekin, Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). İslami turizm konseptinde hizmet veren konaklama işletmeleri üzerine bir inceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 2046-2058.
- Turizm Ajansı. (2022). 10 Mart 2022 tarihinde <https://www.turizmajansi.com/haber/turkiye-de-kac-helal-otel-var-h21091> adresinden alınmıştır.
- Vargas-Sánchez, A. & Moral-Moral, M. (2018). Halal tourism: State of the art. *Tourism Review*. 74 (3), 385-399. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0015>.
- Yağmur, Y. (2019). *Otel işletmelerinde helal ürün ve hizmetlerin risk değerlendirmesinde turistlerin memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyetlerine ilişkin destinasyon imajının aracı etkisine yönelik bir araştırma*. [Doktora tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. (4. Bs). Detay Yayıncılık.

Etik kurul onayı

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi etik kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli ve E.3585 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Göbeklitepe'nin sosyal medyadaki yansımaları: Turistlerin çevrimiçi olumsuz yorumlarının içerik analizi

Reflections of Gobeklitepe on social media: A content analysis of negative comments of tourists online

Gönderim Tarihi / Received: 24.02.2023

Kabul Tarihi / Accepted: 19.06.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1256207](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1256207)

Sevgi KUZU**1

Metin SÜRME²

ÖZ: Teknolojik gelişmeler, turistik ürün seçiminde internet ağlarını kolay ulaşılabilir bir bilgi kaynağı haline getirmiştir. Bununla birlikte ziyaretçilerin fikir ve görüşlerini yansıtabilecekleri bir ortam oluşmasına olanak sağlamıştır. Tüketicilerin paylaşımları, bireylerin tercihleri ve karar almalarında önemli bir etkiye sahiptir. Araştırmada amaç, Göbeklitepe'ye yapılan ziyaretlerde, misafirlerin olumsuz yorumlarının incelenmesi sonucunda yapılması gerekenleri belirlemek ve alınması gereken önlemlerin neler olduğuna dair cevap bulmaya çalışmaktır. Bu kapsamda, Göbeklitepe ile ilgili 2019-2022 yılları arasında Tripadvisor sitesinde bulunan 59 olumsuz yorum içerik analiziyle incelenmiştir. Veriler MAXQDA programı ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, turistlerin giriş ücretinin çok pahalı olduğu olumsuz yorumlarda öne çıkan ifade olarak tespit edilmiştir. Araç park sorunu, devam eden kazılardan dolayı gezilecek alanın kısıtlı oluşu, görevlilerin ilgisiz ve sorumluluklarını yerine getirmemeleri, engelli ve çocuklu ailelere göre bir düzenlemenin olmaması da yakınılan durumlar arasındadır. Değerlendirme sonuçlarından yola çıkılarak olumsuz yorumların belirlenerek iyileştirilmesine yönelik düzenlemeler ve bir takım önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Göbeklitepe, Tripadvisor, Turist yorumları

ABSTRACT: Technological developments have made internet networks an easily accessible source of information in the selection of touristic products. In addition to this, it has provided an environment where visitors can reflect their ideas and opinions. The shares of consumers have a significant impact on the preferences and decision-making of individuals. The aim of the research is to determine what needs to be done as a result of examining the negative comments of the guests during the visits to Göbeklitepe and to try to find answers about the precautions to be taken. In this context, 59 negative comments about Göbeklitepe on the Tripadvisor site between 2019-2022 were analyzed through content analysis. The data were evaluated with the MAXQDA program. As a result of the research, it has been determined that the entrance fee of the tourists is very expensive as the prominent expression in the negative comments. The problem of car parking, the limited area to visit due to the ongoing excavations, the indifference of the officials and failure to fulfill their responsibilities, and the lack of an arrangement for families with disabilities and children are among the complaints. Based on the evaluation results, regulations and some suggestions were made for the determination of negative comments and their improvement.

Keywords: Gobeklitepe, Tripadvisor, Tourist reviews

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Yüksek Lisans, Gaziantep Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı/ kuzusevgi63@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7195-7884>

² Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi/ Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, surmemetin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9810-7073>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

With the changing and developing technology, there are also differences in the purchasing behavior of people. With the rapid development of the internet and social tools, and with the use of smart devices by everyone, people have started to access information at all times and under all conditions. Technological changes and developments bring some innovations in tourism as well as in every field. Tourism is a labor-intensive service industry. The fact that it is intangible, cannot be stored and does not provide continuity makes it difficult to evaluate the service to be received before it is consumed. Developing technology and the fact that the internet is an easily accessible information store has enabled the formation of many online platforms that tourists can apply to. One of the most widely used online environments among these is the Tripadvisor site. Tripadvisor is a place where people can share their experiences and ideas about touristic products and services, and potential tourists can see these experiences and ideas. In this way, people can have information in advance by examining the comments on the websites while making their travel plans. It is known that the behavior of consumers in the decision-making process has an impact on their next choices and advice to their environment. The fact that tourists share their ideas and experiences through internet sites makes it easier for other tourists to make decisions as they provide information about the touristic product and service. It is considered important that tourists express the situations they experience during their visits in online comments, in positive and negative terms, in determining the deficiencies in touristic products and services and in carrying out improvement studies.

It is known that museums and ruins have an important place in the protection of cultural values and heritage in tourism. In addition, museums and ruins, which are at the forefront in the increase in the number of tourists and create a great attraction in tourism, play a great role in illuminating and keeping the history alive. Göbeklitepe, which is known to be the scene of important beginnings of human history, is located in Şanlıurfa, which has hosted different civilizations from past to present. Due to its geographical location, Şanlıurfa has been seen as an important strategic point for years. Göbeklitepe, which is ranked 18th on the World Heritage List, was entitled to be included in the list in 2018. 2019 has been declared the year of Göbeklitepe. Göbeklitepe is a new understanding of the beginning of settlement and agriculture and the first monumental belief center in human history. Göbeklitepe provides important information about the birth and progress of religion. Unlike the geological structure in the region, the soft soil layer in which the remains emerged reveals the situation that this area was closed on purpose. This situation has helped him reach unchanged until today. The fact that it is located on a high place and there are religious worship elements confirms the information that Göbeklitepe is the oldest belief center. The size and condition of the obelisks unearthed at the end of the excavations indicate that people used this area to gather at that time and performed their prayers collectively.

Methodology, Findings and discussion

In this study, it is aimed to determine what needs to be done as a result of examining the negative comments of the tourists visiting Göbeklitepe on the Tripadvisor site and to try to find answers about what measures to be taken. The study focused only on negative comments on the Tripadvisor site. Positive comments were not taken into consideration. The Tripadvisor site was preferred because it is used more actively, has more users, and the comments are more reliable and realistic than others. Therefore, especially negative comments were taken into consideration in order to determine the service deficiencies of Göbeklitepe. It is also important in terms of sustainability that negative comments are determined based on the evaluation results and improvement studies are carried out, increasing the service quality and tourist interest and reaching the quality of suggestion. In this research, 59 negative comments about Göbeklitepe on the Tripadvisor site between the years 2019-2022 were taken and content was analyzed with the qualitative analysis program MAXQDA. From the data obtained, codes and subcodes were created with open coding and the data was interpreted. The negative comments of tourists on Tripadvisor, information obtained from the relevant literature and documents were examined. With the MAXQDA program, the words frequently used in negative comments were determined and a word cloud was created. Codes and subcodes were determined and the frequencies of the codes were created.

Results and recommendations

As a result of the research, what draws attention in the negative comments is that the tourists stated that the entrance fee is very expensive. The problem of car parking, the limited area to visit due to the ongoing excavations, the indifference of the officials and failure to fulfill their responsibilities, and the lack of an arrangement for families with disabilities and children are among the complaints. Considering the situations that emerged as a result of the examination of negative comments, what should be done was tried to be determined and some suggestions were made for the precautions to be taken.

Giriş

Küreselleşme ve beraberinde internet kullanıcılarının artmasıyla insanlar interneti bilgi alışverişi için kullandıkları bir araç olarak görmektedir. Turistlerin ilgisini çekmek, onları yönlendirmek ve karar vermelerinde etkili olan, oldukça aktif kullanılan internet siteleri gidilecek bölge hakkında insanların bilgi sahibi olmalarına imkân tanımaktadır. Ayrıca turistlerin gittikleri destinasyon hakkındaki düşüncelerini belirttikleri yorumlar, o bölgeyle ilgili bilgi üreten ve yayan kişi konumuna gelmelerini sağlamaktadır (Arıca ve Çorbacı, 2019). İnsanlar alışveriş yapmadan önce almak istedikleri ürünlerle ilgili bir ön bilgi edinmek istemektedir. Ayrıca ürünü kullandıktan sonra da tecrübelerini diğer tüketiciler için bir fikir oluşturması açısından önemli görerek paylaşmak istemektedirler. Tüketiciler satın almak istedikleri ürün hakkında internet sitelerinde yer alan yorumları dikkate alarak hareket etmektedirler (Bilim vd., 2013; Civelek ve Dalgın, 2013).

Rekabet ortamlarındaki değişiklikler ve tüketicilerde ortaya çıkan farklı davranış şekilleri ile birlikte bilgilerin internet ve sosyal ağların çoğunluk oluşturmasıyla hemen yayılması, insanların her konuda birçok bilgiye anında ulaşabilmesini sağlamaktadır. Tüketicilerin bir ürünle ilgili satın alma düşüncelerinde bilgi alabilecekleri çevrimiçi ortamlar da gün geçtikçe artış göstermektedir. Bunlar arasında en çok kullanılanlardan Tripadvisor sitesi önemli ölçüde bilgi edinmeyi sağlayan internet sitesidir. Turizm ürünleriyle ilgili de çevrimiçi sitelerin kullanılarak bilgilere ulaşılması çok yaygın hale gelmiştir (Arkadaş ve Ayyıldız, 2020). Teknolojide yaşanan ilerlemelerle birlikte turistik ürün seçiminde internet sitelerinin bilgi yuvası olması, alandaki çalışmaları da artırmaktadır (Mancı ve Tengilimoğlu, 2021a).

Müzeler, ülkelerin tanıtımında, yörenin tarihi değerleri, kültürel varlıklarının yansıtılmasında ve korunmasında önemli bir role sahiptir. Kültürel değerler ve mirasın korunması kapsamında önemli bir yere sahip olan ve yıldan yıla artan potansiyel turist sayısı açısından öne çıkan müze ve ören yerleri, turizm alanında büyük bir çekicilik oluşturmaktadır (Jolliffe ve Smith, 2001).

Turistlerin bir yeri ziyaretlerinde yaşadığı durumları çevrimiçi yorumlarda olumlu ve olumsuz anlamda dile getirdikleri bilinmektedir. Bununla beraber bu olumsuz yorumlar mercak altına alınarak eksikliğin bulunduğu noktaların belirlenmesi iyileştirme çalışmalarının yapılması adına elzemdir (Aylan, 2019). Turistin, turistik bir ürünü satın alma ve değerlendirme sürecindeki davranışının bir sonraki seçimlerinde ve çevresine öneride bulunması üzerindeki etkisi büyüktür. Turistlerin deneyimlerini internet siteleri üzerinden dile getirmeleri, turistik ürün hakkında karar almada kolaylık sağlamaktadır (Cohen vd., 2014).

Bu araştırmada, Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistlerin Tripadvisor sitesindeki olumsuz yorumlarının incelenmesi sonucunda yapılması gerekenlerin belirlenmesi ve alınacak önlemlerin neler olduğuna dair cevap bulmaya çalışılması amaçlanmaktadır. Ayrıca Göbeklitepe'nin hizmet eksikliklerinin tespit edilmesi, müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyen unsurların belirlenip iyileştirme çalışmalarının yapılması için çevrimiçi olumsuz yorumlar tercih edilmiş ve bu yorumlar değerlendirilmiştir. Çalışmada özellikle olumsuz yorumlara odaklanılmış, olumlu yorumlar değerlendirmeye alınmamıştır.

Literatür taraması

Turizm emek yoğun bir hizmet sektörüdür. Hizmetin soyut olması, depolanamaması ve devamlılığı olmaması gibi nedenler turistik ürünün tüketilmeden değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır (Yaylı ve Bayram, 2012). İnternet sitelerinin önemli bir bilgi kaynağı haline gelmesiyle birlikte sitelerde bulunan yorumları dikkate alarak hareket eden tüketiciler, çevrimiçi ortamlarda fikir ve görüşlerini sıklıkla paylaşmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının bilgiye her zaman ve her konuda ulaşabilmesi, her sektörde olduğu gibi turizmde de bazı farklılıkları beraberinde getirmiştir (Şahin vd., 2020). Turizm sektörünün yer aldığı çevrimiçi siteler aracılığıyla görüşlerini paylaşmak isteyen tüketiciler, aldıkları hizmetin olumlu ve olumsuz etkisini değerlendirerek potansiyel ziyaretçilerin karar verme süreçlerini de etkilemektedir (Göral, 2015).

İnsanlar satın almak istedikleri ürünle ilgili, ürünü daha önceden almış ve hakkında bilgi sahibi olan insanlardan fikir almak istemektedirler. Bilginin hemen yayılması, güvenilir bilgi olması, güncel olması ve kolay ulaşılabilir olmasından dolayı diğer bilgi edinme ortamlarına göre, sosyal medya ortamlarının daha çok ve öncelikli olarak tercih edildiği görülmektedir (Eryılmaz ve Zengin, 2014).

Teknolojideki gelişmeler beraberinde internet ve sosyal ağların kullanımını hızlandırmıştır. Kullanıcıların da artmasıyla farklı düşünce ve deneyimleri paylaşma imkânı bulunan Tripadvisor sitesine de önemli ölçüde rağbet edildiği görülmektedir (Köroğlu vd., 2014).

Çevrimiçi yorumların yer aldığı internet siteleri, ziyaretçilerin bilgilendirilmesine, üretim süreçlerine katılmalarına ve turistik ürün hakkında bilgi edinmelerine imkân tanımaktadır (Cheng vd., 2019). Zengin bir içeriği bulunan çevrimiçi sitelerdeki yorumların, turizmde de artarak önemli bir hale gelmesiyle birlikte yapılan araştırmalara da katkısı gün geçtikçe artmaktadır. Literatüre bakıldığında, turizm ürünleriyle ilgili destinasyonlara, ören yerlerine, yiyecek-içecek işletmelerine, konaklama ve seyahat işletmelerine yönelik çevrimiçi yorumların içerik analizi yöntemi gibi pek çok yöntemle incelenmesi sonucu önemli bulguların elde edildiği çalışmaların bulunduğu da görülmektedir (Eser, 2021).

UNESCO Dünya Mirası Listesinde yer alan Göbeklitepe ile ilgili yapılan ve tarihi alanları konu edinen çalışmalar oldukça kısıtlıdır (Mancı ve Tengilimoğlu, 2021b). Alanyazında ilgili çalışmalara bakıldığında, olumsuz yorumların değerlendirileceği bu çalışmada, dikkat çeken unsurların diğer bilimsel araştırmaları destekler nitelikte olduğunun yanı sıra bazı farklılıklarıyla da literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Literatür incelendiğinde, benzer yöntemlerle farklı konuları inceleyen çalışmaların bulunduğu görülmektedir. Turistik destinasyon ve müze ziyareti kapsamında, Şanlıurfa'nın dikkat çeken turizm unsurlarıyla alakalı ziyaretçi yorumlarını inceleyen Belli ve Çolak (2017), ziyaretçilerin çoğunun yüksek bir seviyede memnun olduğunu belirlemiştir.

Burdur Müzesi ile ilgili müze deneyimini etkileyen unsurları inceleyen Sop, Ongun ve Abalı (2020), çevrimiçi yorumları dikkate alarak müze deneyimi hakkında değerlendirmeleri incelemiştir. Yorumların incelenmesi sonucunda; turistlerin olumlu ve olumsuz görüşlerini inceleyerek, yetersiz görülen müze tanıtım, bilgilendirme ve materyal eksikliğinin giderilmesinde önemli noktalara bilgilendirici görsellerin asılması ve rehberlerin görevlendirilmesi gerektiğine yönelik önerilerde bulunmuşlardır. Köroğlu, Dumanlı, Şalk, İnanır, Gürsoy, Karataş Bahar ve Özgöller (2017), yaptıkları çalışmada çevrimiçi kullanıcılar tarafından en iyi 10 müze seçilen yerlere ait olumsuz yorumları incelemiştir. Hizmet eksiklikleri ve olumsuz görülen durumları belirleyerek önerilerde bulunmuşlardır. Troya Müzesini ziyaret eden turistlerin yorumlarını inceleyen Korkmaz (2020), gelen turistlerin müzeyle alakalı tutumlarını ve memnuniyetlerini belirlemeye çalışmıştır. Çalışma sonucunda turistlerin yüksek derecede memnun oldukları ve ayrıca diğer insanlara da müzeyi ziyaret etmeyi önerdikleri belirlenmiştir.

Turizm ürünü tercih sebebinde etkili olan konuk yorumları ve deneyimlerinin, turistik ürüne ilişkin olacak değişikliklerle ıslah çalışmaları yapılması gerektirdiğini belirten ve Çatalhöyük'ü konu alan çalışmalarında Halaç, Sarıaydın Ulaş ve Karaçor (2020) turist yorumlarını göz önüne alarak yetersiz görülen bilgi aktarımına yönelik, yönetimdekilere düzenleme yapılması için karekod ile yol belirleme önerilerinde bulunmuşlardır.

Ateş ve Sunar (2019) yaptıkları çalışmada, İvriz'le ilgili yorumları ele almışlar. Ziyaretçilerin çoğunluğu doğal, tarihi ve kültürel değerlerden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca ziyaretçilerin şikâyet ettikleri durumları belirtmişler ve önerilerde bulunmuşlardır. Safranbolu'ya gelen turistlerin gezileriyle ilgili yorumlarını inceleyen Türker ve Yaşar (2018) yaptıkları çalışmada, Safranbolu'nun kültürel değerleri ve özellikleriyle ilgili yorumlar üzerinde olumlu ve olumsuz olanları belirlemiştir. Olumlu yorumların daha çok olduğu ve ziyaretçilerin kültürel değerlerden memnun oldukları görülmüştür. Malatya'nın turistik yapısı ve buraya gelenlerin yorumlarıyla ilgili incelemeler yapan Türkoğlu ve Demir (2020), ziyaretçilerin ulaşım noktasında memnuniyetlerini dile getirdiklerini belirlemiş buna karşın turistik tanıtımın eksik olduğunu görmüşlerdir.

Ongun, Kervankıran ve Çuhadar (2021) Şirince köyü ile ilgili yaptıkları çalışmada, ziyaretçi yorumlarının çoğunluğunun olumlu olduğunu göstermişlerdir. Ayrıca Şirince'ye gelen ziyaretçilerin paylaştığı olumlu tecrübelerin turistik değerler ve yöresel mutfak olduğu, yol durumu ve ücret artışlarının da olumsuz öğeler arasında yer aldığını belirtmişlerdir.

Yazıcıoğlu, Alphan ve Onur (2020), yaptıkları çalışmada Salda Gölü hakkındaki yorumları inceleyerek aşırı turizmi ele almışlardır. Bu kapsamda sürdürülebilirliğe ilişkin değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Salda Gölü'nü konu alan diğer bir çalışmada, İnanır ve Ongun (2019) çevrimiçi yorumları inceleyerek yörenin sahip olduğu özellikler, imkânlar ve halkın bakışı açısından olumlu yorumların yer aldığını, çevre düzenlemesi, turizm işletmeleri ve alt yapı açısından ise olumsuz yorumların yer aldığını belirlemiştir.

Alan yazındaki diğer turizm ürünleri kapsamında yiyecek- içecek işletmeleri, konaklama ve seyahat işletmeleri değerlendirildiğinde çevrimiçi yorumların incelendiği çalışmalarda Mancı ve Tengilimoğlu

(2021a) yaptıkları araştırmada Şanlıurfa' daki konaklama işletmelerinin çevrimiçi olumsuz yorumlarını incelemişlerdir. Odalar, yiyecek-ıçecek ve personelle ilgili olumsuz yorumların yer aldığını, personellerin ilgisiz olduğunu ve ayrıca temizlik ve bakımsızlık gibi sorunların daha çok olduğunu belirtmişlerdir. Gerenaz ve Yetgin (2021) yaptıkları araştırmada Sapanca'da hizmet veren beş yıldızlı SPA otelleri hakkında misafirlerin beklentileri ve misafir memnuniyetine etki eden faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. SPA otellerinde verilen hizmetin genel memnuniyet üzerinde etkili olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca SPA hakkındaki yorumlarda havuzların çeşitliliği ve temizliği ile ilgili gerekenlerin yapılması ve uzman personel bulunması hususundaki faktörlerin önemli olduğunu belirlemişlerdir.

Şen (2021) çalışmasında Trabzon'daki restoran işletmeleri ile ilgili çevrimiçi olumsuz yorumları incelemiş, şikâyetlere yönelik yapılması gerekenler ve bazı önerilere yer verdiği görülmüştür. Giritlioğlu, Tan, Sürme ve Akmaz (2019) yaptıkları araştırmada Gaziantep'te hizmet sunan yiyecek-ıçecek işletmeleri hakkında yapılan yorumları incelemişlerdir. Çalışma sonucunda tüketicilerin olumlu yorumlarının çoğunlukta olduğunu belirtmişlerdir. Şahin Perçin ve Yiğit (2020) yaptıkları çalışmada Kapadokya bölgesindeki yiyecek ıçecek işletmeleri hakkındaki yorumları incelemişlerdir. Şikâyetlerin yiyecek ıçecek, kalite, fiyat ve işletmede çalışanların davranışları gibi unsurlar olduğu belirlenmiştir. Ayrıca işletmelerin daha iyi hizmet sunabilmeleri için önerilerde bulunulduğu görülmüştür. Yetgin, Keküç ve Şayin (2020) yaptıkları araştırmada, dikkate aldıkları çevrimiçi sitede en yüksek puanlamaya sahip İstanbul'da bulunan ilk beş restoranla ilgili yorumları incelemişlerdir. Müşterilerin restoranda aldıkları hizmetin yanı sıra restoranın görüntüsü hakkında da yorumları olduğunu belirlemişler ve önerilerde bulunmuşlardır.

İlgili yazın incelendiğinde, dijital ortamda turistlerin yorumlarının ve konukların tecrübelerinin insanların turistik ürünlerle ilgili kararlarında etkili olduğu görülmektedir (Çuhadar vd., 2018). Turistik ürün tercihinde bireylerin bu yorumları ve değerlendirmeleri dikkate alarak hareket etmeleri internet siteleri ve sosyal ağların yol gösterici özelliği olması açısından önemlidir (Aymankey ve Demirbulat, 2016).

İlgili literatürde destinasyonlara (Belli ve Çolak, 2017; Türker ve Yaşar, 2018; İnanır ve Ongun, 2019; Türkoğlu ve Demir, 2020; Yazıcıoğlu vd., 2020; Ongun vd., 2021) müzelere (Koroğlu vd., 2017; Sop vd., 2020; Korkmaz, 2020) yiyecek - ıçecek işletmelerine (Giritlioğlu vd., 2019 ; Şahin Perçin ve Yiğit, 2020; Yetgin vd., 2020; Şen, 2021) konaklama işletmelerine (Mancı ve Tengilimoğlu, 2021a; Gerenaz ve Yetgin, 2021) ilişkin pek çok çalışma bulunurken tarihi alanları konu edinen çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir. Çevrimiçi platformların ilgi görmesiyle birlikte turistlerin ziyaretleri sırasında gözlemedikleri durumları paylaşımlarına imkân bulmaları, iyileştirme çalışmalarının yapılması ve kalitenin artırılmasında önem arz etmektedir.

Yukarıdaki bilgilere göre literatür değerlendirdiğinde destinasyon, konaklama, yiyecek ve ıçecek işletmelerine ilişkin çalışmalarda, çevrimiçi platformlarda yer alan olumsuz yorumlara odaklanıldığı fakat Göbeklitepe gibi önemli kültürel mirasa yönelik olumsuz yorumlara odaklanan bir çalışma bulunmadığından gelecek çalışmalara referans olabileceğinden önemli görülmüştür.

Tarihin başlangıç noktası: Göbeklitepe

İnsanlık tarihinin önemli başlangıçlarına sahne olduğu bilinen Göbeklitepe, geçmişten bugüne farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olan Şanlıurfa'da yer almaktadır. Sahip olduğu coğrafi konumu sebebiyle Şanlıurfa, tarih boyunca önemli bir stratejik nokta olarak görülmektedir (Sevimli vd., 2021). Dünya Mirası Listesinde 18. sırada bulunan ve tarihin başlangıç noktası vasfına sahip Göbeklitepe, 2018 yılında bu listeye girmeye hak kazanmıştır. Ayrıca 2019 yılı da Göbeklitepe yılı ilan edilmiştir. Göbek ve tepe kelimelerinin birleşmesiyle oluşan Göbeklitepe'nin keşfi tarihi aydınlatmakta önemli bir rol üstlenmektedir (Çakmak, 2013; Mancı ve Tengilimoğlu, 2021b).

Göbeklitepe, Anadolu'nun güney doğusunda, Şanlıurfa'ya 15 km mesafede ve bölgenin tam ortasında yer almaktadır (Sepici, 2013). Kireç taşlarının plato üzerine doğru yükselmesiyle göbeği andığından dolayı Göbeklitepe şeklinde adlandırılmıştır. Neolitik Dönemle ilgili olduğu belirlenen Göbeklitepe, ilk inanç ve ibadet merkezidir. Bu dönemde henüz insanların yerleşmeye başlamadığı fakat ibadetleri için bir inanç alanı yaptıkları da dini yaşantılarına verdikleri önemi göstermektedir. Yukarı yönde bir tepede konumlandırılmış, T harfini andıran dikili taşlarla yapılmış daire şeklindeki yapısı ve taşların üzerinde hayvan figürü kabartmalarının yer almasıyla labirenti andıran C tapınağı, ibadet mekânının önemli özellikleri arasındadır (Kurt ve Göler, 2017). T harfini andıran ve tek halde şekil verilmiş dikili taşların

yükseklikleri 4-5.5 m. arasında değişmekte ve 40-60 ton ağırlığında olduğu bilinmektedir. Dairesel alan içinde bulunan dikili taşlar, ortada iki adet T harfini andıran dikili taşlara bakacak şekilde dizilmişlerdir. Ortada yer alan dikili taşların insana benzer bir yanı olduğu düşünülmektedir. Taşlar üzerindeki hayvan figürleri ve alanda yer alan betimlemeler, o dönemdeki insanların fikir ve inançları hakkında pek çok bilgi vermektedir (Notroff vd., 2015).

Şekil 1: Dikili taşların yer aldığı dairesel ibadet alanından bir görüntü



Kaynak: Görsel Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Göbeklitepe, yerleşme süreci ve tarımın başlangıcının tamamen yeni bir anlayışı, insanlık tarihinin ilk anıtsal inanç merkezidir. Alanı 15 m. yükseklikte ve 3 m. çapındadır. Kabartma şeklindeki sembolik anlatımlar alanı M.Ö. 10.000 yıllarına kadar dayandırmaktadır. İnsanoğlu tarafından yapılan en eski kült mimarisi olarak kabul edilmektedir. Keşfedildiği günden beri kazı çalışmaları devam etmektedir. Uzun süredir devam eden çalışmalarda, bu anıtsal mekânın etkileyici özellikleri ortaya çıkarılmıştır (Luckert, 2016 ; Notroff vd., 2015).

Göbeklitepe etkileyici mimarisinin yanı sıra tarihi bir eser niteliğindedir. Yazılı kaynakların bulunmadığı dönemin inanç dünyasını da göstermektedir. Göbeklitepe, dinin doğuşu ve ilerleyişi hakkında pek çok önemli bilgiler sunmaktadır. Buradaki bölgede jeolojik yapının sahip olduğu özellikler dışında kalıntıların ortaya çıktığı tabakanın yumuşak toprak olması, bu alanın bilinçli olarak kapatılması durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bu durum bugüne kadar değişmeden ulaşmasına yardımcı olmuştur. Araştırmacılar, dinlerin, avcı ve toplayıcı toplumlardan yerleşik hayata ve tarımsal üretime geçişle ortaya çıkan yeni toplumlardaki sorunlara çözüm arayışları sonucunda doğduğunu düşünmektedir. Fakat öteden beri merak edilen ve araştırılan bu durum, gün geçtikçe ortaya çıkan görüşleri karıştırmıştır (Doğaner, 2013; Kurt ve Göler, 2017).

Yüksek bir bölgede yer alması ve dini ibadet unsurlarının bulunması Göbeklitepe'nin en eski inanç merkezi olduğu konusunda ulaşılan bilgileri de doğrulamaktadır (Magli, 2016). Kazı sonrası ortaya çıkan dikili taşların devasa büyüklükte olması, o dönemde insanların toplanmak için bu alanı kullandığını ve insanların bu ibadet alanını hep birlikte meydana getirmeye çalıştıklarını göstermektedir (Çakmak, 2013).

Şekil 2: Göbeklitepe'ye ait görsel



Kaynak: Görsel Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Yöntem

Bu çalışmanın amacı Göbeklitepe'yi ziyaret eden misafirlerin olumsuz yorumlarının incelenmesi sonucunda yapılması gerekenleri belirlemek ve alınması gereken önlemlerin neler olduğuna cevap bulmaya çalışmaktır. Çalışmada sadece Tripadvisor sitesindeki olumsuz yorumlara odaklanılmıştır. Diğerlerine göre daha aktif kullanılması, daha çok kullanıcıya sahip olması ve yorumların daha güvenilir ve gerçekçi olması sebebiyle Tripadvisor sitesi tercih edilmiştir. Dolayısıyla Göbeklitepe'nin hizmet eksikliklerinin tespit edilmesi için özellikle olumsuz yorumlar değerlendirilmeye alınmıştır. Değerlendirme sonuçlarından yola çıkılarak olumsuz yorumların belirlenerek iyileştirilme çalışmalarının yapılması, hizmet kalitesini ve turist ilgisini artırarak öneri niteliğine ulaşması sürdürülebilirlik anlamında da önem arz etmektedir.

Geniş bir alana sahip ve devasa bir çevrimiçi platform olan Tripadvisor sitesi, bu çalışmanın veri kaynağını oluşturmaktadır. Tripadvisor, insanların gerçekleştireceği seyahatler için bilgi edinmeleri ve diğer insanlara fikir vermesi açısından deneyimlerini paylaşmalarına imkân tanıyan, güvenilir bilgi elde etmek için oldukça yaygın kullanılan bir internet sitesidir (Miguéns, 2008). Çalışmada Tripadvisor sitesinin tercih edilmesinde, siteye milyonlarca insanın kayıtlı olması ve insanların deneyimlerini paylaşmasının yanında turizm sektöründe en çok tercih edilen, güvenilir ve gerçekçi bulunan geniş çaplı bir çevrimiçi site olması etkili olmuştur.

UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmasının ardından 2019 yılının Göbeklitepe Yılı ilan edilmesiyle birlikte daha da önem kazanan Göbeklitepe'yi diğer anıtlardan farklı kılan unsur, 12 bin yıllık bir geçmişe sahip olmasıdır. Çanak çömlek yapımının dahi olmadığı bir döneme ait olduğu bilinen bu anıtsal mekân, inşa edildiği dönem ve o dönemde yaşayanlara dair ilgi ve merakı artırmaktadır.

Kısıtlı bir ziyaret alanı ile 2018 yılında kısmen ziyarete açılan Göbeklitepe'yi o dönem yaklaşık 70 bin kişi ziyaret etmiştir. 2019 yılı Göbeklitepe Yılı ilan edilmesiyle birlikte ören yerini 412 bin 378 kişinin ziyaret ettiği bilinmektedir. 2020 yılında Covid-19 salgınından dolayı 197 bin 912 ziyaretçi sayısına anca ulaşabildiği görülmektedir. 2021 yılında ise 567 bin 453 ziyaretçiyi ağırlamıştır. Ayrıca Göbeklitepe 2022 yılında 850 bin ziyaretçiyi barındırarak yüksek bir ziyaretçi seviyesine ulaşmıştır (NTV, 2023). Göbeklitepe'ye ilişkin olarak 2019-2022 yılları arasında Tripadvisor sitesinde yer alan toplam 301 yorum incelenmiştir. Bunlardan 242 yorumun olumlu olduğu belirlenmiştir. Tripadvisor ziyaretçi yorumlarında 2019- 2022 yıllarının dikkate alınması, Göbeklitepe'nin henüz yeni keşfediliyor olması ve ziyaretçilerde bıraktığı etki, istek, şikâyet ve önerileri de belirlemek hedeflenmiştir.

Bu araştırmada Göbeklitepe'ye dair 2019-2022 yılları arasında Tripadvisor sitesinde yer alan 59 olumsuz yorum alınarak nitel analiz programı MAXQDA ile içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucu elde edilen verilerden, açık kodlama ile kod ve alt kodlar oluşturulup veriler yorumlanmıştır. Tripadvisor'da turistlerin olumsuz yorumları ilgili literatürden ve dokümanlardan elde edilen bilgiler incelenmiştir. MAXQDA programı ile olumsuz yorumlarda sıklıkla kullanılan kelimeler belirlenerek kelime bulutu oluşturulmuştur. Olumsuz yorumların desteklenmesi için bazı turistlerin söz edilen temayla alakalı çevrimiçi olumsuz yorumları doğrudan alınarak konunun derinlemesine anlaşılması

sağlanmaya çalışılmıştır. Sadece olumsuz yorumların ele alınması, Göbeklitepe'nin hizmet eksikliğinin tespit edilmesi ve iyileştirme çalışmalarının gerçekleştirilmesi adına önem arz etmektedir.

Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, incelenen olumsuz içerikli yorumlar kelime bulutu, kod ve alt kodlar, kod sıklık tablosu oluşturularak, nitel veri analiz yöntemlerinden içerik analizi yöntemiyle elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Açık kodlama yapılarak kod ve alt kodlar oluşturulmuştur. Kodlar genel bir ifadeyi anlatırken alt kodlar da kodların içinde değerlendirilen ifadeleri göstermektedir. Kelime bulutuna bakıldığında pahalı, ücret ve park gibi kelimelerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Genel olarak ziyaretçilerin olumsuz yorumların yanında önerilerde buldukları da görülmüştür.

Şekil 3: Olumsuz yorumlarda sıklıkla kullanılan kelimelere göre oluşturulan kelime bulutu



Şekil 1'de Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistler tarafından çevrimiçi olumsuz yorumlarda en çok kullanılan kelimelerin oluşturduğu kelime bulutu yer almaktadır.

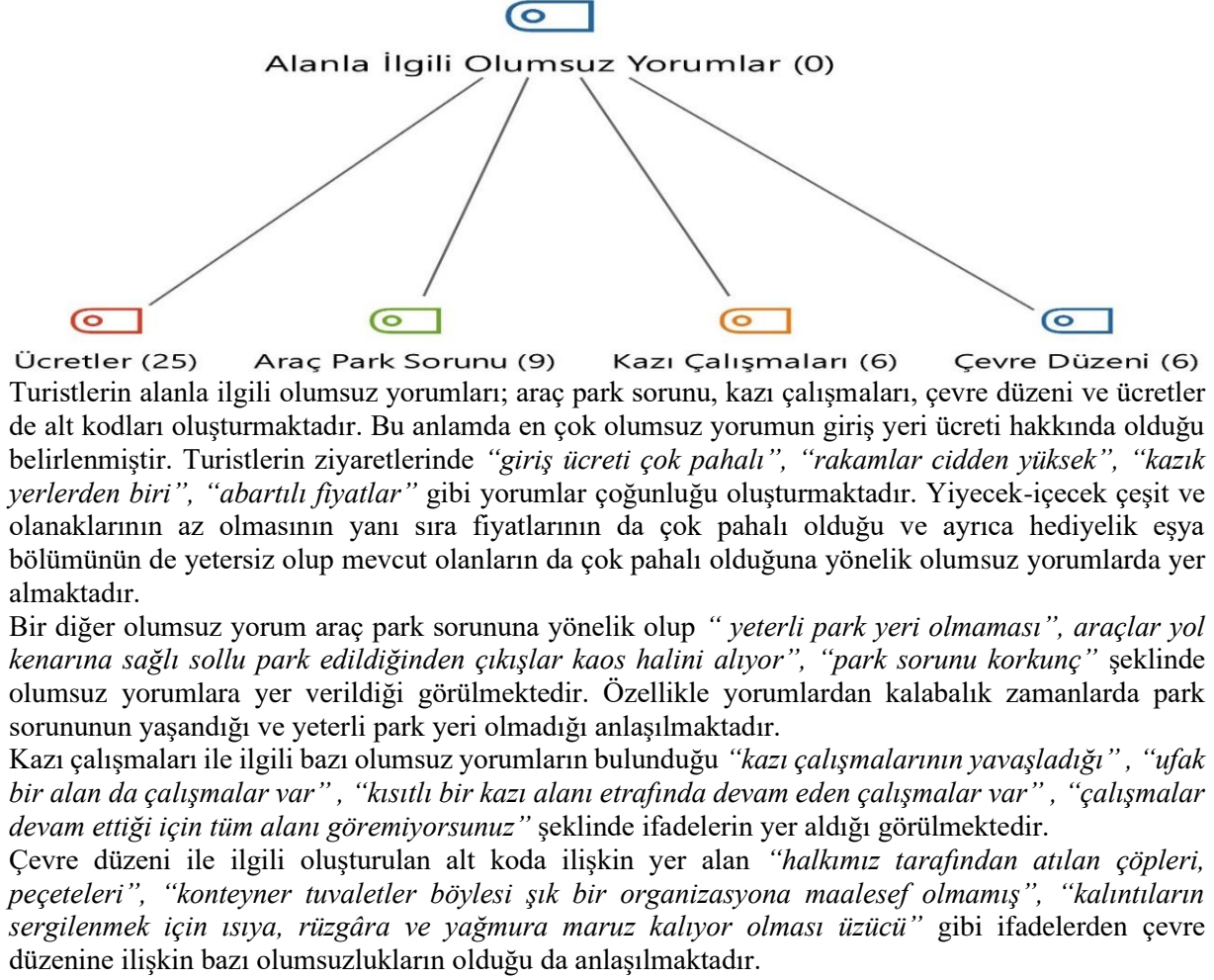
Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistler tarafından yapılan çevrimiçi olumsuz yorumlar incelenerek; görevlilerle ilgili olumsuz yorumlar, alanla ilgili olumsuz yorumlar, bilgi verme, eksik görülen yönler ve ziyaretçilere öneriler şeklinde 5 bileşen belirlenerek kodlar oluşturulmuştur. Turistlerin olumsuz yorumları ve önerileri incelenerek 117 kodlama yapılmıştır. Şekil 2'de görevlilerle ilgili olumsuz yorumlara ilişkin kod alt kod modeli yer almaktadır.

Şekil 4: Görevlilerle ilgili olumsuz yorumlar kod alt kod modeli

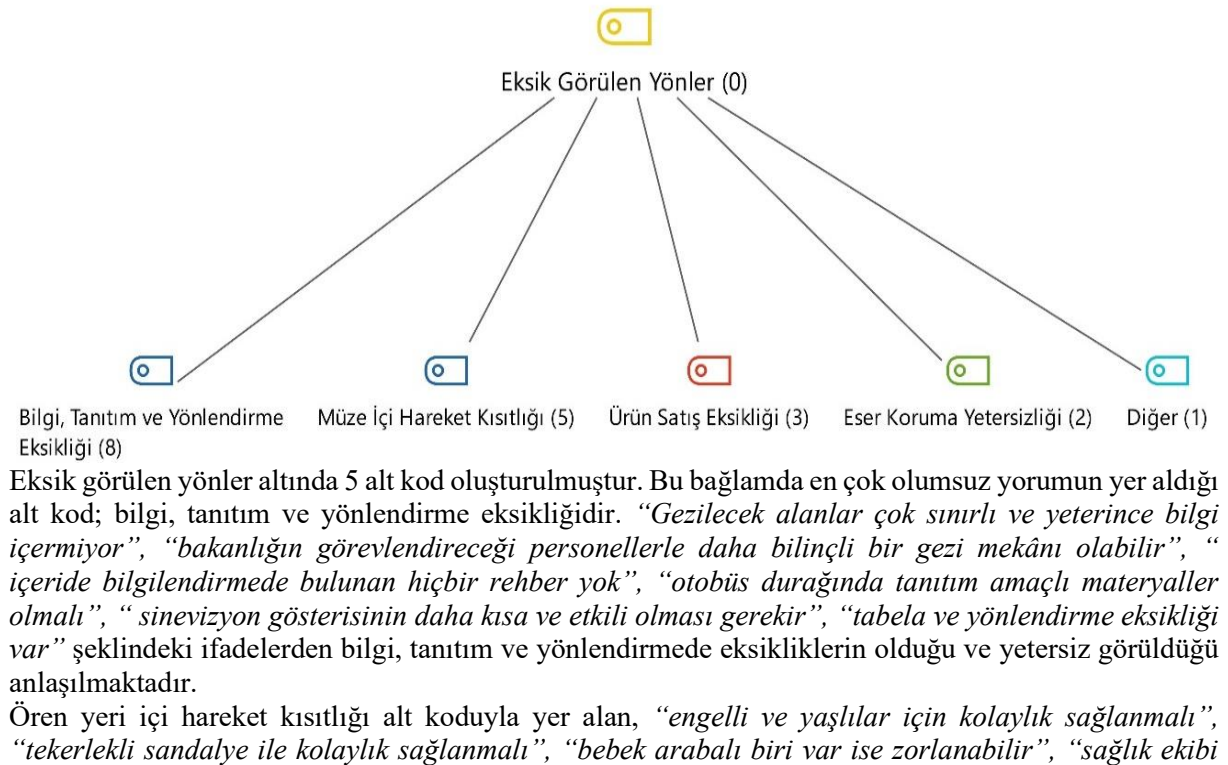


Görevlilerle ilgili olumsuz yorumlar; bilgisiz, sorumsuz ve ilgisiz olmak üzere 3 alt kodda oluşturulmuştur. Turistlerin görüşleri arasında en çok, görevlilerin sorumsuz davrandıklarına ilişkin olumsuz yorumları olduğu belirlenmiştir. "Otoparkın görevlilerce organize edilmesi lazım", "zahmet edip insanları sıraya sokamayan", "rezalet yönetim şekli" gibi yorumlar turistlerin, görevlilerin sorumluluklarını yerine getirmede problemleri gördükleri yönlerine dair olumsuz yorumlarını ifade etmektedir. Ayrıca görevlilerin bilgi düzeylerinin zayıf olduğu ve laubali davranışlar sergiledikleri de turistlerin görevlilerle ilgili olumsuz yorumları arasında yer almaktadır. Bu sonuçlarla, çalışmada dikkat çeken unsurlardan biri olarak görevlilere yönelik olumsuz yorumlar üzerinde durulmuş ve daha önceki çalışmalarda konunun bu yönüne değinilmediği görülmüştür.

Şekil 5: Alanla ilgili olumsuz yorumlar kod alt kod modeli



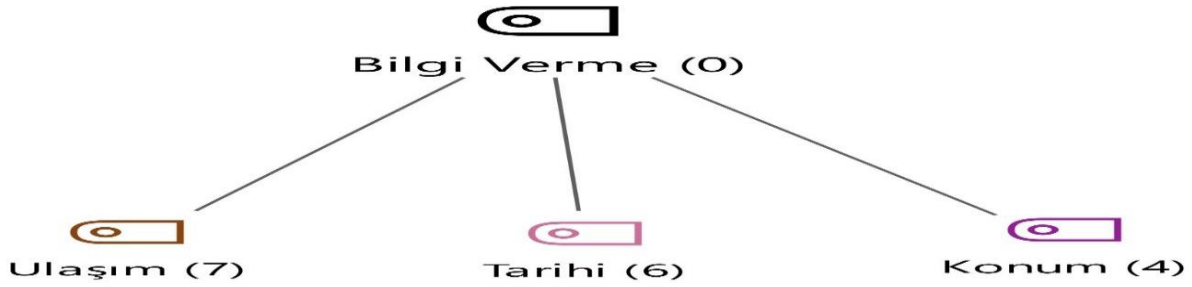
Şekil 6: Eksik görülen yönler kod alt kod modeli



yok acil bir müdahale gerekse olsa Urfa'dan ambulans beklemek zorundasınız” gibi yorumlarda ören yeri içerisinde hareketin kısıtlı olduğu ve alanın her bireye hitap etmesi gerektiği düşünceleri anlaşılmaktadır. Bir diğer alt kod ürün satış eksikliği olarak ifade edilen, yiyecek-içecek ve hediyelik eşya kısmındaki yetersizliklerden oluşmaktadır. “Çevresinde içecek satan bir yer bulamazsınız”, “markette küçücük su”, “hediyelik eşya bölümü zayıf” şeklindeki yorumlarda ürünlerin eksik ve ihtiyacı karşılamada yetersiz olduğu görülmektedir.

Turistlerin eserlerin daha iyi korunabilirliğine ilişkin yorumlarının da eser koruma yetersizliği alt kodu altında yer aldığı görülmektedir. Diğer alt kodunda yer alan olumsuz yorumda Göbeklitepe'ye ulaşımın Örencik köyü yolundan geçmemesi, turistler tarafından “köyün kalkınmasının önüne geçilmiş” şeklinde ifade edilmiştir.

Şekil 7: Bilgi verme kod alt kod modeli



Turistlerin turistik ürünle ilgili yorumlarında bilgi verdikleri de görülmektedir. Ulaşım, tarih ve konumla ilgili bilgilerin önemli görüldüğü ve dikkate alındığı yorumlardan da anlaşılmaktadır. Bununla ilgili en çok ulaşım hakkında yorumların yer aldığı görülmektedir. Göbeklitepe'ye ulaşımın şehir merkezinden hareket eden belediye otobüsleriyle sağlandığı ve ayrıca ören yeri içerisinde ücretsiz servislerle kazı alanına kadar gidilebildiği konusunda yorumlar yer almaktadır.

En çok bahsedilen konulardan biri de insanlık tarihinin başlangıcı olarak geçen ve ayrıca tarihin sıfır noktası olarak ifade edilen Göbeklitepe'nin tarihidir. Tarihi ve kültürel değerler kapsamında önemli görülen yerlerin geleceğin ışığı olan çocuklara tanıtılması ve öğretilmesi gerektiğini ifade eden yorumlarda bu kısımda yer almaktadır.

Şekil 8: Ziyaretçilere öneriler kod alt kod modeli



Turistlerin ziyaretleri sonucu düşüncelerini belirtmeleri, gelecek diğer ziyaretçilere fikir oluşturması açısından önemlidir. Ziyaretçilere öneriler kodu altında 3 alt kod yer almaktadır. En çok bahsedilen konu, hava koşulları ve zamandır. Bu kapsamda turistlerin gelecek ziyaretçilere önerileri arasında yazın erken saatlerde gezilmesi, hava sıcaklığından dolayı olası durumlara karşı önlem alınarak gelinmesi yönündedir. Ayrıca yağmur yağdığında tahta yolun kaygan olabileceği ve dikkatli olunması gerektiği belirtilmiştir. Zaman dilimi anlamında çok uzun bir süreyi kapsamadığı da yorumlar arasında yer almaktadır.

Ziyaret edin alt kodu altında, insanlık tarihinin başlangıç noktası olması ve sahip olduğu eşsiz güzelliğiyle herkesin görmesi gerektiği bir yer olduğu, üzerinde en çok durulan yorumlar arasındadır. Bir diğer alt kod ise gezi, bilet ve müze kart hakkındadır. Müze kartın geçerli olduğu ve daha ekonomik olmasından dolayı önceden alıp gidilmesi öneriler arasındadır. Ayrıca geziye grup halinde gelinmemesi ve ziyaretçilerin giriş biletlerinin tek kullanımlık olanlarını tercih etmemeleri gerektiği önerilmektedir.

Tablo 1: Kod frekans tablosu

Kodlar	Frekans
Görevlilerle İlgili Olumsuz Yorumlar	5
Alanla İlgili Olumsuz Yorumlar	46
Eksik Görülen Yönler	19
Bilgi Verme	17
Ziyaretçilere Öneriler	30
Toplam Kodlama Sayısı	117

Sonuç, tartışma ve öneriler

Teknolojik gelişmelerle birlikte internet, kolay ulaşılabilir bir bilgi kaynağı haline gelmiştir. Bunun beraberinde bireyler turistik ürün tercih ve karar verme aşamalarında çevrimiçi paylaşımlardan oldukça yararlanmaktadır. Bu ortamlarda belirtilen tecrübeler, insanların turizm ürünüyle ilgili kararlarını da önemli ölçüde etkilemektedir (Tengilimoğlu ve Hassan, 2020).

Bu araştırmada, tarihin devasa keşiflerinden biri olması yönüyle, insanın kültür, din ve tarihini anlamasına ışık tutacak önemli bir rol üstlenen Göbeklitepe'ye yönelik Tripadvisor sitesinde yer alan turistlerin olumsuz yorumlarının incelenmesi sonucunda yapılması gerekenleri belirlemek ve alınması gereken önlemlerin neler olduğuna dair cevap bulmaya çalışmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda 2019-2022 yılları arasında Tripadvisor sitesinde bulunan 301 yorum arasından 59 olumsuz yorum incelenerek kelime bulutu ile en çok kullanılan 25 kelime belirlenmiştir. Daha sonra açık kodlamayla kod ve alt kodlar oluşturulmuş ve kod frekansları görülmüştür. Oluşturulan kelime bulutunda pahalı, ücret ve park gibi kelimelerin sıklıkta kullanıldığı belirlenmiştir. Olumsuz yorumların giriş ücretinin çok pahalı olduğu ve araç park sorunun yaşandığı gibi konuları kapsadığı görülmektedir.

Çalışmada olumsuz yorumlar belirlenerek kodlar oluşturulmuştur. Kodlar ziyaretçilerin hangi konuda yorum yaptığını ifade etmektedir. Bununla beraber, ziyaretçiler tarafından dile getirilen olumlu olumsuz görüşler ve verilen bilgilerin potansiyel ziyaretçiler için öneri niteliğinde olduğu söylenebilir.

Görevlilerle ilgili olumsuz yorumlarda yer alan, özellikle kalabalık günlerde ziyaretçileri belli bir sıraya sokamayan görevlilerin sorumluluklarını yerine getirmediklerini ifade eden ziyaretçilerin bu durumdan rahatsız olduklarını belirttikleri görülmektedir. Ayrıca görevlilerin ortalıkta laubali bir şekilde dolaştıkları, ilgisiz oldukları yönünde de olumsuz yorumların dile getirildiği görülmektedir. Ziyaretçilerin, yönetim şeklinin berbat olduğunu söyledikleri de bu yorumlar arasındadır. Bu yönüyle değerlendirildiğinde, önceki çalışmalarda konunun ilgili yönüne değinilen bölümü olmaması da çalışmada farklılık oluşturmaktadır.

Alanla ilgili olumsuz yorumlar temasında en çok göze çarpan ören yeri giriş ücretleri, yiyecek-içecek ve hediyelik ürünlerin aşırı pahalı olduğuna dair söylemlerdir. Ücretlerin yüksek olmasından dolayı kalabalık ailelere bir külfet oluşturduğu, ülke güzelliklerinin görülmesinin bu kadar pahalı olmaması gerektiği gibi ifadeler de yer verildiği görülmektedir. Bu da Eser 'in (2021) gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Yetersiz otopark hizmeti ve araç park sorunu da olumsuz yorumlar arasındadır. Ziyaretçilerden bazılarının, kazı alanı ile ilgili beklediklerinden daha kısıtlı bir alan olduğunu, kazı çalışmalarının devam ettiğini ve pek bir şey göremediklerinden yakınan bir tutum sergiledikleri görülmektedir. Benzer sonuçlar Mancı ve Tengilimoğlu' nun (2021b) yaptığı çalışmalarda da yer almış ve bu çalışmayı destekler niteliktedir.

Eksik görülen yönler kodu altında, bilgilendirmedeki yetersizliğin oluşturduğu eksiklikten bahseden yorumlar yer almaktadır. Tanıtım ve yönlendirmenin de yetersiz olduğu, tanıtım amaçlı materyallerin olması gerektiği ifadeleri de olumsuz yorumlarda görülmektedir. Ayrıca engellilere yönelik bir düzenleme olmadığı, bebek arabası ile gelen aileler için uygun alan yapılması ve kolaylaştırıcı önlemlerin eksikliğine dair yorumlar yer almaktadır. Hediyelik ürün çeşitliliği ve yiyecek-içecek ürün

fiyatlarının çok yüksek olmasından yakınan ziyaretçilerin de yorumlarda bu durumu dile getirdikleri görülmektedir. Sağlık problemi olması halinde ambulansın bulunmaması ve Urfa'dan gelecek olması da ziyaretçilerin huzursuz olduklarını belirttikleri yorumlar arasındadır. Turistlerin bu yorumlarda önemseydiği durumlar ortaya çıkmaktadır. Sonuçlar Eser' in (2021) gerçekleştirdiği araştırmayla da örtüşmektedir. Bilgi verme kodu ile ilgili alt kodlarda, Göbeklitepe'nin tarihi, ulaşımı ve konumu ile ilgili yorumların yer aldığı görülmektedir. Önceki çalışmalarda, Göbeklitepe'nin ortaya çıkma sürecinin başlangıcı olduğundan pek çok eksikliğin yorumlarda belirtilmiş olduğu görülse de iyileştirme çabalarının ivedilik kazanmadığı görülmektedir. Ziyaretçilere öneriler kodu altında en çok bahsedilen konu hava koşulları ve zamanla ilgili ifadelerin yer aldığı yorumlardan oluşmaktadır. Turistlerin gelecek ziyaretçilere hava koşullarının uygun olduğu zamanları tercih etmeleri konusunda ve erken saatlerde önlem olarak gelmeleri hususunda önerilerde buldukları görülmektedir. Ayrıca yağmurlu havalarda tahta yolun kaygan olabileceği ve gereken eşyaları yanlarında bulundurmaları gerektiğine dair ifadeler yer almaktadır. Gezi süresinin çok uzun bir zaman dilimini kapsamayacağı, gezilecek alanın kısıtlı ve dar oluşuna dair söylemler de bulunmaktadır. Göbeklitepe'nin muhteşem bir güzelliğe sahip olduğu, gerçekten herkes tarafından ziyaret edilmesi ve görülmesi gerektiğini ifade eden yorumlar da öneriler arasındadır. Ayrıca müze kart almanın avantajlı olduğunu söyleyen ve tek kullanımlık kartlardan yakınan ziyaretçi yorumları da yer almaktadır.

Ören yerlerinin ziyaret edilmesi sırasında ziyaretçilerin görüşlerine ilişkin unsurların belirlenmesi kültürel mirasa ilgilinin artması ve ören yerlerinin daha etkin kullanılmasına katkı sağlayabilir (Güneş vd., 2019). Ziyaretçi görüşlerinin değerlendirilmesi, olumlu ve olumsuz unsurların belirlenmesinde çok sık kullanılmaktadır. Turistlerin olumlu ve olumsuz yorumlarının belirlenmesi, memnuniyet seviyesinin artmasında ve potansiyel ziyaretçilere öneriler sunmasında önemli görülmektedir (Aylan,2019). Alanla ilgili olumsuz yorumların fazla oluşu genel anlamda ziyaretçilerin ören yeri giriş ücretini yüksek bulmaları, araç park sorunundan çok bahsetmeleri bu durumdan memnun olmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca görevlilerle ilgili yorumların yer alması, yakınılan durumların dikkate alınarak giderilmesi memnuniyeti sağlamak adına önemlidir.

Olumsuz yorumların incelenmesi sonucunda ortaya çıkan durumlar dikkate alınarak yapılması gerekenler belirlenmeye çalışılmış ve alınması gereken önlemlere yönelik bir takım önerilerde bulunulmuştur:

Giriş ücretini daha uygun ve kalabalık ailelerin de geziye ailecek katılabilmelerini sağlayacak şekilde olması için imkânlar oluşturulmalıdır. Her gelir grubundan insanların yararlanması için kolaylıklar sağlanmalıdır. Önemli gün ve haftalarda ören yerine ücretsiz giriş sağlanmalıdır. Bilet gişeleri artırılarak, sırada beklemek ve uzun kuyruklar oluşmasına engel olmaya yönelik bir düzenleme yapılabilir. Görevlilere uygun eğitimler verilerek daha kolay koordinasyon sağlanabilir. Yeterli hizmet verilebilmesi için görevlilerin sayısı artırılabilir. Görevli sağlık ekibi mutlaka bulunmalıdır.

Kazı alanında çalışmaların hızlandırılarak ziyaretçilere daha geniş bir ortam oluşturulmalı ve ayrıca çalışmalar yapılırken eserlerin doğasına zarar vermeyecek şekilde önlemler alınmaya çalışılmalıdır.

Bilgilendirme eksikliğini gidermeye yönelik mutlaka rehberler görevlendirilmeli ve tanıtımın daha fazla, etkileyici şekilde yapılması için yol, durak gibi yerlerde ilgili görsel ve materyaller yer almalıdır. Çevrenin temiz tutulması, yetersiz otopark nedeniyle oluşan araç park sorununa yönelik düzenlemeler yapılarak daha fazla park yeri ve kolay ulaşım için alanlar açılmalıdır. Yiyecek-icecek ve hediyelik eşya bölümüne çeşitli yöresel ürünler eklenmeli ve ayrıca makul fiyatlarla satılmalıdır. Tahta yolda yürümeyi kolaylaştıracak malzeme kullanılarak oluşabilecek tehlikelere karşı önlem alınmalıdır.

Çalışmada turistlerin olumsuz yorumları incelenerek, önerilerde bulunulmuştur. Çalışmada, Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistlerin sadece Türkçe ve olumsuz yorumları incelenmesi sınırlılığı oluşmaktadır. Çalışmada, özellikle olumsuz yorumlara odaklanılmıştır. Gelecek araştırmalarda olumlu yorumlar dahil edilerek bu çalışma sonuçları da değerlendirilerek kıyaslanabilir. Ayrıca yabancı turistlerin olumsuz yorumları, demografik özellikleri açısından da incelenebilir ve karşılaştırılabilir. Önceki çalışmalardan farklı olarak görevlilerle ilgili yaşanan sorunlar ve eserlerin korunarak, kazıların dikkatli ve sakınarak yapılmaması ile ilgili bazı durumlar farklılık olarak görülmüştür. Bu anlamda araştırmanın literatüre fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Olumsuz yorumlardan hareketle öneriler dikkate alınarak yapılanlar çevrimiçi yorumlara yansıtıldığından, olumsuz yanların giderilerek iyileştirilmesiyle turistlerin kararları etkilenebilir ve çevreye tavsiye etmeye yönelik dönütlerle sürdürülebilirliğe yararı dokunabilir.

Kaynakça

- Arıca, R. ve Çorbacı, A. (2019). Turizm sektöründe müşterilerin bilgi üretici rolü: Adıyaman'daki turistik çekiciliklere yönelik Tripadvisor sitesinde yer alan yorumlar üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 437-455.
- Arkadaş, A. R. ve Ayyıldız, T. (2020). Uludağ'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin çevrimiçi tüketici yorumlarının incelenmesi: "TripAdvisor.com" üzerinden içerik analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2633-2658.
- Ateş, A. ve Sunar, H. (2019). *İvriz kültürel peyzajı alanının çevrimiçi ziyaretçi yorumları ile analizi: Google haritalar örneği*. Ereğli Uluslararası Bilim ve Akademi Kongresi içinde (s. 335-339).
- Aylan, S. (2019). Ulubey kanyonlarına yönelik sosyal medyada yapılan ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: TripAdvisor.com örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2582-2598.
- Aymankuy, Y. ve Demirbulat, Ö. G. (2016). Batum destinasyonuna yönelik e-yorumların içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi, (Editör), Doğdubay, M. 15. *Geleneksel Turizm Sempozyumu 2016 Bildiriler Kitabı*, Detay Yayıncılık.
- Belli, S. ve Çolak, O. (2017). Şanlıurfa'nın turistik çekim unsurlarına yönelik ziyaretçi e-yorumlarının analizi: tripadvisor örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(15), 444-457.
- Bilim, Y., Başoda, A. ve Özer, Ö. (2013). *Elektronik Tüketici yorumlarının Nitel Çözümlemesi ve Pazarlama Bilgi Aracı Olarak Kullanımı: Tatil Otellerine Yönelik Bir Uygulama*, 14.Ulusal Turizm Kongresi, 387-407.
- Cheng, X., Fu, S., Sun, J., Bilgihan, A. ve Okumus, F. (2019). *An investigation on online reviews in sharing economy driven hospitality platforms: A viewpoint of trust*. *Tourism Management*, 71, 366-377.
- Civelek, M. ve Dalgın, T. (2013). *Turizm pazarlamasında sosyal medya, turizm işletmeleri üzerine bir araştırma: Muğla örneği*, 14.Ulusal Turizm Kongresi, 266-282.
- Cohen, S. A., Prayag, G. ve Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Çakmak, F. (2013). *İnanç turizminde Göbekli Tepe'nin yeri ve önemi*, *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, 9-12 May 2013, s.3-4.
- Çuhadar, M., Köseoğlu, S., ve Gültepe, Ö. (2018). Isparta ilindeki konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerinin incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 227-239.
- Doğaner, S. (2013). *Türkiye kültür turizmi, sosyologca kitapları dizisi-31*. Doğu Kitabevi.
- Eryılmaz, B. ve Zengin, B. (2014). Sosyal medyada konaklama işletmelerine yönelik tüketici yaklaşımları üzerine bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*. 2(1), 147-167.
- Eser, S. (2021). Ziyaretçi deneyimleri üzerine nitel bir araştırma: Göbekli Tepe örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(2), 478-495.
- Geranaz, H. ve Yetgin, D. (2021). SPA otel işletmelerinin çevrimiçi müşteri değerlendirmeleri: Tripadvisor örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (3), 2800-2818.
- Giritlioğlu, İ., Tan, A., Sürme, M. ve Akmaz, A. (2019). Gaziantep'te bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin Foursquare yorumlarının değerlendirilmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 23, 81-93.
- Göral, R. (2015). E-WOM'a dayalı çok kriterli karar verme teknikleri ile en uygun otelin belirlenmesi ve bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33, 1-17.
- Güneş, E., Pekerşen, Y., Alagöz, G. ve Sivrikaya, K. K. (2019). Müze ziyaretçilerinin hizmet kalitesine yönelik algılamaları: Mevlâna müzesi örneği. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 11(21), 591-612.
- Halaç, H. H., Sarıaydın Ulaş, E. ve Karaçor, F. (2020). Çevrimiçi ziyaretçi yorumlarında Çatalhöyük neolitik kenti. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(3), 1506-1520.
- İnanır, A. ve Ongun, U. (2019). Yeşilova Salda'yı ziyaret eden turistlerin deneyimlerinin incelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1028-1041.
- Jolliffe L. ve Smith, R. (2001). Heritage, tourism and museums: The case of the North Atlantic Islands of skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*. 7 (2), 149-172.

- Korkmaz, H. (2020). Troya müzesi elektronik ziyaretçi yorumlarının hizmet özellikleri, memnuniyet ve tavsiye açısından incelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4 (1), 43-56.
- Köroğlu, Ö., Cevizkaya, G., Kazoğlu, İ. H., Ar, H., Eraslan, O., Aydoğmuş, F. ve Açıksözlü, Ö. (2014). *Arkeolojik sit alanlarına yönelik e-yorumların içerik analizi*. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi.
- Köroğlu, Ö., Dumanlı, Ş., Şalk, S., İnanır, İ., Gürsoy, H. ve Karataş Bahar, A. (2017). Müzelere yönelik olumsuz kullanıcı güdümlü içerik çözümlemesi: Tripadvisor.com örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research* 4 (3), 29-48.
- Kurt, A. O. ve Göler, M. E. (2017). Anadolu'da ilk tapınak: Göbeklitepe. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21(2), 1107-1138.
- Luckert, Karl W. (2016). *Göbekli Tepe*. (Çev. Basmacı, L.) Alfa Yayınları.
- Magli, G. (2016). *Sirius and the project of the megalithic enclosures at Gobekli Tepe*. *Nexus Network Journal*, 18, 337-346.
- Mancı, A. R. ve Tengilimoğlu, E. (2021a). Şanlıurfa'daki konaklama işletmelerinin çevrimiçi olumsuz yorumlarının içerik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2021, 9 (2), 1123-1148.
- Mancı, A. R. ve Tengilimoğlu, E. (2021b). Content analysis on Tripadvisor visitors' reviews: The Case of Göbeklitepe, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(2), 1525-1545.
- Miguéns, J., Baggio, R. ve Costa, C. (2008). *Social media and tourism destinations: tripadvisor case study*. *Proceedings of the IASK International Conference on, Advances in Tourism Research*, At Aveiro, Portugal, Volume: 194-199, <http://www.iby.it/turismo/papers/baggio-aveiro2.pdf>.
- Notroff, J., Oliver D., Jens N. ve Çiğdem K.S. (2015). Göbeklitepe uygarlık doğuşunda neolitik şölenlerin izleri, *Aktüel Arkeoloji Dergisi*, Sayı:46, 52- 68.
- NTV, (2023). 11.04.2023 tarihinde https://www.ntv.com.tr/n-life/gezi/gobeklitepe-2022-yilinda-ziyaretci-rekoru-kirdi,rGzLqGzsRUmtZ1rBU_fXHg# adresinden erişildi.
- Ongun, U., Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2021). Kültür ve kırsal turizm destinasyonlarına yönelik çevrimiçi yorumlarının incelenmesi: Şirince köyü örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 219-235.
- Sepici, L. (2013). *Anadolu'da keşfedilen Dünya'nın ilk mabedi Göbekli Tepe*. Sınır Ötesi Yayınları.
- Sevimli, Y., Tatlı, M., ve Kızıldemir, Ö. (2021). Göbeklitepe'nin Gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263-286.
- Sop, S. A., Ongun, U. ve Abalı, R. (2020). Müze deneyimini etkileyen unsurlar: çevrimiçi yorumlar üzerine nitel bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1123-1138.
- Şahin, H., Çolakoğlu, O. E., Kılıçdere, S. ve Atay, H. (2020). Kuşadası'nda bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan sosyal medya yorumlarının incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 103-110.
- Şahin Perçin, N. ve Yiğit, S. (2020). Tripadvisor'da yer alan yiyecek ve içecek işletmeleri hakkındaki e-şikayetlerin değerlendirilmesi: Kapadokya bölgesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, 8 (4), 2985-3001.
- Şen, M. A. (2021). Tripadvisor kullanıcılarının restoranlardaki olumsuz deneyimlerine ilişkin yorumlarının incelenmesi: Trabzon Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2021, 9 (3), 1771-1786.
- Tengilimoğlu, E. ve Hassan, A. (2020). Applying flow theory to the online booking experience: The role of utilitarian and hedonic features. *Journal of Tourismology*, 6(1), 1-12.
- Türker, N., ve Yaşar, Z. (2018). *Safranbolu'nun kültürel çekiciliklerine yönelik ziyaretçi e-yorumlarının değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği*. I. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı.
- Türkoğlu, T. ve Demir, M. (2020). Malatya ilinin turistik bölgelerinin çevrimiçi yorumlar kapsamında değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği. *Sanat ve İnsan Dergisi*, 4(2), 66-85.
- Yaylı, A. ve Bayram, M. (2012). E-wom: The effects of online consumer reviews on purchasing decisions. *International Journal of Marketing and Advertising*. 7 (1), 51-64.
- Yazıcıoğlu, İ., Alphan, E. ve Onur, M. (2020). Aşırı turizm kapsamında Tripadvisor yorumları üzerine nitel bir inceleme: Salda Gölü örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 505-522.

Yetgin, D., Keküç, M. ve Şayin, M. (2020). Restoranlara yönelik Tripadvisor yorumlarının içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, 8 (3), 2090-2109.

Etik kurul onayı

Çalışmamın/çalışmamızın insan veya hayvan üzerinde bir araştırma/deney yapılmaması sebebi ile bu araştırma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Medikal turizm kapsamında hizmet veren hekimlerin sağlık turistleri ile yaşadıkları sorunlar*

The problems faced by physicians serving within the scope of medical tourism with the medical tourists

Gönderim Tarihi / Received: 24.11.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 23.05.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1209242](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1209242)

Gülay ÖZDEMİR YILMAZ¹

Cihangir TEKLİ^{2**}

ÖZ: Bu çalışmada, medikal turizm kapsamında hizmet veren hekimlerin turistler ile yaşadıkları sorunları tespit etmek amaçlanmıştır. Yaşanılan sorunları tespit etmek amacıyla nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma, İstanbul'da sağlık turistlerine hizmet veren, aynı zamanda klinik ya da poliklinik sahibi olan hekimler ile yürütülmüştür. İstanbul'un seçilme nedeni, sağlık turistleri tarafından en çok tercih edilen illerden biri olmasıdır. Veri toplama aracı olarak yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Hekimler ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşme sonucunda elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuş, hekim-sağlık turisti arasında, refakatçi sayısının fazlalığı, hasta ve yakınları ile iletişim, randevularda gecikme ve kültürel farklılıklarından kaynaklı sorunların yoğun bir şekilde yaşandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık turizmi, Medikal turizm, Sağlık turisti, Hekim

ABSTRACT: The aim of this study is to identify the problems that physicians face with tourists in the context of medical tourism. In order to identify the problems, a qualitative research method was chosen. The research was carried out with physicians who serve health tourists in Istanbul and also own clinics or polyclinics. The reason why Istanbul was chosen is that it is one of the most preferred cities by health tourists. A structured interview form was used as a data collection tool. The data obtained from the face-to-face interviews with the physicians were subjected to descriptive analysis. It was found that the physicians and health tourists experience problems caused by the excessive number of companions, communication with patients and their relatives, delays in appointments, and cultural differences.

Keywords: Health tourism, Medical tourism, Health tourist, Physician

* Bu çalışma, 20-21 Mayıs 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilen Pamukkale Üniversitesi Sürdürülebilir Termal Turizm Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuş ve kongre bildiri özet kitabında basılmış bildirinin genişletilmiş halidir.

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, gulay@balikesir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8326-4797>

² Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, cihangirtekli@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7445-6674>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Medical tourism creates a niche market where health tourists often travel long distances and benefit from medical, surgical or dental treatment practices and traditional tourism activities. Medical tourism, which has the feature of more tourist expenditures and longer stays compared to other alternative tourism types, has great importance for Turkey, like many other countries that want to make economic profit. Therefore, it is a necessity for Turkey to identify the problems it already has or will experience within the scope of medical tourism, and to provide finest quality health services alongside with traditional tourism activities. One of the requirements of quality health services in medical tourism is the smooth functioning of the relationship between health tourists and physicians who provide services within this framework and who also own clinics/polyclinics. In this direction, the aim of the study is to determine the problems experienced by the physicians serving within the scope of medical tourism regarding health tourists, and to increase the health service quality of the destination by offering suggestions to physicians, health tourists and related units in line with the problems.

Methodology

The research was carried out in clinics/polyclinics located in Istanbul and providing health services within the scope of medical tourism. Purposive sampling method was used in the research. The sampling consisted of 6 participants. Structured interview method was used as data collection tool in the research. In the research, credibility, reliability, confirmability and transferability conditions were met within the context of the reliability and validity model.

In the interview form, questions aimed at determining the problems experienced by physicians with health tourists were included. In order to determine the problems of the physicians, answers were sought for the following questions "compliance with the rules of the clinic/polyclinic, communication, problems with the companions of health tourists, payments, appointments, cultural differences, demographic variables and building trust".

Interviews lasting an average of 16 minutes were conducted in the clinics/polyclinics of the physicians. After the interviews ended, the voice recordings were transferred to the computer and transcribed using Microsoft Word. In addition to the audio recordings, short notes taken during the interview were also added to the Microsoft Word file created. Finally, the data were subjected to descriptive analysis in order to bring them together with the reader in an organized and interpreted way.

Findings and discussion

In the study, 2 of the participants were female and 4 were male. 3 of them are dentists, 2 of them are medical aesthetic physicians and the last one is a general surgeon. During the interview, only 1 of the physicians stated that they did not have any problems regarding compliance with the rules of the clinic/polyclinic, 3 of them said that the health tourists did not comply with the rules about the companion, 2 of them did not obey the mandatory mask rule during the Covid-19 process and 2 of them exhibited frivolous attitudes in the clinic/polyclinic. Within the scope of the problems experienced in communication, 2 of the physicians stated that they did not have problems with health tourists while 4 of them stated that they had problems in communication because they were providing services in markets where different languages were spoken.

In terms of communication with the companions of health tourists, only 2 of the physicians did not have any problems, 3 of them said that the relatives of health tourists came to the clinic/polyclinic in large numbers and disturbed the order, 2 of them made insensible comments about the procedure during the treatment process, 1 of them stated that conservative companions were discriminative about gender. Regarding delays or setbacks about payments in return for health services, 2 of the physicians stated that there was no delay or setback, 2 of them said that it was rare and 2 of them directly encountered this problem. In terms of health tourists being loyal to their appointments, 1 of the physicians stated that they did not have any problems, 4 of them stated that cultures were effective and 1 of them stated that it changed according to their upbringing.

Regarding the differences in the problems experienced by health tourists according to their cultures, 2 of the physicians stated that the culture had no effect while 4 of them stated that it had. Regarding the differences in the problems experienced by health tourists according to the demographic variables, 2 of the physicians stated that there was no difference, 2 of them stated that the problems experienced differed according to the gender, 1 of the income and 1 of the age variables. Within the context of the problems experienced in providing trust to the health tourists served, all the physicians stated that they had problems. 3 of the physicians stated that insecurity occurs due to the internet and 3 of them stated that insecurity occurs due to different reasons.

In this study, it was determined that there were problems between physicians and the relatives of health tourists, and Ertaş and Kırac (2018), Kahana and Kahana (2003) also found similar results in their research. Bower et al. (2014), Cawcutt and Wilson (2016), there are delays and setbacks in the payments of health tourists. A similar result was obtained as a result of this research. Martin (2006) found in his research that health tourists are late for their appointments, as stated in this research. Bower et al. (2014) and Tontus (2020) stated that the problems experienced by health tourists differ according to their cultures, as stated in this study. Akabayashi et al. (1999) and Kahana and Kahana (2003) mentioned a similar result as this study and stated that the problems experienced by physicians differ depending on the demographic variables of health tourists. Kodish et al. (1997) and Fiscella et al. (2004) found that physicians had problems in building trust to health tourists. In this study, it was determined that all physicians had problems in building trust.

Results and recommendations

It is seen in many studies in the literature and in this research that the relations between physicians and health tourists operate negatively due to different problems. Identifying and solving these problems is of great importance in providing quality health services.

Suggestions developed according to the findings obtained as a result of the analysis of the data in the research are given below; Health tourists should be informed orally and written of the clinic/polyclinic rules before the appointment date. Health tourists are late for their appointments for various reasons. In order to avoid such situations, tourists should contact the physician directly about the issue, and the physicians should confirm the appointment several times a day. A clinic/polyclinic infrastructure should be established for the countries where health care is provided. If healthcare services are provided to countries that speak different languages, physicians, assistants, desk personnel and translators should be able to communicate comfortably with health tourists. In order to avoid situations (fraud, etc.) that may harm Turkey's medical tourism image, online platforms related to medical tourism should be inspected by the relevant units. Considering that receiving health care in a different country is a troublesome process by most individuals, physicians should not forget that they should empathize with health tourists and behave accordingly and more sensitively.

Giriş

Bireylerin yüksek kalitede, uygun fiyatta ve daha hızlı bir şekilde sağlık tedavisi alabilmek için gerçekleştirdikleri planlı seyahatler olan medikal turizm, geleneksel turizme kıyasla daha fazla turist harcaması ve daha uzun kalış süresi özelliğine sahiptir. Geçmiş dönemlerde medikal turizm sadece ünlüler veya yurt dışında tedavi olmak isteyen hastalar için var olan bir pazardı ve genellikle mahremiyet nedeniyle, sağlık turistleri farklı ülkelerde tedavi olmayı tercih etmekteydi. 21. yüzyılda, medikal turizm, hızlı bir şekilde yükselişe geçmiş, destinasyonlar ve sağlık turistleri, bu konuda birçok fayda elde etmiştir. Medikal turizmin destinasyonlara sağladığı faydalardan en önemlisi gayri safi yurtiçi hasıla payına olan katkısıdır. Diğer faydalar arasında, ödemeler dengesine katkı, döviz yaratma ve turizmi canlandırma bulunmaktadır (De Arellano, 2007). Bu bağlamda, medikal turizmin ekonomik kazanç sağlamak isteyen ülkeler için büyük bir önem taşıdığı ifade edilebilir. Türkiye’de sunduğu kaliteli sağlık hizmeti ve geleneksel turizm faaliyetleri açısından taşıdığı yüksek potansiyel ile bu destinasyonlar arasında yer almaktadır. Türkiye’de medikal turizm kapsamında başarılı çalışmalar yapılmasına ve tıbbi tedavi amacıyla gelen turist sayısında her geçen yıl daha fazla artış yaşanmasına rağmen halen hak ettiği konumda değildir. Ülkenin medikal turizm bakımından güçlü potansiyele sahip olmasına karşın bu alandaki rakiplerine göre zayıf kalması, sorun yaşadığı konuları en iyi şekilde belirlemesi ve yönetmesini gerektirmektedir. Medikal turizmin gelişimi açısından ele alınması gereken en önemli konulardan biri de hekim ile sağlık turisti arasındaki ilişkidir. Farklı ülkelerden gelen turistlerin davranışları ve beklentilerinin de farklılaşması, tedavi hizmeti veren hekimlerin birtakım sorunlar yaşamasına yol açabilmektedir. Bu sorunların tespit edilmesi ve çözümü konusunda gerekli önlemlerin alınması hem hekimlerin hem de sağlık hizmeti alan turistlerin memnuniyeti açısından oldukça önemlidir.

Bu araştırmanın amacı, medikal turizm kapsamında hizmet veren hekimlerin, sağlık turistleri ile ilgili yaşadıkları sorunları tespit etmek, sorunlar doğrultusunda hekimlere, sağlık turistlerine ve ilgili birimlere öneriler sunmaktır. Araştırmanın özgünlüğü noktasında, ulaşılabilen alanyazında, bu tür bir araştırmaya rastlanılmamış olması nedeniyle, araştırmanın ilgili alanyazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Çalışmada öncelikle medikal turizm, medikal turizm kapsamında hekim- sağlık turisti arasında yaşanabilecek sorunlar ve Türkiye’de medikal turizm ele alınmakta ve hekimlerin sağlık turistleri ile yaşadıkları sorunların belirlenmesi üzerine yapılan araştırmanın sonuçlarına ve önerilerine yer verilmektedir.

Literatür taraması

Kavramsal çerçeve başlığı altında medikal turizm, Türkiye’de medikal turizm ve hekimlerin yaşadıkları sorunlar ele alınmıştır.

Medikal turizm ve Türkiye’de medikal turizm

Turizm kavramı, bireylerin tatil ve dinlenme amacıyla yer değiştirmelerinden doğan sosyo-ekonomik bir olay olarak tanımlanmaktadır (Hacıoğlu, 2013). Sağlık ise, Dünya Sağlık Örgütü tarafından, “sadece hastalık ve sakatlığın olmaması değil, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden tam bir iyilik hali” olarak tanımlanmaktadır (WHO, 2022). Sağlık turizmi, insanların planlı seyahat faaliyetleri ile ikamet ettikleri yerlerin dışında konaklayarak, tedavi olmayı amaçladıkları alternatif turizm türüdür (Aydın, 2012). Sağlık turizmi, medikal turizm, termal turizm, ileri yaş ve engelli turizmi şeklinde sınıflandırılmaktadır (Özkan, 2019). Medikal turizm; tıbbi, cerrahi veya diş hekimliğinin kapsadığı tedavi uygulamaları amacıyla deniz aşırı ülkelere, genellikle uzun mesafeler kat ederek aynı zamanda geleneksel anlamda turizm faaliyetlerinde bulunan kişilerin gerçekleştirdiği niş bir pazarı oluşturmaktadır (Harahsheh, 2002: 23-24; Connell, 2006). Tanımdan da anlaşılacağı üzere, medikal turizm için sağlık turizminin diğer türlerinden farklı olarak, hekim, sağlık çalışanı, hastane ve klinik gibi tedavinin yapılacağı donanım ile ilgili kaynaklar gereklidir (Zengingönül vd., 2012).

Özellikle gelişmiş dünya ülkelerindeki yüksek tedavi maliyetleri (Terry, 2006), uzun bekleme süresi, destinasyonların yeni teknoloji ve tıbbi becerilerinin yanı sıra (Turner, 2007: 304), uluslararası hava yolculuğunun göreceli olarak düşük maliyetli olması, uygun ekonomik döviz kurları ve internet

pazarlamacılığı gibi unsurlar, medikal turizmin tüm dünyada hızlı bir şekilde gelişim göstermesine katkı sağlamaktadır (Connell, 2006; Mirrer-Singer, 2007). The Sydney Morning Herald (2005: 27), burun ameliyatı, yağ aldırma ameliyatı, meme büyütme veya küçültme, lasik lazer göz ameliyatı veya basit olarak dövme sildirme işlemleri gibi hizmetleri içeren yeni taleplerin dünya çapında artış gösterdiğini ifade etmektedir.

Dünyada, özellikle 21. yüzyılın başlarından itibaren her geçen gün daha hızlı bir şekilde gelişim gösteren medikal turizm pazarı, Türkiye için de büyük bir önem taşımaktadır. Öyle ki, 2021 yılında Türkiye’de 642.444 kişi sağlık hizmeti almış ve 1.048.549 milyon ABD doları tutarında gelir elde edilmiştir. Türkiye’de sağlık turistlerinin tercih ettiği klinik branşlar, kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ve kulak-burun-boğaz şeklinde sıralanmaktadır (USHAŞ, 2022). Görüldüğü üzere, sunulan sağlık hizmetlerinin çeşitliliği, kaliteli olarak algılanması (Zengingönül vd., 2012; Üstün ve Uslu, 2022), diğer ülkelere göre daha ekonomik olması (Sezgin, 2021), JCI ile akredite olmuş 50 adet sağlık kuruluşu ile bu alanda dünyada 2. sırada olması, hastanelerde üst düzey teknoloji ve insan gücü alt yapısının var olması, hekimlerin donanımlarının yeterliliği ve geleneksel turizm faaliyetleri için büyük önem arz eden coğrafi konum, doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerin Türkiye’de mevcut olması, ülkenin medikal turizmde ön plana çıkmasını sağlayan önemli avantajlardır (Zengingönül vd., 2012; Üstün ve Uslu, 2022).

Medikal turizm destinasyonlarının tercih edilmesinde, turistik aktivitelerin yanında verilen sağlık hizmetlerinin kalitesi de büyük bir önem taşımaktadır (Garman vd., 2009; Bristow vd., 2011; Gan ve Frederick, 2011: 114; Ataman vd., 2017: 39; Qolipour, 2018: 108; Al-Bdairi vd. 2020: 723; Çam ve Çılgınoğlu, 2021: 129; Üstün ve Uslu, 2022: 351). Thomas (2010)’ a göre sağlık turistleri, turistik deneyimin, tedavi kısmını, geleneksel turizm faaliyetleri kadar önemli görmektedir. Tay (2003)’ a göre, sağlık turistleri daha kaliteli bir sağlık hizmeti elde etmek için daha yüksek seyahat maliyetleri ödemektedir. Sağlık turistleri tarafından algılanan hizmet kalitesinin artış göstermesi, sağlık turistlerinin memnuniyet düzeyinin yükselmesine, sonuç olarak medikal turizm destinasyonunun sadece sağlık hizmetlerini almak için değil tatil amacıyla da tekrar tercih edilmesine katkı sağlamaktadır. Medikal turizm kapsamında gelen turistlerin, algıladıkları hizmet kalitesinin üst düzeyde olması için ağızdan ağıza iletişim kurmaları büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü bu iletişim şekli, memnuniyetin sağlık turistleri arasında yayılmasına olanak sağlayabilmektedir (Öz ve Uyar, 2014).

Kaliteli sağlık hizmetinin en önemli unsurlarından biri, hekim-sağlık turisti ilişkisidir (Gülmez ve Kitapçı, 2008: 9; Aydın, 2016: 81). Sağlık turistlerinin verilen hizmeti kaliteli algılamaları ve memnuniyet duymaları için hekim-sağlık turisti ilişkisinde yaşanan problemlerin tespit edilip çözülmesi son derece önemlidir. Ayrıca Al-Amin vd. (2011: 208)’ e göre, sağlık turistleri, tedavi olacakları sağlık kuruluşunu %73 oranında, hekimler tarafından sunulan kaliteli hizmete göre tercih etmektedir.

Turistlere sağlık hizmeti sunmak, bazı hekimler için macera, bazıları için ise hayal kırıklığının kaynağı olabilmektedir. Bir çevirmen aracılığıyla çalışmak ve kültürlerarası sorunlar ile baş etmek ise, birçok hekim için zaman alıcı ve zorlu bir uğraştır (Martin, 2006). Schouten vd. (2007) kültür ve etnik kökenin, çoğu zaman etkili hekim-hasta/hasta yakını ilişkisinin kurulmasında engelleyici bir rol oynadığını ifade etmektedir. Osuna vd. (1998), Martin (2006) ve Fadiman (2016) bu konuda, taraflar arasında yaşanacak sorunların önüne geçilebilmesi için hekimlerin, sağlık turistlerinin kültürel özellikleri hakkında bilgi sahibi olması gerektiğini ifade etmektedir. Bu gerekliliğin yerine getirilmesi, sağlık hizmeti sürecini olumlu yönde etkilemekte, hekimlerin sağlık turistlerinin davranışlarını anlayabilmelerine olanak sağlamaktadır (Bolsoy ve Sevil, 2006). Hastaların kültürleri konusunda tıp biliminin babası olarak adlandırılan Sir William Osler’ in görüşü “Ne tür bir hastanın hastalığı olduğunu bilmek, bir hastanın ne tür bir hastalığı olduğunu bilmekten çok daha önemlidir” şeklindedir (Ligenza, 2015). Bu görüşten de anlaşılacağı üzere, (Martin, 2006; Fadiman, 2016) kültürel farklılıkların hekimler tarafından anlaşılabilmesi büyük bir önem taşımaktadır. Bu anlayış, sağlık turistlerinin, verilen sağlık hizmetini kaliteli olarak algılamalarını mümkün kılmaktadır.

Hekimler ile sağlık turistleri arasındaki bir diğer sorun ise, istenilen şekilde iletişim kurulamamasından kaynaklanmaktadır (Bower vd., 2014; Cawcutt ve Wilson, 2016, İldiz, 2019; Çam ve Çılgınoğlu, 2021;

Kurar ve Baltacı, 2021). Hekim ile hasta/hasta yakını arasındaki etkin iletişim süreci, tedavi sürecinin daha sağlıklı işleyişine olanak sağlamakta (Reiser, 1978: 96), çatışma ve gerilimin önüne geçmektedir (Okay, 2012: 16-17). Hastaların sağlık hizmetini kalitesiz olarak algılaması ve sonucundaki memnuniyetsizlik, çoğunlukla hekim-hasta/hasta yakını arasındaki ilişkinin etkin bir şekilde işleyiş göstermemesinden kaynaklanmaktadır (Ha ve Longnecker, 2010: 38). Hastaların tedavi hizmetine yanıt verebilmesinde, iletişim kadar demografik yapı da büyük bir önem taşımaktadır (Kahana ve Kahana, 2003). Hastanın yaşı, cinsiyeti, inancı, ailesi ile ilişkisi, yaşam biçimi, tercihleri, sosyal statüsü ve geçmiş deneyimleri, hekim ve hasta ilişkisinde etkili unsurlar arasında yer almaktadır (Akabayashi vd., 1999).

Hekim ve hasta arasında güvensizlik, dikkat çeken konulardan bir diğeridir. Hastanın hekime güvenmesi, hasta-hekim ilişkisinin temelini oluşturmakta, hekime güvenen hasta, tedavisi için hekim ile iş birliği halinde olmaktadır (Atıcı, 2007). Hastaların hekimler ile güven ilişkisi geliştirmeleri, tedaviden yarar sağlamalarına olanak tanımaktadır (Kodish vd. 1997; Cusack, 2000; Fiscella vd. 2004). Tedaviden sağlanan yarar ise hastanın memnuniyet düzeyini olumlu yönde etkilemektedir (Fiscella vd. 2004). Ayrıca, tedavi sonrasında ödemelerde gecikme veya aksaklıkların yaşanması (Bower vd., 2014; Cawcutt ve Wilson, 2016) ve zamana duyarlı olmayan turistlerin randevulara geç gelmesi (Martin, 2006) tespit edilen öncelikli sorunlardır.

Medikal turizm açısından önemli avantajlara sahip olan, sağlık turistlerine tedavi hizmeti ve geleneksel turizm faaliyetlerini en iyi şekilde sunabilen Türkiye, ancak zayıf ve sorunlu noktaların tespiti ve gerekli önlemlerin alınması ile hak ettiği konuma gelebilir (Çılgınoğlu, 2018). Ortadoğu ve Arap ülkelerinden yoğun talep gören Türkiye'yi (Kayhan, 2018), 2019 yılında sağlık turizmi amacıyla tercih eden ilk üç ülke, Irak, Azerbaycan ve Türkmenistan şeklinde sıralanmaktadır (Temizkan ve Temizkan, 2020; Üstün ve Uslu, 2022). Iraklı turistlerin medikal turizm destinasyonlarını tercih etmesinde, sağlık hizmetlerinin kalitesi büyük bir önem taşımaktadır (Qolipour vd. 2018: 108; Al-Bdairi vd. 2020: 723). Momeni vd. (2018)'ne göre Irak ve Azerbaycanlı turistlerin, medikal turizm destinasyonu tercihinde, hizmet kalitesi ilk sırada yer almaktadır. Arap turistler için memnuniyet ağızdan ağıza iletişim yoluyla çok hızlı yayılmakta ve bir destinasyonun tercihinde oldukça etkili olmaktadır (Çetin, 2019).

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşıldığı üzere, medikal turizmin gelişimi için hizmet kalitesini etkileyen önemli konulardan olan hekim-hasta arasındaki tüm sorunların tespit edilmesi ve sorunlara yönelik gerekli tedbirlerin alınması, ülkeler için büyük bir önem taşımaktadır.

İlgili araştırmalar

Martin (2006) çalışmasında, Amerika Birleşik Devletleri'nde medikal turizm kapsamında hizmet veren tıp merkezinden elde ettiği verileri analiz ederek, sağlık turistleri ile yaşanan zorlukları ve fırsatları tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, zamana duyarlı olmayan hastaların randevulara geç kalması ve hiç gelmemesi, hekim-sağlık turisti arasındaki iletişimi sağlayan çevirmenin iki dilin tıp terminolojisine hâkim olmaması, muhafazakar İslam toplumlarındaki bazı kadın turistlerin erkek hekimlere tedavi olmak istememesi, benmerkezci olmayan toplum üyelerinin tedavi kararlarını aile üyelerine danışarak alması sebebiyle süreci uzatması, hekimlerin sağlık turistlerinin kültürlerine hakim olmadığı durumlarda turistlerin davranışlarını ön görememeleri gibi zorluklar yaşandığı tespit edilmiştir.

Cawcutt ve Wilson (2016), medikal turizm kapsamında hizmet sunan Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tıp merkezlerinin bakım kalitesini ve sağlık turistlerinin tedavi deneyimlerini iyileştirmek amacıyla medikal turizmdeki zorlukları ve fırsatları tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, zorluklar arasında, kültürel farklılıklar, kurumsal zorluklar, iletişim güçlüğü, bilgi boşluklarından kaynaklanan zorluklar (tıbbi durumlar, ilaçlar ve tedavilerin farklı ülkelerde farklı isimlere sahip olması gibi), ödemeler ile ilgili zorluklar yer almaktadır. Fırsatlar arasında, gelişmiş tıbbi beceriler, kültürel yeterlilik düzeyinin artış göstermesi, kişisel memnuniyet ve kurumsal prestij yer almaktadır.

Kılınç (2017), Türkiye medikal turizm sektöründe hizmet kalitesini ve memnuniyeti tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada, medikal hizmet kalitesinin genel anlamda yeterli olduğunu tespit etmiş ancak ikincil verilere dayanarak, "sektörde çalışanların yeterliliklerinin güçlendirilmesi", "aracı

kuruluşların kapasitelerinin geliştirilmesi”, “iletişimde yaşanan sorunların giderilmesi” gibi rekabet gücünü artırmak amacıyla dikkat edilmesi gereken konulara vurgu yapmıştır.

Rokni vd. (2017) Güney Kore’de medikal turizmi geliştirmenin önündeki engellere potansiyel olarak yol açan etkili faktörleri belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, medikal turizmin önündeki en büyük engellerin, kültürler arası farklılıklardan kaynaklı sorunlar ve yabancı dil olduğu, sonrasında ise uzman hekim eksikliği, çalışanların tavrı gibi konuların diğer engeller arasında olduğu tespit edilmiştir. Öneri olarak ise kültürel eğitim için hükümet desteği, ilgili hekimlerin kültürel ve dilsel yeterliliklerini uluslararası ölçekte geliştirmeye teşvik etmek için ortak çaba gösterilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Ertaş ve Kıracı (2018), sağlık çalışanlarının bakış açısıyla, yabancı hastaların hastane tercih sebepleri ve yabancı hastalarla ilgili karşılaştıkları sorunları tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, sağlık çalışanlarının en çok sorun yaşadıkları noktanın hasta/hasta yakını ile iletişim ve hastayı hastaneye getiren aracı kuruluşlar ile olduğu belirlenmiştir.

İldiz (2019) Türkiye’deki sağlık turistleri ve turistlere hizmet veren sağlık çalışanlarının karşılaştığı sorunları tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, çalışanların sağlık hizmeti konusunda periyodik olarak eğitim almaması, sağlık turistleri ile iletişim-dil konusu, hizmet veren kurum ve anlaşmalı konaklama işletmesi arasındaki eşgüdüm eksikliği, aracı kurumların medikal hizmet veren kurumları oldukları gibi yansıtmadıklarını, tedavi ve bekleme sürelerinin normalden daha fazla sürmesi, kurumların turistik alanlara uzaklığı, tedavi süreci ve sağlık turistlerinin hizmet karşılığında ödediği miktarlarda bir standart olmaması gibi sorunların olduğunu tespit etmiştir.

Yöntem

Araştırma, İstanbul ilinde bulunan ve medikal turizm kapsamında sağlık hizmeti veren klinik/polikliniklerde gerçekleştirilmiştir. İstanbul ilinin tercih edilme nedeni, medikal turizmde merkezi konumda yer alması ve büyük bir potansiyele sahip olmasıdır (Aydın, 2012; Ergen ve Aydemir, 2020; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Türkiye’deki akredite olmuş 50 sağlık kuruluşundan 20 adedi bu ilde bulunmaktadır (Joint Commission International, 2022). İstanbul medikal turizm kapsamında ikili anlaşmalı ülkelerden gelen ve Sosyal Güvenlik Kurumu ile anlaşma kapsamında gelen hasta sayılarında 2011 (25.073 hasta) ve 2012 (61.309 hasta) yıllarında ilk sırada yer almaktadır. 2012 yılında uluslararası gelen hastaların en çok tercih ettiği ikinci ildir (Barca vd., 2012). 2017 yılında medikal turizm kapsamında Türkiye’ye gelen 412.724 hastadan 194.923’ü İstanbul’u tercih etmiştir. Aynı yıl listede ikinci sırada yer alan Antalya iline 55.264 hasta, Ankara’ya ise 41.463 hasta seyahat etmiştir (Sevim, 2019). Görüldüğü üzere İstanbul, sağlık turistlerinin Türkiye’de en çok tercih ettikleri illerin başında gelmektedir (Binler, 2015; USHAŞ, 2023).

Araştırmada, amaçsal (amaçlı) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilme nedeni, çalışmanın amacına bağlı olarak, bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanınmasıdır (Büyüköztürk, vd., 2020: 92).

Nitel araştırmalarda ideal örneklem büyüklüğü için esas olan, elde edilen bilgilerin doyuma ulaşmasıyla oluşan tekrarlanma döngüsüdür. Belirli bir noktadan sonra tüm yeni örneklem, geçmişteki örneklemelerden elde edilen verileri sunacaktır (Morgan ve Morgan, 2008: Akt: Baltacı, 2018). Bu tekrarlanma durumunda veri toplama aşaması durdurulmalı, örneklem büyüklüğü sabitlenmelidir (Onwuegbuzie ve Collins, 2007). Araştırmada sabitlenmesi gereken örneklem sayısı 6 olarak belirlenmiştir. Örnekleme oluşturan katılımcıların tercih edilme nedeni, İstanbul ilinde sahibi oldukları klinik/polikliniklerinde medikal turizm kapsamında sağlık turistlerine hizmet vermeleridir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme, en az iki kişi arasında sözlü olarak gerçekleştirilen bir iletişim sürecidir. Bu teknik, araştırma soruları çerçevesinde ilgili bireylerden belirli bir konuda veya bir soru hakkında derinlemesine bilgi sağlamaktadır. Görüşme yöntemlerinden biri olan yapılandırılmış görüşmelerde, araştırmacının belirli bir sırayla önceden hazırlanmış olduğu sorular bulunmaktadır. Bu yöntemin araştırmada tercih edilme

nedeni, verilerin hızlı bir şekilde toplanmasına, analiz edilmesine, ölçüm kolaylığına ve ardından araştırma kapsamı ile karşılaştırılmasına imkân tanınmasıdır (Büyüköztürk, vd., 2020: 158-159).

Araştırmada, Guba (1981) tarafından geliştirilen, Şener ve diğerlerinin (2017) çalışmasında “güvenirlilik ve geçerlik modeli” olarak ifade ettiği model kullanılmıştır. Güvenirlilik ve geçerlik modelinin içeriğini oluşturan, inanılabilirlik, güvenilebilirlik, onaylanabilirlik ve aktarılabilirlik koşullarının sağlanabilmesi için;

İnanılabilirliği artırmak için pek çok yöntem vardır. Bunlar uzun süreli etkileşim, katılımcı teyidi ve uzman incelemesidir (Holloway ve Wheeler, 1996). Uzun süreli etkileşimin amacı, görüşmeci ve katılımcı arasındaki ön yargıların kontrol edilmesidir. Bu doğrultuda klinik/polikliniklerde mesai saatleri içerisinde 5 gün boyunca zaman geçirilmiştir. Görüşmeler sona erdikten sonra katılımcılardan teyit almak amacıyla elde edilen veriler, katılımcılar ile paylaşılmış, konu hakkında eklemek veya çıkartmak istedikleri noktalar olup olmadığı sorulmuştur. Araştırma konusunda uzman olan bir kişinin araştırmayı derinlemesine incelemesi sağlanmıştır. Böylece farklı bir bakış açısıyla araştırmanın değerlendirilmesine imkân verilmiştir. Araştırmanın güvenilebilirliği için üçgenleme yöntemi (farklı kaynaklara dayalı kanıt) türlerinden biri olan veri kaynaklı üçgenleme tercih edilmiş, 6 katılımcının belirli bir konu hakkında yaptıkları tanımlar karşılaştırılıp kontrol gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın onaylanabilirlik kriterlerinin sağlanabilmesi amacı ile görüşme esnasında ses kayıt cihazı kullanılarak, kısa notlar alınmıştır. Elde edilen veriler betimsel olarak analiz edilmiş, araştırmanın bulgular başlığı altında sunulmuştur. Araştırmada kullanılan yöntem, araştırmanın hedef ve amaçları açık bir şekilde belirtilmiştir. Araştırmanın aktarılabilirliğini kanıtlamak için örneklem yöntemi, katılımcıların ve ortamın açıkça belirtilmesi gerekmektedir (Sharts-Hopko, 2002). Araştırmada, amaçsal (amaçlı) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örnekleme, medikal turizm kapsamında sağlık turistlerine hizmet veren klinik/poliklinik sahibi hekimler oluşturmaktadır. Görüşmelerin gerçekleştirildiği ortam, hekimlerin sahibi olduğu klinik/polikliniklerdir.

Görüşme formunda, hekimlerin sağlık turistleri ile yaşadıkları sorunları belirlemeyi amaçlayan sorulara yer verilmiştir. Hekimlerin sorunlarını saptamak amacıyla “klinik/poliklinik kurallarına uyum, iletişim, sağlık turistlerinin yakınları ile ilgili problemler, ödemeler, randevular, kültürel farklılıklar, demografik değişkenler ve güven sağlama” konularını içeren sorulara yanıt aranmıştır.

Görüşmelere başlanmadan önce, görüşme soruları ile ilgili problemlerin tespiti ve ortalama görüşme süresinin belirlenebilmesi için ön uygulama gerçekleştirilmiş, Balıkesir Üniversitesi 08.06.2022 tarihli ve 2022/03 sayılı toplantısında “Etik Kurul Onayı” alınmış ve görüşmelere başlanmıştır. Hekimlerin klinik/polikliniklerinde, ortalamaları 16 dakika süren görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sona erdikten sonra kaydedilen ses kayıtları bilgisayara aktarılmış, Microsoft Word programında yazıya geçirilmiştir. Ses kayıtlarına ek olarak görüşme esnasında alınan kısa notlar da oluşturulan Microsoft Word dosyasına eklenmiştir. Son olarak ise, veriler düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuyla buluşturulması amacı ile betimsel analize tabi tutulmuştur. Elde edilen görüşlerin çarpıcı bir şekilde aktarılabilmesi için bulgular başlığı altında doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Bulgular ve tartışma

Araştırmada kapsamında elde edilen verilerin analizi sonucunda sunulacak olan bulgulardan önce, katılımcılara ait birtakım bilgiler Tablo 1’de görülmektedir;

Tablo 1: Katılımcılara ait bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Alan	Mesleki Deneyim (Medikal Turizm Kapsamında)	Görüşme Süresi (Dakika)
Katılımcı 1	Erkek	Genel Cerrah	7	13:15
Katılımcı 2	Kadın	Diş Hekimi	5	16:29
Katılımcı 3	Erkek	Medikal Estetik Hekim	12	20:35
Katılımcı 4	Erkek	Diş Hekimi	4	10:25
Katılımcı 5	Erkek	Diş Hekimi	5	14:40
Katılımcı 6	Erkek	Medikal Estetik Hekim	9	15:02

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcılardan 2’si kadın 4’ü erkektir. Katılımcılardan 3’ü diş hekimi, 1’i genel cerrah, 2’si ise medikal estetik hekimdir. Katılımcıların medikal turizm kapsamında sağlık hizmeti deneyimi aritmetik ortalaması 7’dir. Görüşme süresinin aritmetik ortalaması ise 16’dır.

Klinik/poliklinik kurallarına uyum konusunda yaşanan sorunlar;

Görüşmede, hekimlerden yalnızca 1’i, klinik/poliklinik ortamında sorun yaşamadığını ifade etmiştir. Sorun yaşayan hekimlerden 3’ü, sağlık turistlerinin refakatçi konusundaki kurallara uyum sağlamadıklarını, 2’si Covid 19 sürecinde zorunlu maske kuralını önemsemedikleri, 2’si ise, klinik/poliklinik ortamında, ciddiyetsiz tavırlar sergilediklerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların 1.Soru’ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “Biz sağlık turistleri ile ilk defa klinikte görüşmüyoruz. Öncesinde klinik kuralları hastaya aktarılıyor, sonrasında hasta kliniğe geliyor. Bu sebeple herhangi bir şekilde kurallara uyum sağlama noktasında sorun yaşamıyoruz.” (Katılımcı 1)
- “...hasta kliniğe geldiğinde, Covid 19’dan dolayı tek başına ağırlamak istiyoruz. Fakat bu mümkün olmuyor. Hasta, yanında en az iki veya üç kişiyle geliyor... Bu yoğunluğa bir de hasta yakınları dahil olduğunda, bu hem diğer hastaları rahatsız ediyor hem de operasyon esnasında klinikteki hekimlerin odağını dağıtıyor. Uyarıları dikkate almadıkları zaman sorun yaşamıyor...” (Katılımcı 5)
- “...Ancak hastaların çoğu, sağlık hizmetini değil, hekimini, sağlık personelini hatta tümünden kliniği satın almış gibi bir davranış sergiliyor. Hasta tedavi ücretini (10 bin dolar) verdiği zaman, zannediyor ki herkes onun emrine amade oluyor...” (Katılımcı 6)
- “...Yurt dışındaki hekimlerin çok katı kuralları var, 10 dakika gecikersen almazlar ya da ertelerler. Burada hastalar daha çok tatile geliyormuş gibi olduğu için klinikte de tatildeymiş gibi davranıyor... Başka bir sorun, maske. Bazı ülkelerde maske takılmıyordu. Burada da takmıyorlardı.” (Katılımcı 3)

İletişim konusunda yaşanan sorunlar;

Görüşmede, hekimlerden 2’si, iletişim konusunda sağlık turistleri ile sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Sorun yaşamayan hekimler, hizmet ettiği sağlık turistlerinin İngiliz olduğunu ve yeterli düzeyde İngilizce konuşabildiklerini ifade etmişlerdir. Hekimlerden 4’ü ise farklı dil konuşan pazarlara hizmet vermeleri nedeniyle iletişimde sorunlar yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların 2.Soru’ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “Biz genelde İngiliz hastalarla çalışıyoruz. Benim ve asistanımın İngilizce düzeyi yeterli seviyede, diğer diller için de dil desteği aldığımız için iletişim konusunda herhangi bir sorun yaşamıyoruz.” (Katılımcı 1)
- “Fransız hastalarla iletişim sorunu yaşıyoruz. Ben çok az Fransızca konuşuyorum, az Almanca konuşuyorum, İngilizcem iyi. Fransız hastalar başka bir dili konuşmak istemiyor. Tercüman olmadığı durumlarda çok zorlanıyoruz... İletişim sıkıntısı yaşadığımız diğer bir konu, hastalar hekime işini öğretmeye çalışıyor... Özellikle Arap hastalarda oluyor bu.” (Katılımcı 3)
- “...Bazen İngilizce bilmeyen sağlık turistleri, kendi dili ile konuşmak istiyor, bizde bu konuda hastaya her zaman yardımcı olamıyoruz. Portekiz, İtalyan, İspanyol bir hasta kliniğimize

geldiğinde, her zaman tercüman bulamıyoruz. Böyle durumlarda neyse ki, birçok dili destekleyen bazı cep telefonu uygulamaları var...” (Katılımcı 4)

- “...Bu klinikte Arapça, İngilizce bilen hekimlerimiz var ama Fransızca, Almanca ve Rusça konusunda tercümanlardan destek alıyoruz. Burada da nasıl bir sıkıntı yaşanıyor, hekimin hastaya aktarmak istediği tedavi süreci tamamen aktarılamıyor. Hekimin hissiyatı burada çok önemli, hekimin hissiyatı hastaya geçtiği zaman kaliteli bir hizmet verilebilme şansı olur... Aradaki tercümanla bu kolay değil, ama iyi bir kadro oluşturursanız, geçmiş yıllarında sağlık kuruluşlarında çalışmış tercümanlarla çalışırsanız, bu konuda çok daha büyük bir adım atmış olursunuz...” (Katılımcı 5)

Sağlık turistlerinin yakınları ile iletişim konusunda yaşanan sorunlar;

Görüşmede, hekimlerden yalnızca 2’i, sağlık turistlerinin yakınları ile iletişim sorunu yaşamadığını ifade etmiştir. Sorun yaşayan hekimlerden 3’ü sağlık turisti yakınlarının klinik/polikliniğe kalabalık şekilde gelip, düzeni bozdukları, 2’si, tedavi sürecinde klinik/poliklinikte bulunan sağlık turisti yakınının işlem hakkında yorum yaptığı, 1’i ise muhafazakâr turistlerin cinsiyet konusunda seçici davrandıkları için iletişim sorunları yaşadıklarını ve çatışma ortamının doğduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların 3.Soru’ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “Özellikle kapalı hastalarımızda, içeride erkek asistan ya da erkek tercüman olduğu zaman sorun yaşıyoruz. Sonuçta bu da onların inanışlarının bir parçası ve biz de buna saygı duymak zorundayız... Hasta yakınları ile yaşadığım diğer bir problem ise, işimi bana öğretmeye çalışmaları... İğneyi ne şekilde yapmam gerektiğini öğrenenler oluyor, işlemi nasıl yapmam gerektiğini öğrenenler oluyor...” (Katılımcı 2)
- “Hasta yakınları bazen birtakım bilgi veya ön yargılara sahip olarak buraya geliyor. Tedavi süreci hakkında yorum yapabiliyor. Hastanın tedavi süreci ile ilgili biz yakınını ve hastanın kendisini ne kadar aydınlatmaya çalışsak da bazen sanırım algılamada birtakım problemler yaşandığından dolayı bu konu sorun oluşturabiliyor. Tabi burada kişinin eğitim seviyesi biraz daha yükseldikçe daha anlayışlı olabildiklerini görüyoruz.” (Katılımcı 4)
- “...Özellikle Ortadoğu’dan gelen hastalar, üç dört çocukla gelebiliyorlar. Kliniğin düzeni bozuluyor, hastaların huzuru kaçabiliyor. Bazen bunun karşılığında uyarı verdiğimiz zaman çok büyük tepkiler alabiliyoruz... Hasta yakınları tedavi sürecinde sanki biz bir yanlış yapacakmışız gibi başımızda duruyor. Siz doğru işlem yapsanız bile doğru mu yanlış mı bilmeden yorum yapmaya çalışıyor. Dolayısıyla size sorular sormaya çalışıyor ve bu da sizin hasta yakını ile aranızda bir çatışma durumunun oluşmasına neden oluyor.” (Katılımcı 5)
- “Tedavi sürecinde hasta yakınları klinikte bulduklarında ve kurallara uyum sağlamadıkları durumda uyarı yapıyoruz. Bazen bu uyarılara aşırı tepkiler veriyorlar ve çatışma ortamı oluşuyor...” (Katılımcı 6)

Sağlık turistlerinin sağlık hizmeti karşılığında ödemelerinde gecikme veya aksaklık konusunda yaşanan sorunlar;

Görüşmede, hekimlerden 2’si verdikleri sağlık hizmeti karşılığında ödemelerde gecikme veya aksaklık olmadığını ifade etmiştir. Sorun yaşayan hekimlerden 2’si sağlık turistlerinin küçük bir bölümünde bu tarz bir sorunlar karşılaştığını, 2’si ise, direkt olarak bu sorunla karşılaştığını ifade etmiştir.

Katılımcıların 4.Soru’ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “Sağlık turisti ile öncesinde para kısmında anlaşma yapıyoruz. Hasta gelirken her şeyi kabul etmiş bir şekilde geliyor. O yüzden ciddi bir sorun yaşamıyoruz. Ama sağlık turistlerinin %1, %2’si bazen “Daha az ödesem mi?”, “ben buraya kadar geldim ama üstümde bu kadar var”, “kredi kartlarım bloke oldu, fiyatta biraz yardımcı olur musunuz?” gibi diyaloga girebiliyorlar...” (Katılımcı 1)
- “Açıkçası bu konuda herhangi bir sorun yaşamıyoruz. Çünkü sağlık turistinden Türkiye’ye gelmeden önce ödemenin %50’sini, işlemden hemen önce ise diğer kalanını alıyoruz. Bu ödeme planı, bizi gecikme veya aksaklığa karşı korumuş oluyor...” (Katılımcı 6)
- “Çok nadir, %1 veya %2 yaşanıyor diyebilirim... Klinikler bu konuda, ödeme prosedürü geliştirdi. Ödemenin bir kısmını tedavi öncesinde, kalanı ise tedavi bitmeden hemen önce alınıyor. Hasta, tedaviden memnun kaldığı zaman, onay alınıyor ve muhasebeye yönlendiriliyor. Ancak bu %1 ve %2’lik kesim, kalan ödemeyi az vermek adına tedaviyi

beğenmediğini ifade edebiliyor...Yine bazen teknik sorunlardan dolayı ödemelerde problem olabiliyor. Örnek olarak hastanın banka kartı yurtdışı harcamalarına kapalı olabiliyor...” (Katılımcı 5)

- “Önce işlem anlatılır, ücret söylenir, onay verilirse ücret alınıp işlem yapılır.” (Katılımcı 4)

Sağlık turistlerinin randevularına sadık olmaları konusunda yaşanan sorunlar;

Görüşmede, hekimlerden 1’i sağlık turistlerinin randevularına sadık olmaları konusunda sorun yaşamadığını ifade etmiştir. Sorun yaşayan hekimlerden 4’ü randevularına sadık olma konusunda kültürlerin etkili olduğunu, 1’i ise sağlık turistinin yetiştiriliş tarzına göre değişim gösterdiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların 5.Soru’ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “...İngilizler de gayet dakik insanlar oldukları için bu konuda sorun yaşadığımı söyleyemem.” (Katılımcı 6)
- “...İngiliz hastalarda bunu hiç yaşamazsınız. Randevularına tam zamanında gelirler. Fransız hastalarda kısmen yaşarsınız. Eğer Fransız asıllı bir Fransız’sa sorun yaşamazsınız. Ama Cezayir asıllı bir Fransız’ın randevularına geç gelme olasılığı oldukça yüksektir. Bu birazda kişinin kültürüne göre değişiyor...” (Katılımcı 5)
- “...Büyütülüştür tarzını göre. Ben Ortadoğulu bir hastanın randevuya saatinde geldiğini de gördüm. Avrupalı bir hastanın randevusuna geç geldiğine de şahit oldum...” (Katılımcı 2)
- “Bazı hastalar 1-1 buçuk saat geç geliyor... Sabahtan randevusu olan hasta arıyor kliniği “ben öğleden sonra gelsem olur mu işim var” ya da “benim uçağım var Kapadokya’ya gitmem gerekiyor, erken çıkacağım”. Tatil havasıyla geldikleri için randevularına uyma sorunu yaşıyorlar...” (Katılımcı 3)

Sağlık turistlerinin kültürlerine göre yaşadığınız sorunlar farklılık gösteriyor mu?

Görüşmede, hekimlerden 2’si sağlık turistlerinin kültürlerine göre yaşadıkları sorunların farklılık göstermediğini ifade etmiştir. 4 hekim ise yaşanan sorunların kültürlere göre farklılık gösterdiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların 6.Soru’ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “Biz bu klinikte sağlık turistinin direkt transferini konaklama tesisine gerçekleştiriyoruz... Tesisten direkt kliniğe geliyor, tedavisini oluyor ve tekrar tesise dönüyor. Bu yüzden sağlık turistinin polemige gireceği kimse olmuyor.” (Katılımcı 1)
- “Fransız hasta olup çok saygılı hasta da oluyor, Fransız hasta olup tüm klinik düzenini bozmaya yeltenen hasta da oluyor. Kültürlere göre farklılık gösteriyor diyemem bu sebepten dolayı...” (Katılımcı 2)
- “Ortadoğulu hastalar gecikiyor, Avrupalı hastalar gecikmiyor... Ortadoğu’dan gelen hastalar, özellikle bayan hastaysa diyor ki “ben bayan hekim istiyorum”. Ya da eşi özellikle diyor ki “eşime erkek doktor temas etmesini istemiyorum”. Bu tercih meselesi, biz de saygı duyuyoruz... Ancak bazı zamanlar öyle bir durum oluyor ki o tedaviyi yapabilecek tek uzman, erkek olabiliyor. Bu gibi durumlarda biz hastaya açıklama yapıyoruz, “İslam dininde bunun bir mahsuru yoktur” gibi...” (Katılımcı 5)
- “...İranlı hastalar parasını verdiğinde her şeyin sahibi olduğunu düşünüyorlar. Genelde İranlı hastalara bir kere değil on kere aynı şeyi anlatıyorum. Çünkü her seferinde aynı soruyu farklı şekillerde sorup randevu saatini doldurmaya çalışıyorlar. Örnek olarak tedavi süresi 1 saat, ben o tedaviyi 45 dakikada tamamlıyorum. Tedavi bitirdikten sonra içeriği aynı olan farklı sorularla o 15 dakikayı doldurmaya çalışıyorlar... Arap hastalar dillerinin konuşulması konusunda çok talepkârlar. Kesinlikle farklı bir dili konuşmak istemiyorlar, hatta Arapça konuşmadığınızı öğrenince şaşırıyorlar... Avrupa’nın hastası gerçekten zor... Paranın ödenmesi sürecinde Cezayirli hastalar bazen çok fazla sorun çıkartıyor...” (Katılımcı 6)

Sağlık turistlerinin demografik değişkenlerine göre yaşadığınız sorunlar farklılık gösteriyor mu?

Görüşmede, hekimlerden 2’si sağlık turistlerinin demografik değişkenlere göre yaşadığı sorunların farklılık göstermediğini ifade etmiştir. Hekimlerden 2’si cinsiyet, 1’i gelir, 1’i de yaş değişkenine göre yaşanan sorunların farklılık gösterdiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların 7.Soru'ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “Kadınlar her zaman tedavi sürecinde daha problemlidir. Daha fazla canının yanacağını düşünen ve bu konuda önyargılı olan bireylerin daha çok kadın olduğunu görüyorum. Erkek hasta acıdan korksa da yansıtmadığı için daha kolay bir tedavi oluyor... Gelir durumu yüksek veya düşük olan Avrupalıların doğru orantıda tavır sergilediklerini görüyorum. Ancak Arap hastaların daha kaba ve anlayışsız davranışlar sergilediklerine birçok kez şahit olduğumu söyleyebilirim.” (Katılımcı 3)
- “...Genç hastalar, sağlıklarını görmezden gelip, estetiğe önem veriyorlar. Bu noktada, sağlıklarını tehdit edecek taleplerde bulunabiliyorlar...” (Katılımcı 5)
- “Hayır göstermiyor. Düşündüğümde, cinsiyet, yaş veya meslek durumları ile ilgili bir fark olduğunu söyleyemem...” (Katılımcı 1)
- “Tedavinin karar aşamasında erkek hastaların kadın hastalara göre daha fazla zorlandığını görüyorum... Kadın hastalar ise hızlı bir şekilde karar verip randevu oluşturup tedavi oluyorlar...” (Katılımcı 6)

Hizmet verdiğiniz sağlık turistlerine güven sağlama konusunda sorun yaşıyor musunuz?

Görüşmede, hekimlerin hepsi sağlık turistlerine güven sağlama konusunda sorun yaşadığını ifade etmiştir. Hekimlerden 3'ü internet sebebiyle güvensizliğin oluştuğunu, 3'ü ise farklı sebeplerden dolayı güvensizliğin oluştuğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların 8.Soru'ya verdikleri yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

- “Son zamanlarda online satış yapan siteler çoğaldı. Hastayı doktorla ya da klinikle buluşturuyorlar. O sitelerdeki olumsuz deneyim edinen hastaların güvensizlikleri, bize yansıyor...” (Katılımcı 1)
- “Hastalar hekime hiçbir zaman güvenmiyor ve her zaman şüpheli yaklaşıyorlar. Tedaviye gerçekten ihtiyacı olup olmadığını düşünüp bizlere şüpheyle yaklaşıyorlar...” (Katılımcı 3)
- “Güven sağlama konusunda sorun bence en çok internet sebebiyle yaşanıyor. İnternette çünkü çok farklı bilgiler olabiliyor. Çoğu zaman hastalar bizim sözümüze itibari etmek yerine, Google'a itibar ediyorlar...” (Katılımcı 4)
- “Güven konusunda şu şekilde bir sorun yaşıyoruz, hasta bir şekilde bir yerlerden bu internet olabilir, bir tanıdığı olabilir veya ülkesindeki bir hekim olabilir, bizim tedavi hakkında verdiğimiz bilgilerle aldığı diğer bilgilerin bir karşılaştırmasını yapıyor. Eğer bilgiler uyuşuyorsa problem yok. Ancak uyuşmuyorsa, bize güveni kayboluyor...” (Katılımcı 6)

Martin (2006) araştırmasında, hekim ile sağlık turistleri arasında, farklı sorunların yaşandığını tespit etmiştir. Alanyazındaki diğer araştırmaların sonuçları da (Okay, 2012: 16-17; Bower vd., 2014; Cawcutt ve Wilson, 2016; Kılınç, 2017; İldiz, 2019; Çam ve Çılgınoğlu, 2021; Kurar ve Baltacı, 2021) bu sonuç ile benzerlik taşımaktadır.

Bu araştırma sonucunda, hekimlerin klinik/poliklinik kuralları konusunda en sık karşılaştıkları sorunun, refakatçi sınırının aşılması olduğu, hekimler ile sağlık turistleri ve yakınları arasında, iletişim sorunları yaşandığı belirlenmiştir. Ertaş ve Kıracı (2018), Kahana ve Kahana (2003), Ha ve Longnecker (2010: 38) de araştırmalarında hekim-sağlık turisti/yakını ile sorunlar olduğunu tespit etmiştir. Bower vd. (2014), Cawcutt ve Wilson (2016)'a göre sağlık turistlerinin ödemelerinde gecikme ve aksaklık olmaktadır. Bu araştırma sonucunda da benzer bir sonuç elde edilmiştir. Martin (2006), zamana duyarlı olmayan sağlık turistlerinin randevularına geç kaldıklarını belirtmiştir. Bu araştırma sonucunda da randevular konusunda, yalnızca bir hekimin sorun yaşamadığı tespit edilmiştir. Bower vd. (2014), Martin (2006), Bolsoy ve Sevil, (2006), Schouten vd. (2007), Cawcutt ve Wilson (2016), Fadiman (2016), Rokni vd. (2017), Pentone (2020) ve Tontuş (2020) sağlık turistlerinin kültürlerine göre yaşanan sorunların farklılık gösterdiğini ifade etmiştir. Kültüre göre yaşanan sorunların farklılaşması noktasında bu araştırmada da benzer sonuçlar tespit edilmiştir. Akabayashi vd. (1999) ve Kahana ve Kahana (2003), bu araştırma ile benzer bir sonuca değinmiş, hekimlerin sağlık turistinin demografik değişkenlerine yaşadığı sorunların farklılaştığını ifade etmiştir. Atıcı (2007), Cusack (2000), Kodish vd. (1997) ve Fiscella vd. (2004), sağlık turistlerine güven sağlama konusunda hekimlerin sorun

yaşadıklarını tespit etmiştir. Bu araştırmada da güven sağlama konusunda ise, tüm hekimlerin sorun yaşadığı tespit edilmiştir.

Sonuç ve öneriler

Medikal turizm kapsamında hizmet veren klinik/polikliniklerde sunulan hizmetin kalitesi, destinasyonlar için hayati bir önem taşımaktadır. Çünkü sağlık turistlerinin sunulan hizmeti kaliteli olarak algılamaları, memnuniyet düzeyleri ile ilişkilidir. Bu noktada, destinasyonların geleneksel turizm faaliyetleri ile birlikte sağlık hizmetlerini de kaliteli olarak sunmaları büyük bir önem arz etmektedir. Sağlık hizmetlerinin kaliteli olarak algılanmasında, hekim ile sağlık turisti arasındaki ilişkinin sorunsuz bir şekilde işleyiş göstermesi gerekmektedir. Ancak alanyazındaki birçok çalışmada görülmektedir ki hekimler ile sağlık turistleri arasındaki ilişkiler farklı sorunlar sebebiyle olumsuz bir şekilde işleyiş göstermektedir.

Araştırmada verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda geliştirilen öneriler aşağıda yer almaktadır;

- Sağlık turistlerine klinik/poliklinik kuralları (maske takma zorunluluğu, belirli sayıda hasta yakınının klinik/poliklinik bulunması, işlem esnasında hekime müdahale edilmemesi, gürültü yapılmaması vb.) randevu tarihinden önce, sözlü ve yazılı bir şekilde bildirilmelidir.
- Sağlık turistleri, çeşitli nedenlerden dolayı (Uçuş, transfer, otel giriş veya çıkış saatlerinde değişiklik, trafik vb.) randevularına gecikmektedir. Bu gibi durumların yaşanmaması için, turistler konu hakkında direkt hekim ile iletişime geçmeli, hekimler ise gün içinde birkaç kez randevuyu teyit etmelidir.
- Sağlık hizmeti sunulan ülkelere yönelik klinik/poliklinik alt yapısı oluşturulmalıdır. Farklı dili konuşan ülkelere (Fransa, İngiltere, Rusya) sağlık hizmeti sunuluyor ise, hekim, asistan, banko personeli ve tercüman (tıbbi terminolojiye hâkim ve tecrübeli), sağlık turistleri ile rahat bir şekilde iletişim kurabiliyor olmalıdır.
- Farklı dillere çeviri yapabilen cep telefonu uygulamaları (translatium vb.) kullanılarak, iletişimde yaşanan özellikle kısa süreli aksaklıklar giderilebilir.
- Farklı kültürere göre yaşanan sorunların değişkenlik gösterdiği göz önüne alındığında, ilgili paydaşlar tarafından hekimlere ve çalışanlara (Banko personeli, şoför, tercüman vb.) yönelik kültürlerin tanıtımını kapsayan seminerler düzenlenmelidir.
- Tedavi esnasında sorun yaşamamak için, randevu öncesinde iletişim kurularak, sağlık turistlerinin istek ve beklentileri öğrenilmelidir. Örneğin muhafazakâr bir toplumun üyesine sağlık hizmeti veriliyorsa, tedavi esnasında asistan ve tercümanın cinsiyeti büyük önem taşımaktadır. İnançları gereği tercihte bulunabilirler.
- Klinik/Poliklinikler ödeme prosedürü geliştirmelidirler. Örnek olarak, ödemenin bir kısmını tedavi öncesinde, kalanı ise tedavi bitmeden hemen önce alınabilir.
- Türkiye'nin medikal turizm imajına zarar verebilecek durumların (dolandırıcılık vb.) yaşanmaması için. İlgili birimler tarafından medikal turizm ile ilgili çevrimiçi platformlar denetlenmelidir.
- Eğer tedavi sürecinde tercüman desteği alınıyor ise hekimler, sağlık turisti ile güven ortamını oluşturabilmek için, tercümanın tüm tedavi sürecini eksiksiz bir şekilde aktardığından emin olmalı, önemli noktalar teyit edilmelidir.
- Farklı bir ülkede sağlık hizmeti almanın çoğu birey tarafından sıkıntılı bir süreç olduğu düşünüldüğünde, hekimler, sağlık turistleri ile empati kurmalı ve daha hassas davranması gerektiğini unutmamalıdır.

Kaynakça

- Akabayashi, A., Fetters, M.D. & Elwyn, T.S. (1999). Family consent, communication, and advance directives for cancer disclosure: A Japanese case and discussion. *Journal of Medical Ethics*, 25(4), 296-301.
- Al-Amin, M., Makarem, S.C. & Pradhan, R. (2011). Hospital ability to attract international patients: A conceptual framework. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 5(3), 205-221.

- Al-Bdairi, A.T.H., Awdaa, A.A. & Ghaffari, M. (2020). Factors that affect medical tourism and selecting of mashhad as a tourist destination by the Iraqi tourists. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(12), 719-732.
- Arunanondchai, J. & Fink, C. (2006). Trade in health services in the ASEAN region. *Health Promotion International*, 21(suppl_1), 59-66.
- Ataman, H., Esen, M.F. ve Vatan, A. (2017). Medikal turizm kapsamında sunulan sağlık hizmetlerinde kalite ve hasta güvenliği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(1), 28-44.
- Atıcı, E. (2007). Hasta-hekim ilişkisini etkileyen unsurlar. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 33(2), 91-96.
- Aydın, N. (2016). Sağlık işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi ve hasta memnuniyeti (bir devlet hastanesinde araştırma). *Reforma*, 4(72), 73-82.
- Aydın, O. (2012). Türkiye’de alternatif bir turizm: Sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 91-96.
- Barca, M., Akdeve, E. ve Balay, Gedik, İ. (2012). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2012*. 29.03.2023 tarihinde <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR,1134/turkiye-medikal-turizmi-degerlendirme-raporu-2012-yayinlandi.html> adresinden erişildi.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Berkowitz, E.N. & Flexner, W. (1980). The market for health services: Is there a non-traditional consumer? *Journal of health care marketing*, 1(1), 25-34.
- Binler, A. (2015). Türkiye’nin Medikal turizm açısından değerlendirilmesi ve politika önerileri, Uzmanlık Tezi. 28.03.2023 tarihinde <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Turkiyenin-Medikal-Turizm-Acisindan-Değerlendirilmesi-ve-Politika-Onerileri-Aysel-Binler.pdf> adresinden erişildi.
- Bolsoy, N. ve Sevil, Ü. (2006). Sağlık-hastalık ve kültür etkileşimi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(3), 78-87.
- Bower, L.C., Johnson, T.J., Hohmann, S.F., Garman, A.N., Allen, M., & Meurer, S.J. (2014). An evaluation of international patient length of stay. *International Journal of Healthcare Management*, 7(3), 200-205.
- Bristow, R.S., Yang, W.T. & Lu, M.T. (2011). Sustainable medical tourism in Costa Rica. *Tourism Review*. 66 (1/2), 107-117.
- Burkett, L. (2007). Medical tourism: Concerns, benefits, and the American legal perspective. *The Journal of Legal Medicine*, 28(2), 223-245.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi, 158-159.
- Cawcutt, K.A. & Wilson, J.W. (2016). Benefits and challenges of caring for international patients. *Cleve Clin J Med*, 83(11), 794-800.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism management*, 27(6), 1093-1100.
- Cusack, D.A. (2000). Ireland: Breakdown of trust between doctor and patient. *The Lancet*, 356(9239), 1431-1432.
- Çam, O. ve Çilginoğlu, H. (2021). Sağlık turizmi kapsamında medikal turizmde öne çıkan sağlık uygulamaları. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 197-216.
- Çetin, E. (2019). *Orta Doğu misafirlerinin Bursa’daki konaklama işletmelerini tercih etmeye iten güdüler* [Yüksek lisans tezi], Bahçeşehir Üniversitesi.
- Çilginoğlu, H. (2018). Çalışanlar, yöneticiler ve uluslararası hastalar bağlamında Türk sağlık turizminin SWOT analizi ile sorunları ve çözüm önerilerinin tespiti. *Turkish Studies Educational Sciences*, 13(19), 501-512.
- De Arellano, A.B.R. (2007). Patients without borders: The emergence of medical tourism. *International Journal of Health Services*, 37(1), 193-198.
- Demirer, E.Ö. (2010). *Türkiye’de medikal turizm ve geliştirilmesi: örnek bir araştırma* [Yüksek lisans tezi], Balıkesir Üniversitesi.
- Ergen, F.D. ve Aydemir, B. (2020). Medikal turizm girişimciliği: İstanbul örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1607-1623.

- Ertaş, H. ve Kırac, F.Ç. (2018). Sağlık çalışanlarının medikal turizm faaliyetlerine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. *In 2nd International Social and Educational Sciences Symposium*, 650-653.
- Fadiman, A. (2016). *The spirit catches you and you fall down: A Hmong child, her American doctors, and the collision of two cultures*. Audible Studios on Brilliance.
- Fiscella, K., Meldrum, S., Franks, P., Shields, C.G., Duberstein, P., McDaniel, S.H., & Epstein, R.M. (2004). Patient trust: Is it related to patient-centered behavior of primary care physicians? *Medical Care*, 42(11), 1049-1055.
- Gan, L.L. & Frederick, J.R. (2011). Medical tourism facilitators: Patterns of service differentiation. *Journal of Vacation Marketing*, 17(3), 165-183.
- Garman, A. G., Milstein, A. & Anderson, M. (2009). *Medical travel*. Encyclopedia of health services research, Sage.
- Gülmez, M. ve Kitapçı, O. (2008). *Hastanelerde hasta tatmin düzeylerinin ölçüm: Karşılaştırmalı iki hastane örneği*, 109, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları.
- Ha, J.F. & Longnecker, N. (2010). Doctor-patient communication: A review. *Ochsner Journal*, 10(1), 38-43.
- Hacıoğlu, N. (2013). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü*, Nobel Akademik Yayıncılık.
- Harahsheh, S.S. (2002). *Curative tourism in Jordan and its potential development* [Thesis for MA], Bournemouth University.
- İldiz, T. (2019). *Türkiye’de medikal turizm kapsamında hizmet alan hastaların ve çalışanların karşılaştığı sorunlar: Özel bir sağlık kuruluşunda araştırma* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi.
- Join Commission International (2022) 25.03.2022 tarihinde [https://www.jointcommissioninternational.org/search/#q=istanbul&t=_Tab_All&sort=relevancy&f:_SitesOrganizations=\[Joint%20Commission%20International\]](https://www.jointcommissioninternational.org/search/#q=istanbul&t=_Tab_All&sort=relevancy&f:_SitesOrganizations=[Joint%20Commission%20International]) adresinden erişildi.
- Kahana, E. & Kahana, B. (2003). Patient proactivity enhancing doctor-patient-family communication in cancer prevention and care among the aged, *Patient Education and Counseling*, (50), 67-73.
- Kayhan, E. M. (2018). *Türkiye’ye sağlık turizmi kapsamında başvuran hastaların tercihlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Mendil Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Kılınç, İ. (2017). Türkiye medikal turizm sektöründe hizmet kalitesi ve memnuniyet üzerine bir alan araştırması, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(17), 130-143
- Kodish, E., Singe, P.A. & Siegler, M. (1997). *Ethical issues. Cancer: principles and practice of oncology*, Lippincott-Raven Publishers, 2973-2982.
- Kurar, İ. ve Baltacı, F. (2021). Medikal turizm potansiyeli üzerine nitel bir araştırma: Antalya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 176-199.
- Ligenza, D. (30.07.2015). “*Sir William Osler, the Father of Modern Medicine*” 25.03.2022 tarihinde <https://www.bartonassociates.com/blog/sir-william-osler-the-father-of-modern-medicine> adresinden erişildi.
- Martin, D.R. (2006). Challenges and opportunities in the care of international patients: Clinical and health services issues for academic medical centers. *Academic Medicine*, 81(2). 189-192.
- Mirrer-Singer, P. (2007). Medical malpractice overseas: The legal uncertainty surrounding medical tourism. *Law and Contemporary Problems*, 70(2), 211-232.
- Momeni, K., Janati, A., Imani, A. & Khodayari-Zarnaq, R. (2018). Barriers to the development of medical tourism in East Azerbaijan province, Iran: A qualitative study. *Tourism Management*, 69, 307-316.
- Morgan, D. L. & Morgan, R. K. (2008). *Single-case research methods for the behavioral and health sciences*. Sage publications.
- Okay, A. (2012). *Sağlık iletişimi*. Derin Yayınları.
- Onwuegbuzie, A. J. & Collins, K. M. (2007). A typology of mixed methods sampling designs, *Social Science Research. The Qualitative Report*, 12 (2), 281-316.
- Osuna, E., Pérez-Cárceles, M.D., Esteban, M.A., & Luna, A. (1998). The right to information for the terminally ill patient. *Journal of Medical Ethics*, 24(2), 106-109.
- Öz, M. ve Uyar, E. (2014). Sağlık hizmetleri pazarlamasında algılanan hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerinde ağızdan ağıza pazarlamanın etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma.

- Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(1), 123-132.
- Özkan, M.E. (2019). Sağlık turizmi kapsamında Türkiye'nin medikal turizm potansiyeline yönelik bir değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 50-64.
- Pentone, A. (2020). Socio-cultural and ethical aspects of clinical research in developed and developing countries: Different terms for different conditions. *J Clin Res Bioeth*, 10, 344.
- Qolipour, M., Torabipour, A., Khiavi, F.F. & Malehi, A.S. (2018). Assessing medical tourism services quality using SERVQUAL model: A patient's perspective. *Iranian Journal of Public Health*, 47(1), 103-110.
- Reiser, S. J. (1978). *Medicine and the Reign of Technology*. Cambridge University Press.
- Rokni, L., Avcı, T. & Park, S. H. (2017). Barriers of developing medical tourism in a destination: A case of South Korea. *Iranian journal of public health*, 46(7), 930.
- Schouten, B.C., Meeuwesen, L., Tromp, F. & Harmsen, H.A. (2007). Cultural diversity in patient participation: The influence of patients' characteristics and doctors' communicative behaviour. *Patient education and counseling*, 67 (1-2), 214-223.
- Sevim, E. (2019). *Medikal turizm ve stratejik analiz*. Atlas Akademik Basım Yayın Dağıtım.
- Sezgin, S. (2021). Türkiye'de sağlık turizminin uluslararası pazarlama temelinde incelenmesi. *Hitit Ekonomi ve Politika Dergisi*, 1(1), 31-53.
- Tay, A. (2003). Assessing competition in hospital care markets: The importance of accounting for quality differentiation. *RAND Journal of Economics*, 34(4), 786-814.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023), *İstanbul'da Turizm Çeşitleri, Sağlık Turizmi* 28.03.2023 tarihinde <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276237/saglik-turizmi.html> adresinden erişildi.
- Temizkan, S. P., ve Temizkan, R. (2020). Dünyada ve Türkiye'de medikal turizm kapsamında plastik ve estetik cerrahi uygulamaların hizmet pazarlaması karması perspektifinden değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 284-298.
- Terry, P.N. (2006). Under-regulated healthcare phenomena in a flat world: Medical tourism and outsourcing, *Western New England Law Review*, 29 (2), 421-74.
- The Sydney Morning Herald (29.10.2005) *A slice of the action*. 25.03.2022 <https://www.smh.com.au/national/a-slice-of-the-action-20051029-gdmcco.html> adresinden erişildi.
- Thomas, R. (2010). *Healthcare marketing in international perspective. Marketing health services*, (2nd ed.). Health Administration Press. 333-53.
- Tontuş, Ö.H. Dünyada Sağlık Turizmi, SATURK yayını. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10945/0/03pdf.pdf> (Erişim Tarihi: 01.05.2022).
- Turner, L. (2007). 'First world health care at third world prices': Globalization, bioethics and medical tourism. *BioSocieties*, 2(3), 303-325.
- Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. [USHAS] (2022). *Sağlık Turizmi Verileri* 25.03.2022 tarihinde <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/> adresinden erişildi.
- Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. [USHAS] (2023). *Sağlık Turizmi Verileri* 25.03.2023 tarihinde www.ushas.com.tr/saglik-turizmi.html adresinden erişildi.
- Üstün, U. ve Uslu, Y.D. (2022). Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilme nedenleri üzerine bir çalışma: Medikal turizm endeksi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 33, 344-353.
- World Health Organization [WHO] (2022). *Constitution* 25.03.2022 tarihinde <https://www.who.int/about/governance/constitution> adresinden erişildi.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D.E. ve Bingöl, P. (2012). Sağlık turizmi: İstanbul'a yönelik bir değerlendirme. *Ekonomistler Platformu Derneği*, İstanbul, 1-61.

Etik kurul onayı

Balıkesir Üniversitesi 08.06.2022 tarihli ve 2022/03 sayılı toplantısında "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu alanda, yapılan araştırmanın herhangi bir kurum, kişi veya kuruluş ile herhangi bir çıkar çatışmasına sebep olmadı.

Sorular

- 1.) Sağlık turistlerinin klinik/poliklinik kurallarına uyum sağlamaları konusunda sorun yaşıyor musunuz?
- 2.) Sağlık turisti ile iletişim sorunu yaşıyor musunuz?
- 3.) Sağlık turistinin yakını ile iletişim sorunu yaşıyor musunuz?
- 4.) Sağlık turistinin sağlık hizmeti karşılığında ödemelerinde gecikme veya aksaklık yaşanıyor mu?
- 5.) Sağlık turistlerinin randevularına sadık olmaları konusunda sorun yaşıyor musunuz?
- 6.) Sağlık turistlerinin kültürlerine göre yaşadığınız sorunlar farklılık gösteriyor mu?
- 7.) Sağlık turistlerinin demografik değişkenlerine göre yaşadığınız sorunlar farklılık gösteriyor mu?
- 8.) Hizmet verdiğiniz sağlık turistlerine güven sağlama konusunda sorun yaşıyor musunuz?

YAYIN KURALLARI VE POLİTİKASI

1. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından altı ayda bir (Haziran ve Aralık) yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergide, **Coğrafya, Eğitim Bilimleri** (Eğitim Programları ve Öğretim, Eğitim Yönetimi ve Teftişi, Okul Öncesi Eğitimi, Güzel Sanatlar Eğitimi, Sosyal Alanlar Eğitimi, Türkçe Eğitimi) **Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Görsel Sanatlar, İktisat, İşletme, Kamu Yönetimi, Maliye, Sosyoloji, Tarih, Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Türk Dili ve Edebiyatı, ve Yabancı Diller Ana Bilim Dalları'nın kapsamına giren konulardaki özgün ve nitelikli, araştırma makaleleri, kitap tanıtımı ve eleştirileri, örnek olay çalışmaları ve derleme çalışmaları yayımlanabilir.**

2. Dergimizin ana hedefi; bilimsel normlara ve bilim etiğine uygun, nitelikli ve özgün çalışmalarını titizlikle değerlendirerek, düzenli aralıklarla yayımlayan ve sosyal bilimler alanında tercih edilen öncelikli dergiler arasında yer almaktır.

3. Derginin yayıncısı, editörü ve yayın kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp **dergide yer alan makale ve yazıların sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.** Dergimiz belirtilmeyen diğer etik ilkeleri, editör, hakem ve yazar sorumlulukları için Committee on Publication Ethics (COPE) tarafından belirlenen/önerilen hususları kabul ve takip etmektedir.

4. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen çalışmalar öncelikle **şekil/yazım şartları ve benzerlik (intihal programı kullanılarak) bakımından** ön değerlendirmeye alınır. Ön değerlendirme şartlarını sağlamayan çalışmalar hakemlere gönderilmeden yazarlara iade edilir. Şartlara uygun olan çalışmalar, içerik açısından incelenmek üzere **en az iki hakeme gönderilir. Kör hakemlik süreci işletilerek makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, gönderilen makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmez.** Hakemlerden olumlu rapor alamayan makaleler yayımlanmaz; bu konuda idari ve adli sorumluluk kabul edilmez. Hakemler tarafından düzeltme istenen yazılar ise gerekli değişiklikler için yazar(lar)a geri gönderilir. Düzeltilmiş metni belirtilen süre içerisinde dergiye ulaştırmak yazar(lar)ın sorumluluğundadır. Eserin yayımlanmasına karar verilmesi durumunda yazarlar daha önce imzalayarak sisteme yükledikleri **Telif Hakkı Devir Formu**'nu Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'ne posta/kargo yolu ile göndermelidirler.

5 Dergide yayımlanacak olan eserler, **daha önce bir başka dergide yayımlanmamış, yayımlanmak üzere gönderilmemiş ya da yayım için kabul edilmemiş olmalıdır.** Herhangi bir bilimsel toplantıda sunulmuş ve yayımlanmamış yazılarda, toplantının adı, yeri ve tarihi telif hakkı devir formunda belirtilmelidir. Çalışmalar daha önce sunulmuş, bildiri olarak yayınlanmış veya tezden türetilmiş olsa **dahi orijinal eser ile benzerlik göstermemelidir.**

6. Yazar(lar) dergimize gönderilen makalenin kendilerine ait **orijinal bir çalışma olduğunu** ve **intihal yapmadıklarını**, çalışmada adı geçen yazarların bu çalışmaya **bireysel olarak katılmış olduklarını** ve bu çalışma için her türlü sorumluluğu aldıklarını, tüm yazarların gönderilen makalenin **son halini gördüklerini** ve **onayladıklarını**, makalenin başka bir yerde **basılmadığını veya basılmak için gönderilmediğini**, makalede bulunan metnin, şekillerin ve dökümanların diğer şahıslara ait olan **telif haklarını ihlal etmediğini kabul ve taahhüt ederler.**

7. Çalışma, editörlere Dergipark üzerinden elektronik ortamda sunulmalıdır. Makalenin elektronik ortamda gönderilebilmesi için, Dergipark sistemine üye olunmalı ve kullanıcı girişi yapılmalıdır. Kullanıcı girişi yapıldıktan sonra sağ menüde çıkan **"Makale Gönder"** bağlantısı kullanılarak makale sisteme kayıt edilir. Makale yazarlarının ORCID ID sahibi olmaları zorunludur. **Sisteme kaydedilecek çalışmaları dosyalarında yazar adları veya yazarları belirtecek herhangi bir bilgi (dipnot, ek, teşekkür vb.) bulunmamalıdır.** Yayımlanmak üzere gönderilen makaleler **ekler ve kaynakça dahil olmak üzere 25 sayfa geçmemelidir.**

8. Ulakbim TR DİZİN kararları doğrultusunda dergimize yüklenecek çalışmalarda etik kurul izni onay belgesi talep edilmektedir. Etik kurul izni ile ilgili detaylı bilgi dergimiz web sayfasında yer almaktadır.

9. Dergimiz yazarlardan veya okuyuculardan herhangi bir ücret talep **etmemektedir.**

10. Makaleler yalnızca ön değerlendirme aşamasında yazarlar tarafından geri çekilebilir.

11. Dergimiz sayı bazlı makale kabulü yapmamaktadır. Dergimize yükleyeceğiniz çalışmalar süreçlerinin olumlu tamamlanması halinde, yayın için kabul aldıkları tarihten sonra yayınlanacak ilk sayı için sıraya alınır.
12. Dergimize yüklenen çalışmaların değerlendirme süreci ortalama olarak 3-12 ay arasında sürmektedir.
13. Dergimizin tüm süreçleri Dergipark üzerinden yürütülmektedir. Detaylı bilgi için <https://dergipark.org.tr/tr/pub/baunsobed> adresi ziyaret edilmelidir.

YAZIM KURALLARI

1. Makale metni yazıldığı dilin yazım ve imla kurallarına uygun olarak hazırlanmalıdır.
2. Makale yazımında **sayfa boyutu A4** (20,99 x 29,7 cm) olarak seçilmeli ve sayfanın tüm (alt-üst-sağ-sol) kenarlarında **2,5 cm kenar boşluğu** bırakılmalıdır.
3. Makale dosyası belirtilen sayfa boyutu ve kenar boşluğu ile, ekler ve kaynakça dahil olmak üzere 25 sayfayı geçmemelidir.
4. Makale dosyasında yazar(lar)ın isimlerini belirtebilecek tüm bilgiler silinmelidir. Çalışma Microsoft Word ile hazırlanıyor ise, ilgili programın “yazar” ve “son değiştiren” bilgilerinde yer alan kullanıcı isimlerinin, yazar isimleri ile aynı olmamasına dikkat ediniz.
5. Makale dosyasının tamamında **Times New Roman yazı fontu** kullanılmalıdır.
6. Makalenin yazıldığı dildeki başlığı üstte kalmak üzere **başlıklar; 12 Punto, Times New Roman, Kalın, 1 Satır Aralığı, Yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, sayfa ortasına gelecek** şekilde yazılmalıdır.
7. **ÖZ ve ABSTRACT** : İki yana yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek yazılır. Makalenin özeti araştırmanın amacını, yöntemini ve elde edilen bulguları yansıtacak şekilde, en fazla 300 kelime olarak, Türkçe (makalenin diline göre Almanca veya Fransızca) ve İngilizce hazırlanmalıdır. Makalenin yazıldığı dilde hazırlanan özet/abstract üstte yer almalıdır.
8. **ANAHTAR KELİMELER:** Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek özet metinlerinden hemen sonra (paragraf boşluğu 0 nk) yazılmalıdır. En az 3, en fazla 5 kelimedenden oluşmalıdır.
9. **EXTENDED ABSTRACT:** En az 800 en fazla 1200 kelimedenden oluşan ve makalenin literatür, yöntem, bulgular ve sonuçlarından bahseden **genişletilmiş özet (extended abstract) bulunmalıdır.** Türkçe, İngilizce ve Fransızca makalelerde genişletilmiş özet **İngilizce**, İngilizce yazılmış makalelerde ise **Türkçe** olarak hazırlanmalıdır.
10. **ANA BAŞLIKLAR** : : Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, Kalın, Yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük olarak yazılmalıdır. Makale’de yer alacak ana başlıklar aşağıda belirtilen başlıklar ve sıralama ile verilmelidir. Başlıklarda numaralandırma **kullanılmamalıdır.**
 - **Öz – Abstract**
 - **Extended Abstract** (İngilizce dili dışında yazılmış tüm makalelerde)
 - **Giriş (Introduction)** :
 - **Literatür Taraması (Literature review),**
 - **Yöntem (Methodology),**
 - **Bulgular ve tartışma (Findings and discussion),**
 - **Sonuç ve öneriler (Results and recommendations)**
 - **Kaynakça (References)**
 - **Etik kurul onayı, Katkı oranı beyanı, Destek ve teşekkür beyanı (varsa), Çatışma beyanı**
11. **ALT BAŞLIKLAR** : Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, İtalik, Kalın, Yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, olarak yazılmalıdır.
12. **TABLO-ŞEKİL-GRAFİKLER:** Tablo, şekil veya grafikler sayfayı ortalamalı, açıklamaları ilgili ögenin **üzerine**, tablo/şekil/grafik kelimesi (Times New Roman, 11 Punto, Kalın) : Tablo başlığı (Times New Roman, 11 Punto, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük) şeklinde yazılmalıdır. Tablo / Çizelge içindeki veriler 9-11 punto arasında verilerin yoğunluğuna göre değiştirilebilir. Microsoft Word üzerinde hazırlanabilecek tüm tablo, grafik vb. mutlaka yazarlar tarafından oluşturulmalı, resim olarak herhangi bir grafik kopyalanmamalıdır. Tablo veya grafik için atıf-kaynak gösterilmesi gerekiyor ise ilgili şeklin **altına** 11 punto, Times New Roman ve sayfa ortasına gelecek şekilde yazılmalıdır.
13. Belirtilen alanlar dışında kalan **tüm makale metni** Times New Roman, 11 punto, tek satır aralığı ve iki yana yaslı olarak yazılmalıdır. Sayfa numaraları **bulunmamalıdır.**
14. **METİN İÇİ ATIFLAR VE KAYNAKÇA** aşağıda belirtilen kurallara göre düzenlenmelidir.
15. Belirtilen kurallara göre düzenlenmeyen makaleler incelemeye alınmadan doğrudan yazarlara iade edilecektir. Lütfen websitemizde yer alan örnek makale metnini inceleyiniz.

Temel Makale Şablonu (Örnek makale websitemizde ayrıca yer almaktadır)

Makale başlığı (Makalenin yazıldığı dildeki başlığı üstte yer almalıdır)

(Sayfa ortasına gelecek şekilde, 12 punto, times new roman, kalın, 1 satır aralığı, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük)

Makalenin İngilizce (İngilizce veya diğer dillerde yazıldı ise Türkçe) Başlığı

(Sayfa ortasına gelecek şekilde, 12 punto, times new roman, kalın, 1 satır aralığı, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük)

ÖZ: İki yana yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek yazılır. Makalenin özeti araştırmanın amacını, yöntemini ve elde edilen bulguları yansıtabilecek şekilde, en fazla 300 sözcük olarak, Türkçe ve İngilizce hazırlanmalıdır. **Makalenin dili Türkçe ise “ÖZ,” yabancı dilde ise “ABSTRACT” başa gelmelidir.**

Anahtar Kelimeler: Anahtar kelime 1, Anahtar kelime 2, Anahtar kelime 3 (Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı)

ABSTRACT: İki yana yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek yazılır.

Keywords: Keyword 1, Keyword 2, Keyword 3 (Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı)

Ana başlıklar

Ana başlıklar sola yaslı, 11 punto, kalın ve düz olmalı, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük olarak yazılmalıdır. Metin içindeki diğer bütün kısımlar, **11 punto ve tek satır aralıklı olarak**, biçimlendirme bozulmadan yazılmalıdır.

Alt başlıklar

Alt başlıklar, sola yaslı, 11 punto ve sözcüklerin yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük üzere kalın ve italik olarak yazılmalıdır.

Tablo, Çizelge, Şekil, Grafik Örnekleri

Tablo 1: Tablo / Grafik / Şekil başlıkları yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük olarak yazılmalıdır. (11 Punto, Times New Roman, Sayfa Ortasına Gelecek Şekilde)

		Xxxx	Yyyyy	Zzzz	Qqqq
Aaaaa	A1.	47	30.3	47	30.3
	A2.	60	38.7	60	38.7
	A3.	48	31.0	48	31.0
Bbbbb	B1.	150	96.8	150	96.8
	B2	5	3.2	5	3.2
Ccccc	C1	117	75.5	117	75.5
	C2	38	24.5	38	24.5
TOPLAM		155	100	155	100

*Tablo / Çizelge içindeki veriler 11 ile 9 punto arasında verilerin yoğunluğuna göre değişebilir.

(Kaynak kullanılmış ise 11 punto, Times New Roman ve sayfa ortasına gelecek şekilde yazılmalıdır.)

Kaynak Göstermedeki Genel Kurallar

- Kaynak göstermede kesinlikle **dipnot kullanılmamalıdır.**
- Metin içerisindeki **dolaylı alıntılara** atıfta bulunurken sayfa numaraları belirtmek yazar(lar)ın inisiyatifine bırakılmıştır. **Doğrudan alıntılarda** ise sayfa numarası belirtmek ve alıntıyı tırnak içerisinde belirtmek gerekmektedir.
- **Sayfa Numarası Gösterimi** : kullanılarak gerçekleştirilmelidir. (**Şahin, 2020: 150**)
- Aynı yazar veya tüzel kişinin aynı yıl içerisindeki eserlerine atıfta bulunurken (**Örn; Şahin, 2001a, Şahin, 2001b**) şeklinde bir yol izlenir.
- Birden çok kaynağa atıfta bulunurken **sıralama yayım yılına göre** yapılmalıdır. Örnek; (Sancak, 1991: 22; Hancı, 1998: 145; Engin, 2015: 254)

- Çok yazarlı yayınlarda ilk yazar soyadı (Kaplan vd., 1999), görülemeyen bir yayın kaynak gösteriliyorsa (Raglan, 1973, Ekici, 1988'den), sözlü kaynak kullanılıyorsa kaynak kişi bilgileri Adı, Soyadı, Görüşme Tarihi ve Yeri bilgilerini içermelidir.
- Yayın tarihi bulunamazsa en son telif hakkı (copyright) tarihi verilir. Tarih bilgisi hiç bir şekilde bulunamıyorsa "tarih yok" anlamına gelen "t.y." kısaltması kullanılır.
- Web kaynaklarına atıf yapılırken (balikesir.edu.tr, 01.05.2014) örneğinde olduğu gibi başında <http://www> kısmı olmadan ve erişim tarihi Gün, Ay, Yıl belirtilmelidir.

Kaynakçadaki Genel Kurallar

- Kaynaklar alfabetik sıraya göre sıralanmalı, aynı yazarın aynı yıl içerisindeki iki veya daha fazla kaynağı için 2000a, 2000b gibi gösterimler de yine alfabetik sıra ile verilmelidir.
- Yazar sayısı altıdan fazlaysa, ilk altı yazarın adları kaynakçada verilir, altıncı yazardan sonra "ve diğerleri" "v.d." ifadesi kullanılır.
- Kitapların künyeleri verilirken 1. Basım ise belirtmeye gerek yoktur. İkinci ve sonraki basımlar için "2. Bs." şeklinde kısaltma kullanılır.
- Yayına hazırlayan kişinin adından sonra hazırlayan(lar) yerine (Haz.), editör(ler) yerine ise (Ed.) kısaltması kullanılır.
- Dergi ve kitap adları kısaltılmadan eğik (italik) olarak yazılır.
- Bildiri kitapları kitap gibi, bildiri kitabından alınan bir bildiri de kitap bölümü gibi belirtilir.
- Tezlerde tezin adından sonra "yüksek lisans tezi", "doktora tezi" ya da "sanatta yeterlik tezi" ifadeleri kullanılır. Derecenin verildiği üniversitenin adı ve yeri belirtilir.
- Yasa ve yönetmeliklerde künye girişi yasanın adından yapılır. Yasanın adından sonra araç içinde yasanın kabul tarihi (sadece yıl olarak), künye sonunda ise yasanın yayınlandığı derginin tarihi (gün, ay, yıl olarak) belirtilir.
- Elektronik kaynaklarda temel bilgilerin yanı sıra erişim tarihi ve erişim adresi bilgileri de verilir.
- E-kaynaklarda son güncelleme tarihi yayın tarihi olarak alınır.
- Mektup, e-ileti, telefon görüşmesi gibi kişisel görüşmelerin kaynakçaya eklenmesi gerekmez, görüşmelere metin içinde gönderme yapılır.
- Türkçe yazılan makalelerde gerek metin içi atıflarda gerek ise kaynakçada "ve" kelimesi kullanılmalıdır. Diğer dillerde yazılan makalelerde ise "&" kullanılmalıdır.

KAYNAKÇA (11 Punto, Kalın, Times New Roman)

Kaynaklar APA 7 (American Psychological Association 7th edition) standartlarına uygun olarak verilmelidir. Kaynakça ve atıflar için bazı örnekler aşağıda verilmiştir. Örneği bulunmayan kullanımlarda APA 7 kuralları uygulanmalıdır. İlgili kurallara ulaşmak ve daha detaylı örnekler almak için <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples> adresini ziyaret edebilirsiniz.

KİTAP / E-KİTAP

- Elektronik kitaplar, basılı kitaplar gibi atıflandırılmalı ve kaynakçada gösterilmelidir. Diğer kitaplardan farklı olarak, var ise Doi veya erişim linki eklenmelidir.
- Kitaplarda yayınevinin bulunduğu lokasyon-şehir bilgisi kaynakçada yer almamalıdır.

Kitap - Tek Yazarlı

Kullanım: Soyad, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayınevi.

Örnek: Kurbanoğlu, S. S. (2004). *Kaynak gösterme el kitabı*. (2. Bs.). Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği.

Atıf: (Kurbanoğlu, 2004), Kurbanoğlu (2004).

Kitap - İki Yazarlı

Kullanım: Soyad, A. ve Soyad, B. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayınevi.

Örnek: Svendsen, S., ve Løber, L. (2020). *The big picture/Academic writing: The one-hour guide* (3rd digital ed.). Hans Reitzel Forlag. <https://thebigpicture-academicwriting.digi.hansreitzel.dk/>

Atıf: (Svendsen ve Løber, 2020), Svendsen ve Løber (2020).

Kitap - Çok Yazarlı

Kullanım: Soyad, A., Soyad, B., Soyad, C., Soyad, D., Soyad, E., Soyad, F. ve diğerleri. (Yayın Yılı). *Kitap adı*. (Basım). Yayınevi.

Örnek : Akman, Y., Ketenoğlu, O., Güney, K., Kurt, L. ve Tuğ, G. M. (2004). *Bitki ekolojisi*. Palme Yayıncılık.

Atıf : (Akman vd., 2004: 57)

Kitap – Tüzelkişi Yazarlığı

Kullanım: Tüzelkişi. (Yayın Yılı). *Kitap adı*. (Basım). Yayınevi.

Örnek: Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe sözlük* (10. bs.). Türk Dil Kurumu.

Atf: (Türk Dil Kurumu [TDK], 2005: 175) ikinci ve sonraki gösterimlerde sadece (TDK, 2005: ...) şeklinde gösterilir.

Kitap- Yazarı Olmayan

Kullanım: *Kitap adı*. (Yayın Yılı). Yayınevi.

Örnek: Redhouse *çağdaş Türkçe-İngilizce sözlüğü*. (1985). Redhouse.

Atf: (Redhouse, 1985: 32)

Kitap - Çeviri

Kullanım: Soyad, A. (Yayın Yılı). *Kitap adı* (A. Soyadı, Çev.). Yayınevi. (Kaynak yapıtın yayın yılı).

Örnek: Bloomberg, M. ve Evans, G. E. (1989). *Kütüphane teknisyenleri için teknik hizmetlere giriş* (N. Tuncerve, Çev.). Türk Kütüphaneciler Derneği. (Orijinali 1985'te yayımlanmıştır).

Atf: (Bloomberg ve Evans, 1985/1989: 182)

Kitap - Editörlü

Kullanım: Soyad, A. (Ed.) (Yayın Yılı). *Kitap adı*. Yayınevi.

Örnek: Şahin, B. (Ed.) (2020). *Uluslararası turizm ve seyahat endüstrisi*. Detay Yayıncılık.

Atf: (Şahin, 2020)

Kitap İçinde Yayın (Bölüm ya da Makale)

Kullanım: Soyad, A. (Yayın Yılı). Kitap bölümü başlığı. Editör A. Soyadı. (Ed.). *Kitap adı* içinde (Atf yapılan bölümün sayfa numaraları). Yayınevi.

Örnek: O'Neil, J. M., ve Egan, J. (1992). Men's and women's gender role journeys: Metaphor for healing, transition, and transformation. B. R. Wainrib (Ed.), GENDER ISSUES ACROSS THE LIFE CYCLE içinde (ss. 107-123) Springer.

Atf: (O'Neil ve Egan, 1992)

MAKALE

Bilimsel Dergi Makalesi –Tek Yazarlı

Kullanım: Yazar, A. (Yayın Yılı). Makale adı. *Dergi Adı*, cilt (sayı), sayfa numaraları. Doi/erişim adresi (varsa).

Örnek: Bayram, P. (2020). Sosyal medyada Suriyeli mülteci krizine ilişkin konum alımlar: Türkiye'deki politik gençlik üzerinden bir analiz. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(44), 1213-1251. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.699018>

Atf: (Bayram, 2020)

Bilimsel Dergi Makalesi –İki Yazarlı

Kullanım: Yazar, A. ve Yazar, B. (Yayın Yılı). Makale adı. *Dergi Adı*, cilt (sayı), sayfa numaraları. Doi/erişim adresi (varsa).

Örnek: Ceylan, C. ve Yavaş, H. (2020). What affects employee motivation at IT projects in Turkey? The impact of leader communication, wage satisfaction, and job opportunities at IT projects employee's. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(44), 1041-1067. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.693187>

Atf: (Ceylan ve Yavaş, 2020)

Bilimsel Dergi Makalesi – Çok Yazarlı

Kullanım: Soyad, A., Soyad, B., Soyad, C., Soyad, D., Soyad, E., Soyad, F. vd. (Yayın Yılı). Makale adı. *Dergi Adı*, cilt (sayı), sayfa numaraları. Doi/erişim adresi (varsa).

Örnek: Erkan, S., Tuğrul, B., Üstün, E., Akman, B., Şendoğdu, M., Kargı, E. vd. (2003). Okul öncesi öğretmenliği öğrencilerine ait Türkiye profil araştırması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 108-117.

Atf: (Erkan vd., 2003)

Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler – Yazarı Belli

Kullanım: Soyad, A. (Yıl, Gün Ay). Makale adı. *Dergi Adı*, cilt, sayfa numaraları. Doi/erişim adresi (varsa).

Örnek: Kenar, N. (2006, 10 Nisan). Kayıt dışı istihdam. *Popüler Yönetim*, 9, 44-47.

Atf: (Kenar, 2006)

Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler – Yazarı Yok

Kullanım: Makale adı. (Yıl, Gün Ay). *Dergi Adı*, cilt, sayfa numaraları.

Örnek: Yerel bilginin küreselleştirilmesi. (2006, 10 Nisan). *Focus*, 12, 14-17.

Atf: (Yerel bilginin küreselleştirilmesi, 2006)

Gazete Makalesi

Kullanım: Soyad, A. . (Yıl, Gün Ay). Makale adı. *Gazete Adı*, sayfa numarası(varsa). Doi/erişim adresi (varsa).

Örnek: Bayar, Y. (04 Nisan 2006). İnsanlık aptallaşıyor mu? *Hürriyet*. s. 14.

Örnek: Carey, B. (2019, March 22). Can we get better at forgetting? The New York Times. <https://www.nytimes.com/2019/03/22/health/memory-forgetting-psychology.html>

Atıf: (Bayar, 2006) (Carey, 2019)

BİLDİRİ

Bildiri – Bildiri Kitabında Yayımlanmış

Kullanım: Soyad, A., Soyad, B. (Yayın Yılı). Bildiri adı. A. Editör (Ed.). *Kitap Adı* (sayfa numaraları). Yayınevi.

Örnek: Uçak, N. (2005). Sosyal bilimlerde bilginin üretimi, erişimi ve kullanımı. O. Horata (Ed.). *Sosyal Bilimlerde Süreli Yayınlar ve Bilgi Teknolojileri Sempozyumu: Bildiriler* (92-103). Yeni Avrasya.

Atıf: (Uçak, 2005)

Bildiri – Bilimsel Dergide Yayımlanmış

Kullanım: Soyad, A., Soyad, B. (Yayın Yılı). Bildiri adı. *Dergi Adı* (sayfa numaraları). Doi/Erişim Linki

Örnek: Duckworth, A. L., Quirk, A., Gallop, R., Hoyle, R. H., Kelly, D. R., ve Matthews, M. D. (2019). Cognitive and noncognitive predictors of success. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 116(47), 23499–23504. <https://doi.org/10.1073/pnas.1910510116>

Atıf: (Duckworth vd., 2019)

Bildiri – Bildiri Sunumu (Yayımlanmamış)

Kullanım: Konuşmacı, A. (Yıl, Ay Gün-ler). *Bildiri adı [Bildiri sunumu]*. Toplantı Adı, Toplantı Yeri. Toplantı kaydı erişim linki (varsa)

Örnek: Tonta, Y. (2006, 01-03 Şubat). *Bilgi yönetiminde son gelişmeler: Amazoogole, işbirliği ve açık erişim [Bildiri sunumu]*. Akademik Bilişim, Gaziantep.

Atıf: (Tonta, 2006)

Bildiri – Bildiri Özeti

Kullanım: Soyad, A. (Yıl, Ay Gün-ler). *Bildiri adı [Bildiri özeti]*. Toplantı Adı, Toplantı Yeri. Erişim linki (varsa)

Örnek: Sarioğlan, M., Avcıkurt, C. ve Sezen, T.S. (2017, 03-05 Ekim). *Kültürel miras kapsamında düğün yemekleri: Balıkesir ili örneği [Bildiri özeti]*. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi, Marmaris, Muğla.

https://www.researchgate.net/publication/326146398_Kulturel_Miras_Kapsaminda_Dugun_Yemekleri_Balikesir_Ili_Ornegi

Atıf: (Sarioğlan vd., 2017)

DANIŞMA KAYNAKLARI, RAPOR VE TEZ

Danışma Kaynakları - Sözlük

Kullanım: Soyad, A. (Yayın Yılı). *Yapıt adı*. (Basım). Yayınevi.

Örnek: Altan, N. (2003). *Bilgisayar terimleri ansiklopedik sözlüğü* (3. bs.). Sistem Yayıncılık.

Atıf: (Altan, 2003)

Danışma Kaynakları - Ansiklopedi Maddesi

Kullanım: Soyad, A. (Yayın Yılı). Madde adı. *Yapıt Adı* (cilt, sayfa). Yayınevi.

Örnek: Ersoy, O. (1973). Kağıt ve kağıtçılık. *Türk Ansiklopedisi* (c. 21, s. 112-115). Milli Eğitim Bakanlığı.

Atıf: (Ersoy, 1973),

Rapor

Kullanım: Soyad, A. (Yayın Yılı). *Rapor adı* (Rapor No.). Yayımlayan/Hazırlayan Kuruluş. Erişim linki (varsa)

Örnek: Devlet Planlama Teşkilatı. (2004). *Devlet yardımlarını değerlendirme özel ihtisas komisyon raporu* (Rapor No: DPT: 2681). Devlet Planlama Teşkilatı. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/09_D%C4%B1%C5%9FEkonomik%C4%B0li%C5%9Fkiler.pdf

Atıf: (Devlet Planlama Teşkilatı[DPT], 2004) ikinci ve sonraki gösterimlerde kısaltma kullanılır.

Tez

Kullanım: Soyad, A. (Yayın Yılı). *Tez adı*. [Tezin Türü], Üniversite Adı. Erişim Linki (varsa)

Örnek: Zencir, M. B. (2007). *Güzel sanatlar alanındaki kullanıcıların bilgi gereksinimleri ve bilgi kullanım özellikleri: Hacettepe üniversitesi örneği*[Yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.

Atıf: (Zencir, 2007)

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

Elektronik Kaynak - Makale

Kullanım: Soyad, A. (Yayın yılı). Makale başlığı. *Dergi Adı*, cilt(sayı), sayfa numaraları. gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

Örnek: Tenopir, C. ve King, D. W. (2001) The use and value of scientific journals. *Serials*, 14(2), 113-120. 27 Mart 2010 tarihinde <http://uksg.metapress.com/media/> adresinden erişildi.

Atf: (Tenopri ve King, 2001: 116)

Elektronik Kaynak - Rapor

Kullanım: Soyad, A. (Ay yyyy). *Rapor Adı* (Rapor no). gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

Örnek: Devlet Planlama Teşkilatı. (Temmuz 2004). *E-dönüşüm Türkiye projesi kısa dönem eylem planı: değerlendirme raporu* (Rapor No: 2). 02 Nisan 2006 tarihinde <http://212.175.33.22/kdep/rapor/KDEPHaziran2004.pdf> adresinden erişildi.

Atf: (Devlet Planlama Teşkilatı[DPT], 2004) **ikinci ve sonraki gösterimlerde kısaltma kullanılır.**

Elektronik Kaynak – Anonim Ağ Sayfası

Kullanım: *Kaynağın adı veya başlığı*. (t.y.). gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

Örnek: *Bilim etiği ve bilimse sahtekarlık*. (t.y.). 04 Nisan 2006 tarihinde <http://www.aek.yildiz.edu.tr/bilim.htm> adresinden erişildi.

Atf: (Bilim etiği ve bilimse sahtekarlık, t.y.)

Örneği bulunmayan kullanımlarda APA 7 kuralları uygulanmalıdır. İlgili kurallara ulaşmak ve daha detaylı örnekler almak için <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples> adresini ziyaret edebilirsiniz.