

Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi,
International Humanities and Social Science Review (IHSSR),
Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018



ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)

INTERNATIONAL HUMANITES AND SOCIAL SCIENCE REVIEW (IHSSR)

Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

Editörler / Editor in Chief

Bilal Çankır (Istanbul Medeniyet University)

Derya Semiz Çelik (Marmara University)

Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir.

Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors.

The contents in the articles cannot be used without citation.

Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler Dergisi © 2018

International Humanities and Social Science Review (IHSSR) © 2018

2018, Cilt/Volume: 2, No:2

BU SAYININ HAKEMLERİ

Esra ÖZSÜER- İstanbul Üniversitesi

Gökhan Gökçek

Selhan Yalçın Usal - Haliç Üniversitesi

Fusun Seçer Kariptaş - Haliç Üniversitesi

Zehra Binnur Avunduk - İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ - CERRAHPAŞA

Çağdaş CAZ - Bozok Üniversitesi

Bilge Donuk - İstanbul Üniversitesi

Burcu Güvendi - İstanbul Üniversitesi

EMRE İŞÇİ -Marmara Üniversitesi

Ramazan Özgür Çatar - Marmara Üniversitesi

Derya Semiz Çelik - Marmara Üniversitesi

Betül Önay Doğan-İstanbul Üniversitesi

Hülya Semiz Türkoğlu -İstanbul Üniversitesi

Kapak Tasarımı /CoverDesign

Süleyman Türkoğlu

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

	<i>Makale Başlığı / Article Name</i>	<i>Sayfa / Page</i>
1	İSTANBUL'UN VE BOĞAZIÇI'NİN KENTSEL NİTELİĞİ VE SORUNLARI / URBAN QUALIFICATION AND PROBLEMS OF ISTANBUL AND BOSPORUS / <i>Makale Türü: Derleme</i> Şenay ALSAN	4-19
2	KÜRESELLEŞME, MİLLİYETÇİLİĞİN SONU MU? / GLOBALISM IS THE END FOR THE NATIONALISM? / <i>Makale Türü: Araştırma</i> Esra KARLIOVA SOYSAL	20-27
3	TURİZM PAZARLAMASINDA ÇEVİRİMİÇİ SİTELERİNDEKİ MÜŞTERİ YORUMLARI VE PUANLAMA SİSTEMİNİN OTEL SATIŞ FİYAT TERCİHLERİNE ETKİSİ / THE CUSTOMER REVIEWS AND SCORING SYSTEM EFFECTS FOR SALES PRICE OF CHOICE HOTELS IN ONLINE SITE OF TOURISM MARKETING / <i>Makale Türü: Araştırma</i> Onur TUNÇALP Necmiye Tülin İRGE	28-40
4	SOSYAL FOBİ'NİN SPORA ETKİLERİ / THE EFFECTS OF SOCIAL FOB ON SPORTS / <i>Makale Türü: Derleme</i> Murat TERLEMEZ	41-45
5	KADINLARIN KARATE ALANINDAKİ DENEYİMLERİ: GÜÇLÜ HİSSETMEDE BEDENSEL VE ZİHİNSEL GELİŞİMİN ETKİSİ / THE EXPERIENCE OF WOMEN IN KARATE: THE EFFECT OF PHYSICAL AND MENTAL DEVELOPMENT IN POWERFUL FEELING / <i>Makale Türü: Araştırma</i> Maya SAAT	46-59
6	NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ: ETNOLOJİ / QUANTITATIVE RESEARCH METHODS: ETHNOLOGY / <i>Makale Türü: Derleme</i> Nurşen AYDIN	60-71



ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)

INTERNATIONAL HUMANITES AND SOCIAL SCIENCE REVIEW (IHSSR)

Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

İSTANBUL'UN VE BOĞAZIÇI'NIN KENTSEL NİTELİĞİ VE SORUNLARI

Şenay ALSAN*

MAKALE BİLGİSİ

ÖZ

Makale Tarihçesi:
Başvuru: 6.11.2018

Revizyon : 14.11.2018

Kabul : 14.11.2018

Orcid Numarası: 0000-0002-2437-4635

Anahtar Kelimeler Yalı, Boğaziçi,
Kentleşme.:

Yüzyıllar boyunca bir çok uygarlığa başkentlik yapan İstanbul hakkında çok sayıda yazılmış kitap ve kaynak bulunmaktadır. Boğaziçi, yedi tepesi, insanları ve sanat yapıtlarıyla yıllarca bir çok yazara konu olmuştur. İstanbul'un geçmişi üçbin yıl öncesine kadar uzanır. Bir yerleşim birimi olarak kurulduğundan beri, yeryüzünün en gözde mekanlarından biri, belki de en önemlisi olarak günümüze gelmiştir. Boğaziçi, muhteşem yalılarla, uçsuz bucaksız bahçelerle doluydu. Ancak günümüzde, İstanbul'da olduğu gibi, Boğaziçi'de çarpık şehirleşmeden ve kültür erezyonundan nasibini almıştır.

URBAN QUALIFICATION AND PROBLEMS OF ISTANBUL AND BOSPORUS

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History:
Received: 6.11.2018

Revised : 14.11.2018

Accepted : 14.11.2018

Orcid Number: 0000-0002-2437-4635

Keywords: Waterside Mansion,
The Bosphorus, Urbanization

There are a lot of books and sources written on Istanbul, which has been the capital city of various civilizations for centuries. Istanbul has attracted the attention of many writers with the Bosphorus, seven hills, its people and art works. The history of the city goes until three thousand years back. Since its establishment as an allocation unit, it has been one of the most popular places and maybe the most important city of the world. The Bosphorus was full of wonderful waterside mansions and immense gardens. Today, however, the Bosphorus has dealt out awry urbanization and cultural erosion as Istanbul.

Though seems far away, the Bosphorus was covered with valleys, gardens and orchards. The line of woods reached to sea at most points. There were no settlements which disrupt the original beauty of the nature. However today's settlements and the landscape is obvious.

GİRİŞ

* Dr. Öğretim Üyesi, Haliç Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, İstanbul, senayalsan@halic.edu.tr

Boğaziçi, doğal biçimlenme ve coğrafya olarak, yeryüzü üstünde tek örnektir. Doğa burada iki kıtayı, tam ortadan ikiye ayırmış ve bu kıyılara özel bir biçim vermiştir. İstanbul'un konumundaki bu lüks, dünyanın hiçbir yerinde yoktur. İstanbul'da nüfusun istikrarlı olduğu zamanlarda meskenler geniş bahçeler içine oturulur, şehir yukarıdan bakıldığı zaman bir ormanın içine gömülmüş gibi görünürdü. (Ayvazoğlu, B. 2012. s. 44.). Bu kıyıları tarih boyunca elinde tutmuş olan güçlerin hiçbiri, onun güzelliğini anlayamamışlardır. Günümüze gelinceye kadar aşama aşama yok etmişlerdir.



Resim 1. Melling, Dev Dağı'ndan Boğaz; Melling, Voyage Pittoresque... Pl. No:36

Necla Arslan. (1992). Gravür ve Seyahatnamelerde İstanbul (18. yüzyıl Sonu ve 19. yüzyıl), İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları No:9. s. 45.

Sanayi devriminden önce Boğaziçi tarihi, gerek doğal çevresi, gerekse mimari yapılanması ile oldukça estetik bir görünüme sahipti. Boğaziçi yönetici sınıfının imar alanıydı. Tek sıra halinde sıralanmış olan yalılarının hemen arkasında erguvan ve defne ağaçlarıyla kaplı tepeler yükselmekteydi. Boğaziçi panoramasını süsleyen ağaçlar ise; kestane ağacı, dut, incir, nar gibi meyve ağaçları ve servilerdir.



Resim 2. Genellikle Fenerli Rumların oturduğu Bebek Sahili

Perihan, Sarıöz . (1996) "Bir zamanlar İstanbul, S.189

Boğaziçi'nin Vazgeçilmez Konut Tipi Yalı

İstanbul'un kent imgesi, dünyanın belleğinde denizle birlikte oluşmuştur. Bizans'tan, Konstantinopolis, İstanbul, Marmara, Haliç ve Boğaziçi kıyılarında denizin tanımladığı kentlerdir. İstanbul, 1960'dan sonraki yılların yarattığı depo-kent boyutlarına erişmeden önce, 2600 yıl süren bu deniz kenti karakterini korumuştur. Yalı ise bu deniz kentine Türkler'in getirdiği bir yaşam simgesidir. Dünyanın birçok ülkesinde su kenarında yaşayan, daha doğrusu suyolundan beslenen, örneğin Venedik, Amsterdam, Bangkok gibi çok ünlü kentler vardı. Fakat bütün bu kentler yapay kanallar üzerindedir. Oralarda insan doğaya yardım ederek, kentle birlikte kentin suyollarını da yaratmamıştır. Oysa İstanbul kendine bir su dokusu yaratmıştır. Varolan bir doğal yapı İstanbul'u yaratmıştır. (Kuban, D. 1998, s, 195.)



Resim 3. 1870'lerde, Ortaköyde Sultan Abdülhamit Tarafından, Kardeşi Sultan Reşad'ın Kızları Fehime, Fatma ve Hatice Sultanlar İçin Yaptırılan Birbirinin Benzeri Yalılardan İki.

Perihan, Sarıöz . (1996) "Bir zamanlar İstanbul, S.184

Kıyı anlamına gelen yalı sözcüğünün, anlam değiştirerek bir konut tipini adlandırması, ilginç bir semantik değişikliktir. Yalılar, bir yanı denize, öbür yanı arkadaki bahçeye açılan, genellikle bir orta mekân çevresinde gelişen bir plan tipolojisine sahiptir. Bu plan tipinin çok eski ve görkemli bir geçmişi vardır, ancak yaygın kullanımının asıl nedeni, çevreye, denize, bitki örtüsüne ve güneşe en fazla açılım sağlayan esnekliği idi. Türk konut geleneğinde odaların geleneksel olarak fonksiyonel kullanımı, yalıların bu amacına hizmet etmektedir. Boğaziçi yalılarını Batılı ressamın çizimlerinde çok sık görüyoruz. Günümüzde, birkaç geç dönem örneğiyle, büyük yalıların Batılılaşmış bazı örnekleri hala yaşasa da, bunların 18. yüzyıl Boğaz yerleşmesinin niteliğini yansıtmadığı aşikârdır.



Resim 4. Boğaz'ın En Güzel Koylarından Biri Olan Bebek Koyu

Perihan, Sarıöz. . (1996) "Bir Zamanlar İstanbul", S.188

Yapılaşma, İstanbul'un Boğaziçi kıyılarında daha sıktır. Boğaziçi kıyılarının nüfus artışı, Türklerin 18. yüzyılın başından itibaren uygulamış oldukları yayılma eğiliminin sonucudur. Bu yayılma hem kültürel seçimin, hem de Haliç'te eski yerleşim alanlarının yerini sanayi alanlarının alması ile açıklanabilir.

Boğaziçi'nde, hatta kısmen Haliç çevresinde, ana ulaşım hala deniz yolundan olduğuna göre, pereme (bir çeşit yalı kayığı) ve kayıkçı sayısındaki artış da kıyılardaki yerleşmenin yoğunlaştığının bir başka belirtisidir. 1680'de 1444 pereme varken 18. Yüzyıl sonunda 3996 pereme olduğu, kayıkçıların sayısının da üç kat arttığı belgelerde yazılıdır. (Baydar, O. ve diğerleri, 2008 , s. 172).

Boğaziçi'nin Avrupa yakası en önemli çağını I. Dünya Savaşı öncesi yaşamıştır. Yeniköy, Büyükdere arasında çoğunlukla Hıristiyanlar yerleşmişler, yabancı elçilikler, kent dışı konutlar için Hıristiyan mahalleri seçmişlerdir. İlk belediye bölgeleri düzenlendiği zaman en büyük belediye olarak Büyükdere seçilmiştir.

19. yüzyılın ikinci yarısından sonra devletin ileri gelenleri ve saray erkânı taş konaklar yaptırmaya başlamışlardır, ancak ahşap yapı geleneği de sürdürülmüştür. Boğazda ve iç kesimlerde ahşap köşkler, kıyılarda yalılar yapılmaya devam etmiştir. Yapıların boyutlarında bazı değişiklikler olmuş, daha küçük ve Avrupalı üsluplar ile yalılar yapılmaya başlanmıştır. 19. yüzyılın başlarında, ahşap konutlar, kâgir konutlar ve apartmanlar olmak üzere üç tip konut biçimi bulunmaktaydı.

Yangınlar, nüfus ve bakımsızlık gibi etmenler geleneksel Türk dokusunun değiştirilmesine neden olmuştur. Buna paralel olarak da Türk konut mimarisi korunamamıştır. Özellikle I. Dünya Savaşı'ndan sonra İstanbul'da köklü değişiklikler yapılmış olup şehir baştanbaşa yenilenmiştir. II. Mahmut döneminden, 1914 yılına kadar kentin fiziksel yapısı üç kez yenilenmiştir.

I Dünya Savaşı, İtilaf Devletlerinin İstanbul'u işgal etmeleri, Kurtuluş Savaşı birbirini takip etmiş, bu süre içerisinde İstanbul eski gösterişini kaybetmeye başlamıştır. Kent perişan ve yoksul bir görünüm almıştır. Boğaziçi'ndeki yerleşim yerleri kendi kaderlerine bırakılmıştır.

İstanbul'da Yapılaşmaya Getirilen Denetlemeler

Yapılan inşaatlara getirilen denetlemeler ve sınırlamalar ilk defa 19. yüzyılda sistematik bir düzene sokulmuştur. 1831 yılında sultanın yaptığı inşaatların mali denetimini yapan Şehremini makamı ortadan kaldırılmış. Onun yerine Ebniye-i Hassa Müdürlüğü, 1849 yılında ise Nafia Nezareti (İmar Bakanlığı) oluşturulmuştur.

İlk inşaat yönetmeliği ise, II. Mahmut'un danışmanlarından Helmuth von Moltke'nin önderliğinde 1848 yılında yapılmıştır. Hemen arkasından ise 1849 yılında Ebniye Beyannamesi düzenlenmiştir. Bu yönetmelik ile birlikte, sokakların genişliği saptanmış, çıkmaz sokaklar ve arsa genişletilmesi yasaklanmıştır. Aynı zamanda yangınların yok etmiş olduğu arazilerde yapılacak yeni binalar ile ilgili hükümler de yönetmelikte yer almaktadır.

Bu yönetmelikleri, 19. yüzyılda çıkarılan diğer yönetmelikler izlemiştir. 1856 yılında sokakların, kaldırım, ışık, temizlik, çöp toplanması gibi kuralları belirleyen İntizam-ı Şerif Komisyonu oluşturulmuştur.

1855 yılında ise ilk belediye Şehremaneti kurulmuştur. Belediye kurulmadan önce kentle ilgili etkinlikler ihaleler ile yürütülüyordu. 1858 yılından itibaren belediyelere, bina, yol, pazar, sağlık ve planlama gibi yetkiler verilmiştir. Kentsel düzenlemeler getirildikten sonra ise yabancı danışmanların yardımıyla yapılmaya başlanmıştır. Ancak bu Batılı mimarların getirdiği düzenlemeler, klasik Türk mimari ve kent yapısına uymadığından dolayı, bir takım problemler ortaya çıkmıştır. Avrupalıların tasarlamış olduğu plan; dar ve dolambaçlı yollara ve çıkmaz sokaklara sahip olan, geleneksel Türk yerleşimine uymamıştır. Bu plana göre Avrupalıların istedikleri geniş sokaklar, at arabasının bile olmadığı bir kentte oldukça ters düşmüştür.

19. yüzyılda yapılan planlama çalışmaları ise sokakların ve evlerin düzenlenmesi üzerine yoğunlaşmıştır. 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyıl başlarında kent planları ve yangın alanları çıkarılmıştır. Çıkan yangınların büyük kısmı ise rant kavgasından ileri gelmiştir.



Resim 6. Yangından Sonra Çatının Durumu.

20. yüzyılın başlarında Balyan Usta tarafından yaptırılan Neo Barok ve Art Nouveau'nun güzel örneklerinden biri olan Ortaköy'deki Fehime Sultan (Gaziosmanpaşa) Yalısı, böyle bir rant kavgasına kurban gitmiştir. Yalı 22 Temmuz 2002 Cumartesi günü belirlenemeyen bir sebepten dolayı çıkan yangında kullanılamaz hale gelmiştir. Yangın öncesinde okulun bahçesinin, yasa dışı otopark olarak kullanıldığı iddiaları ile soruşturma başlatılmış, ancak sonuçlandırılmadan bu üzücü felaket meydana gelmiştir. Yalı bir süre enkaz halinde kalmış olup, bahçesi de maalesef 5 yıl süre ile otopark olarak kullanılmıştır. Kullanım hakkı Türk Hava Yollarına verilen yalı, restorasyona alınmıştır. Şüpheli bir şekilde yanan yalının polis tarafından yürütülen soruşturmasında sebep olan kişi ya da kişiler tespit edilememiştir.



Resim 5. Fehime Sultan Yalısı Ön Cephe Görünümü (kaynakça gösterilmeyen fotoğraflar tarafından çekilmiştir)

1930 yılında yeni belediye yasaları çıkarılarak, Şehremaneti kaldırılmış, belediye başkanının ve valinin görevleri birleştirilmiştir. 1933 yılında yurt dışından üç planlamacı (Alfred Agache Rio de Janeiro, H. Lambert, Hermann Elgoetz de Essen) getirilerek, yeni bir kentsel planlama dönemine girilmiştir.

1950-60'lı yıllarda dönemin Başbakanı Adnan Menderes, kapsamlı bir kalkınma planı hazırlayarak İstanbul'un gelişmesine yardımcı olmuştur. Ancak bu gelişmeler 1960'lı yıllarda başlayan, nüfus artışı, sürekli göç, belediye ve hazine dairelerinin üzerine gecekonduların yapılmaya başlanmasına neden olmuştur.

İstanbul'un En Büyük Şehircilik Problemi Gecekondu

Gecekondulaşma bir bakıma politik kaygılardan ortaya çıkmıştır. Halk kendisine toprak verecek olan politikacılara oy vermiştir. Devlet, halkın sürekli artan taleplerini karşılayabilecek kapasitede olmadığı gibi, yeterli bir altyapıya da sahip değildir. 1950 yılından sonra tarihsel bütün semtler gecekondulaşmaya başlamıştır.

Günümüzde varoşlar olarak adlandırılan ikinci İstanbul, ilk tuğlaları 1960-70'lerde konulan Ümraniye-Dudullu, Sultanbeyli, Armutlu, Gazi Mahallesi, Habibler, Avcılar vb. gibi, kenti kuşatan yeni yerleşmelerdi. Buralarda, 1950'lerin Zeytinburnu gecekondu mahallelerindeki derme çatma, gerçekten de bir gecede kondurulup kulübeler değil, imarsız iskansız kurulmuş çok katlı apartmanlar, evler, dükkanlar söz konusuydu. İdari açıdan bir bölümü 1980'lerde ve 1990 başlarında ilçelere dönüşen bu

yeni semtler, tümüyle göçle gelmiş nüfusu barındırıyor ve göçün çıkış noktasının bütün toplumsal kültürel özelliklerini taşıyordu. (Baydar, O. ve diğerleri, 2008 , s. 253).)

Köyden aileleri ile birlikte gelenler el koymuş oldukları devlet ve hazine dairesinin üzerine tek odalı evler inşa etmeye başlamışlardır. Bu evler çoğunlukla görülmemesi için, ailenin tüm bireyleri ile birlikte gece yapıldığından gecekondu adı verilmiştir. Başlangıçta gecekondu bir tehlike olarak görülmemiş ve devlet durumlarının iyileştirilmesi için yardımlarda bulunmuştur. Ancak günümüzde gecekondulaşma, önünü alamadığımız en önemli kentsel problemimizdir.

Bugün gecekondu geçici ev anlamını yitirmiş, yasadışı yapı anlamını yüklenmiştir. Gecekondu bölgelerinde arazi mafyası oluşmuştur. Hatta günümüzde gecekondu üzerine kat çıkarak, sağlıksız ve depreme karşı dayanıksız evler yapılmaktadır. Tek katlı evi taşıyabilecek zemin düzenlemesinin üzerine birkaç kat çıkarak, düşük standartlı konut alanları oluşturulmuştur.

İstanbul'a yerleşen köylünün iş gereksinimini karşılayacak kapasite olmadığı gibi, beraberinde, yoksulluk, çarpık kentleşme ve toplumsal yapıda bozulma gibi problemleri de getirmiştir. Halkın kentsel kültür yoksulluğu, okuryazar olmaması ve kent kavramından beklentilerinin yüksek olması, geleneksel ahlakın çökmesine neden olmuştur. Bu nedenle gecekondu bölgelerinde suç oranları daha fazladır. 1949 yılından itibaren devlet tam üç kez gecekondu affı çıkarmıştır. Her boş alan potansiyel gecekondu bölgesi olarak görülmüştür.

Yıllarca devletin ileri erkânına ve saray çevresine barınak olan Boğaziçi'nde gecekondulaşmadan nasibini almıştır. Boğaziçi tepelerindeki gecekondu mahalleleri ve hemen yanında kooperatiflerin yapmış oldukları lüks villalar, estetik açıdan son derece kötü bir kentsel görünümdür.

Büyüme o kadar hızlı artmıştı ki Nazım Plan Bürosu tarafından konut sorununu çözümü için yapılan çalışmalar, bu gecekondu sorununu çözemiyordu. İtalyan Profesör Luigi Piccinato, yeni master plan hazırlıklarına yardım etmek üzere 1958'de İstanbul'a gelmişti. Piccinato metropoliten alan için lineer bir gelişme planı öneriyordu, çünkü eşmerkezli bir gelişme eski kent üzerinde büyük bir baskı yaratabilecekti. Aslında kent tarihi, kıyı boyunca bu tür bir lineer gelişme eğilimi olduğunu gösteriyordu, ama bu büyüme, kıyıların önemli bölümünü kendilerine ayıran arsa spekülörleri tarafından durdurulmuştur. Hatta Piccinato, o tarihlerde kent nüfusunun her yıl % 6 artmasına neden olan köyden göçün baskısını azaltacak köklü plan kararları da önermişti. Önerisi, metropoliten alan çevresinde yeni merkezler kurulması ve oluşturulacak hızlı bir ulaşım sistemiyle kimi sanayi kuruluşlarının İstanbul dışına çıkmaya iterek, nüfusun bir bölümünü buraya çekmekti. İlk Boğaz Köprüsü bu planın bir parçasıdır. Ağır sanayinin yavaş yavaş kent dışına taşınması, paralel tarımsal gelişmeyi destekleme, bölgenin turist potansiyelini kullanma gibi bütün klasik planlama çareleri önerilmişti. Ne var ki plancının kavrayamadıkları bir şey vardı: Siyasal açıdan çoğunlukta olan kitlelerin ve onların temsilcilerinin irrasyonel tutumu. (Kuban, D. 1998, s. 402)

1990-2000 döneminde kentin konut sunum biçimi önemli ölçüde dönüşmüş, 1980'lerin sonuna kadar egemenliğini sürdüren gecekondu ve yap-sat apartmanlarının şekillendirdiği ikili yapı yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlamıştır. 1980'li yıllarda birbirini izleyen imar afları sonucunda günümüzde İstanbul'da gecekondu alanları yoğun bir apartman dokusuna dönüşürken, bireysel konutları yıkarak arsa karşılığı konut üreten, küçük üretime dayalı yap-sat süreciyle dönüştürülebilecek parsel sayısı hızla azalmış durumdaydı. Bu her iki bölgede de yeni konut üretme olanakları büyük ölçüde ortadan kalkmış, doyunluk düzeniyene ulaşılmıştı. Bu özellik metropolün nüfus artış örüntüsüne yansımıştır. (Baydar, O. ve diğerleri, 2008 , s. 264-265).

Genellikle çöküntü bölgeleri haline dönüşen tarihi mahallelerin kontrol edilip, çağdaş kent yaşamına katılmalarını sağlamak giderek zorlaşan bir kültürel bilinçlenme, sosyal ve idari örgütlenme, ekonomik planlama ve ayrıntılı bir fiziki koruma planlaması sorunudur. (Kuban, D. 2000, s: 157).

Kentin kaotik çokluk ortamı, ekonomisinin hareketliliği ve ülkenin yeni politik-ekonomisinin hareketliliği ve bölge konjonktürlerine bağlı olarak bir başka kültür çeşitliliğine de sahne olmaktadır.

80'li yıllardan beri iş merkezlerinin yanı sıra sayıları her gün artan otellerin barındırdığı turistlere, kentte uzun süre kalan yasal ya da marjinal ilişkiler içinde çalışan başka yabancılar katılmaktadır. Araplar, İranlılar, Asyalılar vb. İstanbul, bugün bir yandan seçkin üst kültürünün, öte yandan yeni yerli kültürlerin, popüler ve marjinal olanın ve nihayet bu yeni yabancı öğelerin karmaşık bir mozağını sergiliyor. (Yücel, A. 2000. S. 206). Son zamanlarda Suriye'li göçmenler de eklenmiştir.

İstanbul ve Boğaziçi'nin Ulaşım Problemi

Kentin ulaşımı, 19. Yüzyılda araba ortaya çıkıncaya kadar yaya olarak yapılmaktaydı. Yedi tepe üzerine kurulan İstanbul'da topoğrafyası göz önüne alındığında düz yoldan bahsetmek imkânsızdır. Kaldı ki yangın ve düzensiz yapılan inşaatlar ile düzensiz olan sokak yapısı bir o kadar daha bozulmuştur. Öte yandan hızla artan nüfus, beraberinde araba sayısı ulaşım için çeşitli çözüm önerileri üretilmiştir. Tramvay kaldırılarak trolleybüs konulmuştur, Boğaz kıyılarında vapur seferlerinin yerini alacak olan otobüs sistemi getirilmiştir. Tüm bu yol çalışmaları, alt yapısı olmadan geliştirildiği için, kent trafiği kaldıramaz duruma gelmiştir. Böylece İstanbul yarım yüzyıl gibi kısa bir sürede yapılar kenti olmaktan çıkıp yollar kentine dönüşmüştür. Tarihsel doku çok büyük zarar görmüştür.

Yeni yollar çoğunlukla eski yapılar yıkılarak yapılmıştır. Yol genişletilmesi çalışması sırasında da birçok tarihsel anıt yok edilmiş, Boğaz kıyısındaki sahilhanelerin bir bölümü yıkılmıştır.



Resim 7. İstanbul'da Trafik Problemi

<http://www.milliyet.com.tr/istanbul-da-trafik-cilesi-basladi-gundem-2252745/> Erişim Tarihi:
02.11.2018.

1960 yıllarındaki en büyük tartışma ise Boğaz Köprüsü'nün yapılıp yapılmaması idi. 19. yüzyılın sonlarından beri gündemde olan köprünün inşasına karşı olanlar, kara trafiğini özendireceğini, mevcut yerleşim alanlarının artacağını ve Boğaz'ın manzarasını bozacağını savunmuşlardır. Ancak tüm bu karşı çıkmalara rağmen köprü yapılmış, trafik sorununa çözüm getirmekle birlikte, bahsi geçen tüm problemleri de beraberinde getirmiştir. Boğaz Köprüsü'nden sonra ikinci bir köprüye ihtiyaç duyulmuş, Fatih Köprüsü yapılmıştır. 29 Ekim 2018 tarihinde ise üçüncü köprü İstanbul Köprü'sü açılmıştır. Tüm büyük metropolitenlerde olduğu gibi yeraltı ulaşımını artırma yoluna gidilmiş, metro ağı genişletilmeye çalışılmıştır.

Yeni ulaşım ağları ile birlikte araba nüfusu da insan nüfusuna paralel olarak artmaya başlamıştır. Böylece İstanbul'da araba sahip olmak yeni yollar yapmaktan daha hızlı bir şekilde gelişmiştir. Buna paralel olarak da kentin sorunları gün geçtikçe artmış ve içinden çıkılamayacak bir durum almıştır.

İstanbul Taşınmaz Varlıklarını Korumak Adına Yapılan Çalışmalar

Bir yandan tamamen farklı bir kent kavramı yaratılmaya çalışılıyor, bir yandan da tarihi çevrenin korunabilmesi için bir takım çalışmalar sürdürülmekteydi. 1873 yılında eski eserlerin korunabilmesi için bir yasa çıkarılmış, 1906 yılında bu yönetmelik yeniden gözden geçirilerek bazı düzenlemeler getirilmiştir.

Kent planlamasında 19. yüzyıl boyunca süren Batılı biçimlerin rekabeti, bazı yapı ve şehircilik yönetmeliklerinin yürürlüğe konması ile açıklanır. Bunlar, taşın ahşap konstrüksiyonunun yerini almasını, sokak cephelerinin aynı hizaya girmesini ve kent temizliğini destekleyen yöntemler öngörmüş ve de aslında İslam yasaları ile bağdaşmayan, toplum yararına istimlak olgusunu getirmişlerdi. (Barillari, D. Godoli E. S: 13.)

1924 yılında İstanbul'da Muhafaza -i Asar-ı Atika Komisyonu oluşturulmuş, ancak bu komisyon sadece danışma hizmeti verdiği için umulan sonuç elde edilememiştir. 1951 yılında ise Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu oluşturulmuştur. Her türlü tarihsel mimarinin envanterinin çıkarılmasını, projelerin denetlenmesini sağlamıştır. 1956 yılında İmar Nizamnamesi'ne konulan bir hükümlerle birlikte kurula, tarihsel çevre denetimi konusunda tam yetki tanınmış, bu madde ile birlikte Türkiye'de ilk defa kavramsal olarak sit alanı düşüncesi ortaya çıkmıştır. Ancak bütün bu çalışmalara rağmen 1960 yılından sonra geleneksel Türk mimarisi kalıntıları, yetkililerin ilgisizliği nedeniyle modern gelişme içinde yok olup gitmeye başlamıştır. Bağımsız olarak çalışan kurul 1983 yılına kadar pek çok tarihsel konut mimarisini koruma altına almıştır.

Türkçede teknik bir terim olarak yer alan sit kelimesi Fransızca ve İngilizce karşılığı yer anlamına gelen site sözcüğüdür. Korunması gerekli yer anlamına gelir. Anıtların, sokakların, korunmasına ilişkin yasalar koymak oldukça yenidir. İlk kez Mimarlar Kongresinde ortaya çıkan bu olgu 1964 yılında Venedik'te toplanan ICOMOS (International Council of Monuments and Sites) adlı uluslararası toplantıda tanımlanmıştır.

1969 yılında sit alanlarının korunması için bir takım kararlar alınmıştır, nazım plan aracılığıyla uygulanacak olan bu rapor ve kurul kararları, belediyenin kapsamlı korumacılığa karşı olmasından dolayı uygulanamamıştır. Ancak 1972 yılında çıkarılan Eski Eserler Yasası'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte, 1969 yılı raporu da yasal bir temele oturtulmuş oldu. Bu yasayla birlikte Anıtlar Yüksek Kurulu'na tarihsel sit alanları ile ilgili sınırsız yetki verilmiştir.



Resim 8. Boğaziçi'ndeki çarpık kentleşme
www.istanbulfotografлари.com, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2007.

Anıtlar Yüksek Kurulu'nun en önemli kararlarından biri Boğaziçi'nin korunması için hazırlamış olduğu yasaydı. Kurulun getirmiş olduğu bir öneri ile birlikte, bütün Boğaziçi Bakanlar Kurulu kararıyla koruma alanı ilan edilmiş ve bu yasa ile birlikte Boğaziçi'ne yapılacak bütün inşaatların kurulun onayından geçmesi sağlanmıştır.

Son yıllarda kentsel çevrenin korunmasına karşı duyarlılık giderek artmakta ve bu alanda bir araya gelen aydınların çabaları yoğunlaşmaktadır. Mimarlar Odası'nın yurt sathında yayılan koruma çabalarına ek olarak, ÇEKÜL, Galata Derneği, Zeyrek Koruma Derneği, Cihangir Derneği gibi örgütlenmeler çevresine sahip çıkan kentlilerin, meslek adamlarının tarihi çevre için başarılı projeler üretecekleri umudunu vermektedir. (Ahunbay, Z. 1999, s. 143)

1983 yılında çıkarılan Boğaziçi Yasası, Boğaziçi koruma alanı içinde bulunan tarihsel yapılar ve evlerin onarımı dışında yapılabilecek her türlü inşaatı yasaklamıştır. Ancak Boğaziçi'nin tarihin çok eski devirlerinden beri İstanbul'un en prestijli yeri olması nedeniyle buraya olan talep azalmadığı gibi, eski konutlara olan talep de artmıştır. Halen ayakta kalan ahşap evlerin restorasyonu, yıkılanların yeniden inşa edilmesi yüksek arsa fiyatları giderek artmıştır. Ancak bu yeniden inşaat abartılarak, sahte rökonstrüksiyonlara neden olmuştur.

SONUÇ

Modern çağın en büyük özelliklerinden biri, insanları kendi tarih ve kültürüne bağlayan damarları birer birer koparması, insanları sıradan, kişiliksiz, tek tip kitleler haline getirmesidir.

20. yüzyıl ortalarında bazı semtlerde, Üsküdar ve Boğaziçi'nde eski dokuyu yansıtan mahalle ve sokaklara rastlayabiliyorduk. Ancak 20. yüzyılın sonlarına doğru, yüzyıllar boyunca birçok medeniyete başkentlik yapmış olan bir kentin, çöküş dönemi başlamıştır. Günümüzde İstanbul'da halen pek çok anıt, tarihi yapı mevcuttur. Ancak çarpık kentleşmenin bu anıtları ne zaman sindireceği bilinmemektedir.

Bugün bütünüyle yok olan bu Boğaziçi mimarisi deneyi araştırılarak rekonstitüsü yapılmalı, insan ve doğa arasındaki ilişkilerin mimariye yansıyan eşsiz bir örneği olarak tarihte yerini almalıdır. (Kuban, D. 2000, s: 347).

İstanbul 10 milyonu aşkın nüfusu, her köşeden yükselen gökdelenleri, ana caddelerin iki yanında dizili olan sekiz-on katlı apartmanları ve ofis binalarıyla modern bir o kadar da geri kalmış kent görünümündedir.

İstanbul'un geleceğini tasarlamaya yönelik yeni bir açılım getirmek dünyanın çok özel bu aziz şehri için en iyi başlangıç olacaktır. İstanbul'un geleceğinin sektörel dağılımı konusunda orta vadede bir uzlaşa bulunmaktadır. Bununla beraber bir bütün olarak İstanbul'un önüne ne tür bir hedef ortaya koyduğu netleşmiş değildir. Herkes İstanbul'un önemli ve büyük bir kent olmasını istemektedir ancak henüz bunun içi doldurulmamış, yöntemi belirlenmemiştir. Bu nedenle de yol almakta güçlükler vardır. İstanbul'un geleceğine yönelik bu belirsizliklerin ortadan kaldırılması ve ana hedefin netleşmesi gerekmektedir. (Bilgili, A.E. 2012. s:365-366).

İstanbul metropolünün sorunlarına çözümler üretebilsek bile uygulanabilmesi için toplumun siyasal, ekonomik ve kültürel düzenlerinin değişmesi gerekmektedir. 19. yüzyılda kentin sorunları çözümsüz gibi görünmüyordu. Gereksinimler ve boyutları bu kadar büyük değildi. Bireyler fiziksel bir kaosun içinde kaybolmadan, küçük mutluluklar tadabiliyorlardı. Sözgelimi, Boğazda küçük bir kayak ile gezebiliyor, balık tutabiliyor, deniz kenarında çay içebiliyor, manzarayı seyredebiliyor, denize girebiliyor ve en önemlisi de temiz bir hava soluyabiliyorlardı. Ancak bugün bu bahsettiklerimiz birer ütopya oldu.

Tarihi mimari yapıların kenti olan İstanbul, denizle yakın bir ilişki içindedir. İstanbul'a denizin yarattığı bir kültür diyebiliriz. Bu kadar kısa bir sürede yok edebildiğimiz Boğaziçi kültürü ki, Boğaziçi bir kültürdür, daha ne kadar dayanabileceği tartışma konusudur.

KAYNAKÇA

Ağat, Nilüfer. (1963). *Boğaziçi'nin Turistik Etüdü*. İstanbul: İTÜ Yayınları.

Ahunbay, Zeynep. (1998). *Pilot Projeler İstanbul*. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Yayınları.

Ahunbay, Zeynep. (1999). *Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon: İstanbul*. YEM Yayınları.

Akozan, Feridun. (1974) *Sait Halim Paşa Yalısı*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayınları.

Akyol, Şadan. (1997). *İçimdeki Boğaziçi*. İstanbul: İstanbul Kitaplığı.

Alus, S. Muhtar. (1997). *İstanbul Kazan, Ben Kepçe*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Alus, S. Muhtar. (1994). *İstanbul Yazıları*. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları.

- Arpad, Burhan. (2000). *Bir İstanbul Var İdi*. İstanbul: Doğan Kitapçılık A.Ş.
- Arseven, Celal Esat. (1989). *Eski İstanbul*. İstanbul: İstanbul Kütüphanesi Yayınları,
- Ayyıldız, Uğur. (1999). *İstanbul*. İstanbul: İstanbul Valiliği Yayınları.
- Ayvazoğlu, Beşir. (2012). *Şehir ve Kültür İstanbul*. İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Barillari, Diana. Godoli, Ezio. (1997). *İstanbul 1900 Art Nouveau Mimarisi ve İç Mekanlar*. İstanbul: Yem Yayınevi.
- Baydar, Oya ve diğerleri. (2008). *İstanbul*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Belge, Murat. (1997). *Boğaziçi'nde Yalılar. İnsanlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Belge, Murat. (1997). *Skylife, İstanbul Bak Bir Varmış Bir Yokmuş İmparatorluktan Cumhuriyet'e Kadar İstanbul'dan* (2000). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
THY Bülteni. sayı: 234.
- Belge, Murat. (2000). *İstanbul Gezi Rehberi*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.
- Bilgili, Ahmet Emre (2012) "Şehir ve Kültür : İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Birsel, Salah.(1991). *Boğaziçi Şingir Mıngır*. İstanbul: Nisan Yayınları.
- Deleon, Jak. (2000). *100 İstanbul*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ebersolt, Jean. (1999). *Bizans İstanbul'u ve Doğu Seyyahları*. İstanbul: Pera Turizm ve Ticaret A.Ş.
- Eldem, S. Hakkı. (1974). *Köşkler ve Kasırlar II.*. İstanbul: Devlet Güzel Sanatlar AkademisiYüksek Mimarlık Bölümü Röleve Kürsüsü.
- Eldem, S. Hakkı. (1976). *Büyük Konutlar*. İstanbul: Maya Matbaacılık Yayıncılık Ltd.
- Eldem, S. Hakkı. (1993). *Boğaziçi Yalıları I Rumeli Yakası, İstanbul Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*. (1994). İstanbul Kültür Bakanlığı Tarih Vakfı Yayınları. Vehbi Koç Vakfı Yayınları.
- Erdenen, Orhan. (1994). *Boğaziçi Sahilhaneleri*. İstanbul: Büyük Şehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları, No.12.
- Evin, İffet. (1987). **Yaşadığım Boğaziçi**. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.
- Fesch, Paul. (1999). *Abdülhamit'in Son Günlerinde İstanbul*. İstanbul: Pera Turizm Ticaret A.Ş. I. Baskı.
- Grelot, Josephus. (1998). *İstanbul Seyahatnamesi*. İstanbul: Pera Turizm ve Ticaret A.Ş.
- Godoli, Ezio. (1997). *İstanbul 1900. Art Nouveau Mimarisi ve İç Mekanlar*. İstanbul: YEM Yayınları.
- Gülersoy, Çelik. (1982). *Boğaziçi Sorunlar, Çözümler*. İstanbul: İstanbul Kitaplığı Ltd.
- Gülersoy, Çelik. (1995). *İstanbul Maceramız I*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gülersoy, Çelik. (1996). *İstanbul Maceramız II*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Güngör, Necati.(1999). Boğaziçi Büyüsü, *İstanbul.Seçkin*.İstanbul : İnkılapYayınları.
- Güngör, Necati. (1996). *Seyyahların Kaleminden Şehr-i Şirin İstanbul*. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Güngör, Necati. (1997). *Bir Hayal İstanbul*. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Işın, Ekrem. (2001). *İstanbul'da Gündelik Hayat* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- İleri, Selim. (2000). İstanbul: P Sanat Kültür Antika Dergisi. sayı.19..
- Kayra, Cahit. (1993). *Mekanlar ve Zamanlar*. İstanbul: Akbank Kültür ve Sanat Kitapları.
- Kuban, Doğan. (1972). *İstanbul Boğaziçi*. İstanbul: Türkiye Turing Otomobil Kurumu Bülteni, 33.
- Kuban, Doğan. (1998). *Kent ve Mimarlık Üzerine İstanbul Yazıları*, İstanbul: . Yapı ve Endüstri Merkezi Yayınları.
- Kuban, Doğan. (2000).*İstanbul Bir Kent Tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kuban, Doğan. (2000). *Tarihi Çevre Korumanın Mimarlık Boyutu*, İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Neyzi, Leyla. (1999). *İstanbul'da Hatırlamak ve Unutmak*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.
- Özendes, Engin. (1999).*Osmanlı'nın Son Başkenti İstanbul*. İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Özendes, Engin. (2000). *Merhaba Atina/ Here İstanbul*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.
- Sarıöz, Perihan. (1996). *Bir Zamanlar İstanbul*. İstanbul: İdea İletişim Hizmetleri A.Ş.
- Sözen, Gürol. (1999).*Martıların İstanbul'u*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları,
- Sözen, Gürol. (1989). *Bin Çeşit İstanbul ve Boğaziçi Yalıları*, İstanbul: Ak Yayınları Kültür ve Sanat Kitapları: 49 Yeni Dizi 3.
- Taylor, Jane. (2000). *İmparatorlukların Başkenti İstanbul* . İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Yerasimos, Stefanos. (2000). *İmparatorluk Başkenti İstanbul*. İstanbul: Mohn Media, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayını.
- Yücel, Atilla. "Cumhuriyet Dönemi İstanbul'u" Dünya Kenti İstanbul. (2000). İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.
- Bak Bir Varmış Bir Yokmuş İmparatorluktan Cumhuriyet'e Kadar İstanbul'dan* (2000). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi. (1994). İstanbul: Kültür Bakanlığı Tarih Vakfı Yayınları.
- Yapıdan Seçmeler, (1996). *Mimari Akımlar I*. İstanbul: Yem Yayınları.

İnternet Kaynakları:

Bakacak, Mustafa. (1997). *Kayıp Sanat*, Milliyet.
<http://www.milliyet.com.tr/1997/06/22/yasam/sirlarin.html>. Erişim Tarihi: 22 Haziran 1997

Bayer, Yalçın. (2000). *Tablolar Londra'ya Neden Gitti*. Hürriyet.
<http://www.hurriyet.com/hur/turk/00/09/02/yazarlar/64yaz.htm>, Erişim Tarihi: 3 Eylül 2000.

Hasan, Aydın. (2000). *Trilyonluk Tarihi Şoföre Emanet Etiler*. Milliyet.
<http://www.milliyet.com.tr/2000/08/28/haber/hab01.html> . Erişim Tarihi: 28 Ağustos 2000

Yalı Soruları. (2000). Türkiye. Hürriyet,
<http://hurweb01.hurriyetim.com.tr/hur/turk/00/09/05/turkiye/07tur.htm> Erişim Tarihi: 5 Eylül 2000.

Yılmaz, Önder. (2000). *Başbakanlıktan 8 Tablo Çalındı*, Milliyet.
<http://www.milliyet.com.tr/2000/08/27/haber/hab02.html>, Erişim Tarihi: 27 Ağustos 2000.

<http://www.milliyet.com.tr/istanbul-da-trafik-cilesi-basladi-gundem-2252745/>.Erişim: 02.11.2018.

Extended Abstract

URBAN QUALIFICATION AND PROBLEMS OF ISTANBUL AND BOSPORUS

In this study; emphasizing the contribution of the Bosphorus to the urban landscape; by examining the urban problems like migration, unplanned urbanization, transportation, population growth, it is tried to produce solution proposals.

Istanbul, the capital of three great empires, is located in a very important geopolitical position in terms of history, trade, and culture. Throughout history, it has always been seen as a universal image. The topography of Istanbul is distinguished from other important world cities by its Golden Horn, Bosphorus, seven hills, historic peninsula symbolized by monuments.

While describing the history of Istanbul, it is necessary to evaluate the Roman and Byzantine and Ottoman work together. Today, some historians, in order to bring Ottoman to the forefront, wish to ignore the culture of Rome and Byzantine. However, in order to understand the Bosphorus culture, in particular, we need to pass all the civilizations living on it through the culture screen without distinguishing. Although it is at a point that connects Europe and Asia, it is not right to describe İstanbul as a European city in its entirety. When Fatih Sultan Mehmet conquered Istanbul; Greeks, Armenians, Jews and, especially, Turks have emigrated from Anatolia. Those people with these different cultures brought their own cultures while they settled down. While the understanding of the traditional Turkish city continued, at the same time a very rich mosaic was formed with both the existing Roman and Byzantine culture as well as the culture of the immigrants. Thus, an eclectic architecture that has a mix of Eastern and Western culture emerged.

Due to the prestigious status of the Bosphorus, coastal palaces and the entire coastline have been given to the state officials until the 19th century. Especially in the Tulip Era, it was completely in the service of the aristocratic class. Behind the coastal palaces in the Bosphorus there were the large gardens, they were connected to the sea with the docks in the front. The coastal palaces have not been very long-lived

because they have been destroyed by the new owner and rebuilt according to their own taste as they changed hands. Another reason for being short-lived is that the material used was mostly wood. In the slightest fire, the fire suddenly jumped from one palace to the other, and sometimes it was possible for the entire neighborhood to stay in flames. Today, the Bosphorus has maintained its prestigious position. When it came to the 20th century, with the modernization, the clash of traditional city and modern city identities started. The traditional urban texture of the Ottoman has become unable to compete with the monumental dimensions of the architecture of the west. When Swissotel was erected near the Dolmabahçe Palace, various cafes and narrow streets in Ortaköy, and, especially, the skyscrapers beside the mosques forming the city silhouette, the city started to lose its identity.

The modern city concept has brought a lot of problems with it. The most important of these is the rural-urban migration happening unplanned and with the concern of income. With this unplanned action without any infrastructure, the city's texture has been ruined, the crime rate has risen, morale has suffered collapse. The squatters built almost overnight began to take the place of the unique architecture of the Bosphorus. This rapid unplanned urbanization has destroyed a 2500-year-old history in a moment. The most important feature of the European cities is that they have very strict laws for preserving the historical texture and transmitting it to the next generation. We can see the squares that we see in paintings of famous painters in the 17th century as unchanged when we visit today, it is as if the clothes of people remind us what year we are. However, our understanding of urbanization is based on destroying the existing texture, rather than protecting it. The most beautiful places of the Bosphorus have taken their share from this understanding of politics and income. Unlawful inhabiting have brought with it unplanned urban fabric, increasing population and various sociological problems. Along with the population increase, the Bosphorus has lost its identity as a summer resort and it has started to be used as a business area.

Another important problem is a traffic problem. After the industrial revolution, the increase of motor vehicles, the turning of the narrow roads designed for horse carts into freeways, turned the traffic problem into a problem that could not be escaped. Freeways surrounded by squatters, apartments and scattered industrial buildings have taken the place of the great Hellenistic and Roman Period roads with big porticoes and forums. Megacity Istanbul is trying to produce various solutions to reduce the traffic problem. The construction of the third bridge, the increase of the transit routes, the projects of the monorail, the increase of the Metrobus and metro networks have not contributed to a permanent solution. Alternative solutions such as the ban on bridge crossing with one person, a more efficient use of maritime transportation by increasing the ferry routes and the ferryboat lines and the encouragement of the use of bicycles are proposed. However, the biggest problem of Istanbul is the excessively increasing population and the unplanned urbanization. Encouraging the urban-rural immigration by increasing employment in Anatolia, directing the people to agriculture and animal husbandry, and supporting with low-interest loans are needed. But all these happen with an educated and informed society.

Several laws have been enacted to protect the gradually deteriorating texture, but it is still not enough. Especially the Bosphorus Act of 1975, which protects the Bosphorus coasts, could not be implemented in a real sense due to illegal construction and subsequent repentance laws. The spontaneous settlement that the immigrants brought to the city pushed the city into an irregularity that cannot be escaped from.

We can protect the beauties of the past only with the dynamism of the future. This is done with awareness of history, culture and the environment. This power is present in today's youth excessively, they only need a little support and education. Our youth need to be educated with environmental awareness, no laws can be so strong, we can only prevent urban corruption in this way. A well-organized and trouble-free city concept may seem too utopian, but at least with systematic work and socio-cultural change in this regard, it does not seem impossible.

Key Words: Waterside Mansion, The Bosphorus, Urbanization

Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi,
International Humanities and Social Science Review (IHSSR),
Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018



***ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL
BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)***

***INTERNATIONAL HUMANITES AND SOCIAL
SCIENCE REVIEW (IHSSR)***

Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

KÜRESELLEŞME, MİLLİYETÇİLİĞİN SONU MU?

Esra KARLIOVA SOYSAL*

MAKALE BİLGİSİ

ÖZ

Makale Tarihçesi:

Başvuru : 9.10.2018

Revizyon : 21.11.2018

Kabul : 29.12.2018

Orcid Numarası: 0000-0003-3558-3835

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme,
Kimlik, Milliyetçilik, Ulus-Devlet,
Postmodernizm

Son zamanlarda popüleritesi artan ve yirminci yüzyılın sonundan itibaren ekonomik, kültürel ve siyasi olarak dünyada yaşanan gelişmelerin en önemli sebebi olarak kabul edilen küreselleşme, siyasi alanda en çok ulus-devlet ve milliyetçilik söylemini etkilemiştir. Küreselleşme ekseninde değişen kimlik algısı milliyetçiliğin algılanış biçimini de etkilemiş ve ortaya yerel aidiyet ve yerli kimlik tanımlamalarının çıkmasına sebep olmuştur. Bu durumun oluşumunda hiç şüphesiz postmodernist yaklaşımın farklılıkları yücelten bakış açısının da önem büyüktür. Bu açıdan bakıldığında küreselleşmenin milliyetçilik için bir son mu yoksa yeni bir başlangıç mı olacağı sorusu ise hala tartışmalı bir konumdadır.

GLOBALISM IS THE END FOR THE NATIONALISM?

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History:

Received : 9.10.2018

Revised :21.11.2018

Accepted : 29.12.2018

Orcid Number: 0000-0003-3558-3835

Keywords: Globalization,
İdentity, Nationalism, Nation-
State, Postmodernism

Globalization, which has recently become increasingly popular and has been regarded as the most important reason for economic, cultural and political developments in the world since the end of the twentieth century, influenced the discourse of nation-state and nationalism in the political field. The changing of the perception related to identity on the axis of globalization has also affected the perception of nationalism and led to consist more local identities and belongingness. In this situation, the postmodernist approach undoubtedly plays an important role in the viewpoint of differences. From this point of view, the question that globalization is an end or a new beginning for nationalism, is still a controversial position.

* Süleyman Demirel Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Avrupa Birliği Çalışmaları, Doktora Öğrencisi, esrakarlioiva@gmail.com

Giriş

Yirminci yüzyılın sonlarından itibaren pek çok kavramın yeniden tanımlandığı, konumunun ve rolünün değiştiği bir süreç başlamıştır. Özellikle 1989 yılında doğu bloğunun yıkılmasıyla başlayan süreçte Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla küreselleşme olgusu da bu yeni başlayan dönemde kilit rol oynamaya başlamıştır. Yeni dünya düzeninin en önemli ve belirleyici unsuru olan küreselleşme ile birlikte bir çok alanda geri dönülemez bir değişim ve dönüşüm yaşanmaya başlanmıştır. Bu dönem içinde süregelen değişimler ile sosyal bilimler ve uluslararası ilişkiler alanındaki olgular açısından da değişiklikler yaşanmasına sebep olmuştur. Kimlik, milliyetçilik, kültür gibi kavramlar bilinen anlamlarının dışında yeniden yorumlanmıştır.

Küreselleşme, ekonomik ve siyasi olarak karşılıklı bağımlılık yaratmak suretiyle dünya toplumunu homojenleştiren bir süreçtir. Başka bir deyişle, toplumsal yaşamın tüm alanlarında bağımlılığın hızlanması, derinleşmesi ve genişlemesi olarak düşünülebilir. Hindistan'da yaşayan bir bilgisayar programcısının Avrupa ya da Amerika'daki patronlarına gerçel zaman dilimi içinde hizmet sunması söz konusu bağımlılığın bir göstergesidir (Held Mc Grew, Goldblatt, ve Perraton, 1999: 132).

Küreselleşme, 1980'lerden sonra dünyada olan biten birçok şeyi açıklamak için en çok kullanılan kavramlardan biri haline gelmiş olmasına rağmen aslında, varlığının daha eskilere uzandığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Canbolat (Laszlo, 2004: 7), küreselleşmenin zaman - ki bunu beşeri edinim ve birikim süreci olarak açıklamıştır - ve değerler ile ilintili olduğundan bahsetmektedir. Bu kapsamda küreselleşme ve zaman olgularını aşağıda belirtildiği şekilde ele almıştır:

"(..) Bu açıdan bakıldığında, günümüzde küreselleşme olarak tanımlanan gelişmenin, aslında, pek de yeni bir şey olmadığı görülür. Örneğin Emeric de Vattel'in 18. Yüzyılda modern Avrupa devletler sistemi ve uluslararası ilişkiler hakkında gözlemi, o zaman tıpkı bugünkü küreselleşme söylemini andıran betimlemelere yol açmıştır. Yazar Avrupa devletlerinin eskiden olduğu gibi birbirleriyle ilgilenmeyen dağınık parçacıklar olmaktan çıktıklarını, sürekli görüşmeler ve ortak usuller geliştirdiklerini, hatta modern Avrupa'nın, üyeleri bağımsız olmakla birlikte, bütüncül çıkarlar için çaba gösteren bir tek cumhuriyet haline geldiğini anlatmaktadır."

Yukarıda da belirttiği gibi Avrupa'nın daha önceki dönemleri ile karşılaştırıldığında da tamamen aynı olmasa da şimdiki küreselleşme algısına benzer gelişmeler yaşandığı söylenebilir ve Canbolat'ın deyişiyle, bu durum o devirdeki küreselleşme hareketi olarak tanımlanabilir. Burada göze çarpan durum ise söz konusu küreselleşme hareketinin bir çıkar birliği etrafında bölgesel olduğu ve bu sebeple de sınırlı bir küreselleşme deneyimi olduğudur. Hatta Kazgan'dan aktaran (2000: 28) Hurigül Eken, küreselleşmenin başlangıcını Rönessans'ta yaşanan coğrafi keşifler sonrasında dünyanın her yerinin keşfedilmiş ve tanınmış olmasına bağlamaktadır. Ancak zamanla artan beşeri birikim ile küreselleşme de kendini sürekli yenileyerek bugünkü halini almıştır. Bugüne gelindiğindeyse özellikle son yüzyıla damgasını vuran bir kavram haline geldiğini ifade etmek mümkündür.

Yaklaşık 40 yıldır politik, ekonomik, ekoloji, felsefi gibi birçok alanda kullanılan bir kelime olmasına karşın, bugün hala küreselleşmenin herkesin üstüne fikir birliğine vardığı bir tanımı bulunmamaktadır. Durum böyleyken kelimenin epistemolojik kökenine bakmak kavramsal bir çerçeve çizmek açısından gerekli hale gelmektedir. Küreselleşme ilk kez, Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) M. McLuhan tarafından yayınlanan *Medyayı Anlamak* adlı eserinden sonra popüler olmuştur (Aydın, 2002: 11). Kavramın ilk kez ortaya çıktığı hali İngilizce „globalization“ kelimesi aynı zamanda Latince'de „globus“kökünden gelmektedir ki bu terim de “küre” anlamı taşımaktadır.

Beck'ten aktaran Şimşek ve Yılmaz (2007: 191), küreselleşmenin kavramsal analizi kapsamında globalleşme, globalite ve globalizm olmak üzere üç olgudan oluştuğunu ifade etmektedir. Globalleşme ulus aşırı ve çok boyutu olan bir süreçtir. Bu süreç içerisinde ekonomik, siyasi, ekolojik, sivil toplum alanları birbirleri ile ilişkilidir ve ulus - devletler yerine uluslararası aktörler ön plandadır. Globalite ile devletlerin çok yönlü bir ilişki içinde olduklarını anlatan bir “dünya toplumu” vurgusu yapılmaktadır. Globalizm ise globalleşme olgusunun global pazar ekonomisi dahilinde kabul edilmesi anlamına gelmektedir. Bu kapsamda, globalleşmeden ya da küreselleşmeden bahsedildiğinde ulus-devletlerin rolünü azaltarak ulus aşırı aktörlerin önem kazandığı betimlemesi yapılırken aynı zamanda, toplumların karşılıklı bağımlılıkla meydana getirdikleri “dünya toplumu” gibi sosyolojik oluşum ve politik ideolojik bir yönelim de işaret edilmektedir (Sarıbay, 2004: 38)

Küreselleşme etki ettiği alanlar itibarıyla ekonomik, kültürel ve siyasi olmak üzere üç boyutuyla incelenmektedir. Ekonomik küreselleşme en genel haliyle, ulusal pazarların dünya pazarlarına entegre

olmasını ve dünya çapında bir ekonomik bütünleşmeyi anlatmaktadır. Küreselleşmenin kültürel boyutu toplumların yaşadığı sorunları ve bunların çözümlerini ortak hale getirmesi durumudur. Bu noktada çokkültürlülük, kimlik gibi konular üzerine vurgu yapılmaktadır. Siyasi küreselleşme ise devlet - toplum - birey arasındaki ilişkileri yeniden ele almakta ve mevcut rolleriyle ilgili yeniden şekillenen bir yapı oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra ulus üstü örgütler, hükümet dışı kurumlar, sivil toplum gibi siyasal alanda daha önce var olmayan birçok aktörü de sürece dahil etmektedir (Yalçınkaya, Çılbant ve Yalçınkaya, 2012: 4-5).

Küreselleşme kendi içinde hem olumlu hem de olumsuz taraflar barındıran karmaşık ve çok aktörlü bir süreçtir. Neoliberalci ve küreselleşme yanlısı birçok yazar tarafından küreselleşme politik özgürlükler, sermaye, tüketiciye bir seçim hakkı ve işgücü pazarının genişlemesini sağladığı için faydalı olarak görünse de küreselleşme karşıtları için fakirlik ve eşitsizlik üretmektedir (Sasaki, 2004:78). Siyasi boyutta ise küreselleşmenin ulus-devlet üzerindeki etkisi tartışılmaktadır. Ulus-devletin temeli olan ulusal kimlik ve egemenlik kavramları küreselleşme süreci ile birlikte çok ciddi ve önemli bir değişim sürecine girmişlerdir.

Küreselleşme Sürecinde Kimlik

Kimlik, en yaygın biçimiyle, belirli bir eşğin altında olan ve çevresel değişimlerden etkilenmeyen bir eylemin öznesinin zaman içindeki kalıcılığı olarak tanımlanabilir (Melucci: 85). Kimliğin en önemli özelliği bir bireyi diğerlerinden ayıran ve kendine ait farklı olguları ifade eden bir kavram olmasıdır. Bu kavramın birbiriyle yakın ilişki içinde olduğu iki boyutu vardır: Bireysel kimlik ve toplumsal kimlik. Bireysel kimlik, bir bireyin, dünyaya karşı ve hayatla ilgili sahip olduğu yaklaşım ve bu dünyada bulunduğu konumu belirleyen inanış ve bağlılıklarını ifade etmektedir. Toplumsal kimlik ise, bireyin kendini tanımlamasını ve kendini daha büyük bir toplumsal grubun bir parçası hissetmesi ile ilgili ilişkileri açıklayan bir kavramdır. Toplumsal kimlik çoğul bir kavramdır. Çünkü bireyin farklı kimlikleri tartması ve belli bir kısmına öncelik vererek kendi benlik kabullenışı ile toplumsal veya siyasal çevre ile iletişim kurması sonucu oluşmaktadır (Parekh, 2009: 54).

Kimlik meselesi sosyal bilimler alanında birçok disiplin tarafından ele alınan ve zengin bir söylem geleneği yaratmış bir olgudur. Günümüzdeki kimlik söylemi ile bundan 50 yıl önceki kimlik söyleminin aynılığı ise tartışmalı bir konudur. Küreselleşme ile birlikte süre gelen gelişmeler, kimlik olgusunda hem teorik olarak hem de toplumsal hayat açısından bir değişim yaşanmasına sebep olmuştur. Küreselleşme süreci, bireylerin kültürel kimliklerini fark etmelerini sağlayan en önemli sebeplerinden biridir. Aydınlanma felsefesi ile birlikte bireyselleşme hareketinin ortaya çıkması ve hızla yayılması sonucu, küresel tercihler yerel geleneklerden oldukça farklılaşmaya başlamıştır. Birey merkezli şekillenen bu tercihler, hem toplum alışkanlıkları hem de siyasal yapı üzerinde zaman içinde önemli değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. Söz konusu bireyselleşme süreci içinde, aslında kimlik olgusunun farklılıklardan ortaya çıktığı varsayıldığında, kişiler kendilerini ulusal kimliğe ait hissetmemekte daha çok etnik ya da dini bazı kültürel unsurlara dayanarak yeni ve yerli bir kimlik arayışı içerisine girmektedir.

Bu noktada kimlik ve dolayısıyla milliyetçilik olgularının ulus-devletin varoluşu açısından önemini de ortaya koymak gerekir. Feodal bir siyasi sistemden merkezîyetçi bir sisteme geçişi temsil eden ulus-devletler, aynı değerleri olan ve ortak ulusal politikaların şekillendirdiği bir çerçevede hayatlarını sürdüren milletlerin birlikte yaşadığı siyasi bir düzen olarak tanımlanmaktadır (Cebeci, 2006: 24).

Westfalyan modele¹ göre toprakları üzerindeki egemenlik yetkisi ulus - devletin bir siyasal kurum olarak en önemli gerekliliklerindedir. Küreselleşme süreci ile paralel olarak ulus - devletler denetim gücünü kendileri dışında uluslararası kurumlar, çok uluslu şirketler veya sivil toplum örgütleri gibi başka aktörlerle de paylaşmak durumunda kalmıştır. Bu çerçevede, ulusların/milletlerin self-determinasyon hakkına sahip olması veya özerkliği olguları da dile getirilmeye başlanmış ve bu durum ulus - devletlerin varlığını tehdit eder bir unsur olmuştur. Söz konusu özerklik ya da egemenlik kaybı ulus - devleti meşru kılan ulusu/milleti amaçsız ve kimliksiz bir hale dönüştürmektedir. Bu şekilde

¹ 1648 yılında Otuz Yıl Savaşlarından sonra imzalanan Westfalya Anlaşması, "ulusal devlet egemenliği" ilkesini uluslararası alanda ilk kez dile getirmiş ve temel hak olarak kabul etmiştir. Bu tarihten sonra ulus - devletler, uluslararası ilişkilerde temel ve belirleyici aktör konumuna gelmişlerdir. Ulus - devlet anlayışının ortaya çıktığı süreci başlatmış olan Anlaşma ile Ortaçağ Avrupası da modern zamanlara geçiş yapmıştır. Westalyan model bu Anlaşma ile doğan ve kabul edilen klasik ulus - devlet sistemini nitelendirmektedir.

meşruiyet kaybı yaşamak, ulus-devletin aleyhine ancak egemenlik yetkisini paylaştığı diğer aktörlerin lehine sonuçlar doğurmaktadır (Esgin, 2001:185-192)
Yerelleşme hareketi ile ulus-devletlerin en önemli ve olmazsa olmaz varoluş unsuru olan kimlik için parçalanma riski söz konusu olmaya başlamıştır. Bu durum da ulus-devletin siyasi meşruluğunun sorgulanmasına sebep olmaktadır (Ateş, 2006: 33). Tüm bu gelişmelere paralel olarak da yerel kimliklerle kendilerini tanımlayan toplulukların özerkleşme talebi ulus-devletlerin varlığını tehdit eden başka bir sorundur. Sarıbay'a göre (1198: 29-30), küreselleşme, farklılıkları meşru bir zemine oturtmaya çalışırken, aynı farklılıklardan dolayı kendilerini üstün gören toplulukların despotizmine ve baskılarına maruz kalma durumunu da oluşturabilir.

Modernist Söylemden Postmodernist Söyleme Geçiş

Herkesin kabul edeceği üzere küreselleşme bir modern zaman kavramıdır. Ancak kavramı bir de postmodernist² bir bakış açısıyla irdelemek küreselleşmenin kimlik üzerine yaptığı etkinin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Postmodernist kuramcı olan Francois Lyotard (1984), postmodernizmi farklılıkların etkinliğinin artırılmasını amaçlayan ve modernitenin karşısında olan bir kavram olduğunu ifade etmektedir. Postmodernist söylem, farklı olanı ve özgül yapıyı vurgulamaktadır. Bu noktada, postmodernist yaklaşımın, küreselleşme sürecinde kimliğin aldığı yeni formunun daha net ortaya konulmasını sağlayacak bir bakış açısı sunduğunu söylemek mümkündür. Bauman'dan aktaran Ateş (2009:99), modernitenin kimlik ile ilişkisini açıklanmasını aşağıdaki gibi özetlemiştir:

"Aslında modernlik efsanesine, sadece Batılı insanın güç atılımını gösteren bir dönem olarak değil, onun misyon ve ahlâki doğruluğunu da ispatlayan bir dönem olarak bakılabilir. Ama maalesef bu dönem, „bir yaratıcı yıkım, sürekli bir sökmeye ve yıkma çağı“ olmaktan kurtulamadı . Nitekim modern zamanlarda dominant kimlikler, azınlık durumundaki kimlikleri „öteki ve yabancı“ kesimler/kimseler olarak gördü ve onların nazarında bu öteki ve yabancılar, kendilerine benzemeleri için düzeltilmeleri gerekiyordu. Bunların varlığı sadece rahatsız edici ve kaygı verici bir durum değildi, aynı zamanda asimile edilmesi gereken varlıklar, bahçe içinde ayıklanması gereken otlar gibiydiler. Modernite işte tam da bu ön kabulden hareketle bir temizlik hareketine girişti. Mevcut nüfusunda yabancı ve terbiye edilmemiş otlar bulunuyordu. Böylece nüfusu ikiye böldü. Beslenecek ve özenle çoğaltılacak faydalı otlar, ayıklanacak ve kökünden yok edilecek yabancı otlarlardı. Yabancılar, tam da kökten temizlenecek gruba giriyordu. Çünkü yabancılar, mevcut düzenlerine sürekli bir tehdit unsurunu teşkil ediyordu."

Postmodernist yaklaşım yukarıda da bahsi geçen farklılıkları ortadan kaldırmak yerine farklılıkların üzerinden yeni bir dünya önermektedir. Tam olarak bu sebeple de küreselleşme sonucu ortaya çıkan yerel merkezli kimlik oluşumlarını destekleyen bir bakış açısı ortaya koymaktadır. Postmodernizm, modernizmin ulus-devlet modelini kimliği homojenleştiren yaklaşımını eleştirerek dinsel, etniksel ve kültürel farklılıkları, mezhepsel ayrılıkları, dezavantajlı ve dışlanan toplulukların haklarını savunmaktadır. Postmodernist söylem farklılıkları ön plana çıkarırken mağdur olmuş toplumsal grupların haklarını savunuyor da olsa, yerleşen kimliğin kültürel öğelerini bir tüketim nesnesi olarak sunması için küresel sermayeye fırsat yaratmaktadır (Featherstone, 2005: 22).

Küreselleşme süreci ile birlikte ortaya çıkan ve farklılıkları temel alan kültürel kimlik algısı modernizmin inşa ettiği ulus-devletler için tehlikeli bir durum ortaya çıkarmıştır. Küreselleşme hem evrensel bir yapıdan hem de farklılıklardan beslenerek ulus-devletlerin en temel unsurlarından olan "ulus"lara daha yerel bir kimlik farkındalığı sunarak çoğulcu kimliklerin tek seçenek olmadığı bir alan yaratmıştır. Bu durum şüphesiz ki siyaset bilimi perspektifinde ele alındığında milliyetçilik tartışmalarının da yeni bir boyut kazanmasını sağlamıştır.

² Pauline Marie Rosenau (2004) Postmodernizmi şu şekilde tanımlamıştır: "Kesinliğe karşı belirsizliği, düzene karşı düzensizliği, disipline karşı, esnekliği, benzerliğe karşı farklılığı, tikelliğe karşı çoğulluğu öne çıkararak merkezsiz, temelsiz, türevsel ve eklektik bir yapı sunar. Belirlenimsizliği, eşitlikçiliği, hümanizmi, liberal demokrasiyi, zorunluluğu, akılcılığı ve sorumluluğu sorgular."

Milliyetçiliğin Yeniden Yorumlanması

Milliyetçilik bir toplumsal hareket ve ideoloji olmaktan öte, bir kültür şekli olduğundan yine bu çerçevede incelenmelidir (Smith, 1991, s.118). Milliyetçilik, kolektif kültürün ve ulusların ortak kimliğinin temellerinden biridir. Dolayısıyla, milliyetçilik bir siyaset kuramı ya da doktrin olmaktan fazlası, bir bilinç ve ideoloji biçimidir. Milliyetçiliğin yeniden üretilen bir kavram olması söz konusu sürecin üzerinde durularak bu süreci şekillendiren ve yönlendiren öznelerle odaklanılmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu kapsamda, siyaset kuramları açısından düşünüldüğünde küreselleşme süreci, kimlik oluşumunu açıklayan ve aynı zamanda milliyetçilik anlayışının da üzerine kurulduğu söylemlerden biri olan (Gökalp, 2007: 282) özcü (ilkçi) yaklaşımın tam tersi bir durum yaratmaktadır. Özcü yaklaşım arka plana kültürü alarak kimlik kavramını açıklar. Bu yaklaşıma göre etnik kimlik kişinin ayrılmaz ve doğal bir parçasıdır. Yani etnisite ve kimlik arasında bir bağ ve süreklilik vardır ki bu sebeple de “öz”cüler için kimlik akışkan değildir yani değişmezdir (Altunoğlu, 2010). Küreselleşme sürecinde kimlik akışkan ve değişkendir. Bunun yanı sıra ulusların aslında tarihi süreç içerisinde inşa edilmiş olduğu düşüncesini savunan ve kimlik oluşumunu da bu yönde ele alan bir diğer yaklaşım olan modernist yaklaşıma aslında ulus-devletlerin de doğuşunu açıklayan bir söylem benimsemiştir. Yani, uluslar/milletler ve milliyetçilik ulus-devletlerin kurularak kapitalizm ve sanayileşme gibi „modern“ gelişmelerin sonucunda ortaya çıkmıştır. Başka bir ifade ile insanlık milliyetçilik çağında milletleri yaratmıştır. Bu durumu İtalya'nın kurulması sırasında önemli bir rol üstlenen Massimo d'Azeğlo da şu ifadelerle özetlemiştir: “İtalya'yı yarattık. Şimdi de İtalyanları yaratmalıyız” (Gökalp, 2007: 282). Kimlik bağlamında milliyetçiliği açıklayan özcüler ve modernistlerin yanı sıra bir “ara yaklaşım olarak ortaya çıkan etno-sembolcüler ise ulusun/milletin modern bir algı olduğunu kabul ederken bunun yüzyıllar öncesine dayanan etnisitelerle ilgili olduğunu varsayar. Bu yaklaşıma göre milletlerin ne oldukları temelde sahip oldukları etnik köklerle ilgilidir.

Postmodernist perspektifte kimlikte yaşanan değişimler, milliyetçilik retoriğinin de etkilenmesine neden olmuştur. Bu kapsamda postmodernistler tarafından özcülüğün kimlik söylemini reddederek kimliğin akışkan ve değişken bir yapıya sahip olduğu ifade edilmektedir. Bu durum postmodernistlerin kimliğe bakış açısını da ortaya koymakta ve küreselleşme sürecinin milliyetçilik söylemi üzerindeki en önemli etkisini de açıklamaktadır. Diğer taraftan postmodernizm modernist kimlik yaklaşımını da farklılıkların yaşanması gerektiğinin altını çizerek eleştirmektedir. Milliyetçilik tarafından üstün ve tek olarak tanımlanan milli kimlik kavramı postmodernist perspektifte kabul edilmemektedir. Etnik ya da kültürel olması fark etmeksizin hangi milliyetçilik sınıflandırmasında olursa olsun, milliyetçiliğin birleştiren ve tek bir paydada toplayan özelliği artık sorgulanmaya başlanmıştır. Bunun yanı sıra, alt kimlik ve üst kimlik gibi tartışmalar ile çokkültürlülük söylemleri dile getirilmeye başlamıştır. Ulus-üstü örgütlenmeler ile aynı çatı altında toplanan milletler için bir üst-kimlik oluşturulma düşüncesinin yaygınlaşmakta olduğunu söylemek mümkündür ki bu duruma en iyi örneklerden biri Avrupa Birliği (AB)'dir (Karaduman, 2010: 2896).

Küreselleşme sürecinin en önemli aktörlerinden biri olan AB, bu süreçte kimlik politikaları ve milliyetçi söylemler bakımından yaşanan gelişmelerin en önemli uygulamalarından biri olarak ele alınabilir. AB, kıta Avrupası'nda yaşayan ulusların, siyasi otoritelerinin iradesi ile güvenlik ve kalıcı barışı tesis etmek amacıyla öncelikle ekonomik sonrasında ise kademeli bir şekilde sosyal ve kültürel olarak birbirlerine bağımlı hale gelmek suretiyle oluşturdukları bir ulus-üstü örgütlenmedir. Modernist söyleme paralel olarak, AB oluşum sürecinde oluşturulmaya çalışılan kimlik inşasında ortak değer ve norm yaratma çabaları Birlik vatandaşlarının Birliğe uyum sağlama ve ait hissetme davranışlarının arttırılması için son derece önemlidir. Ancak burada yine küreselleşmenin toplumu hem homojenleştiren hem de tikelileştiren düalist tarafı kendini göstermektedir. Çeşitli semboller, mitler ve normlar oluşturularak bir üst kimlik yaratılırken aynı zamanda yerel kimliklerin de anlam kazandığı ve vatandaşlar tarafından daha çok sahiplenildiğini söylemek mümkündür. Başka bir deyişle yerel kimlikler oluşturulmaya çalışılan Avrupalılık kimliği karşısında daha önemsiz değildir. Üstelik sadece ulusal bazda değil, ulus-devlet milliyetçiliğinin de altında var olan yerel alt kimlikler bu anlamda oldukça belirleyici olabilmektedir ki İspanya'daki Katalan Bölgesi bu duruma örnektir.

Küreselleşmenin bir izdüşümü olan Avrupa bütünleşme sürecinde yerel milliyetçilik akımlarının arttığı gözlemlenmiştir. AB'de milliyetçi davranışların önünü kesemezse ayakta kalmasının mümkün

olmayacağı görüşü giderek kendini kabul ettirmeye başlamıştır (Güler, 2011: 58). Avrupa Komisyonu Başkanı Jean-Claude Juncker, katıldığı bir televizyon programında³ bu durumu şu şekilde ifade etmiştir: *“En büyük tehlike milliyetçilik. Milliyetçilik Avrupa Birliği'nin küresel anlamda önemli rol oynamasını engelleyerek birlik ve beraberliğimizi baltalamamalı.”*

Bu durum tersten okunduğunda, AB ve dolayısıyla parçası olduğu küreselleşme hareketi de milliyetçilik için bir tehlikedir. İşte tam olarak bu sebeple küreselleşme sürecinde milliyetçilik etkinliğini yitirmekte, yerel kimlikler ön plana çıkmakta ve buna bağlı olarak da ulus - devletin egemenlik alanı giderek küçülmektedir.

Sonuç

Küreselleşme süreci, özellikle son 40-50 yıldır yaşanan gelişmeler sonrasında, dünya için siyasi alanda kimlik ile ilgili yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bu süreçte, kişisel kimliklere ait özellikler olan cinsiyet, etnik köken, din ve kültür konuları gün geçtikçe daha dikkat çekçi ve durağan olmayan bir hale gelmeye başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte gelişen postmodernist söylem modernizmin yarattığı ulus-devletleri de etkilemiş ve ulus-devletlerin en temel unsurlarından olan milliyetçilik kimliğinin yeniden şekillenmesine neden olmuştur. Çünkü millet ulus-devletleri oluşturan ve aynı zamanda meşruiyetlerini sağlayan en önemli olgudur.

Millet algısı ve kabulünün oluşumunda ise alt benlikteki kimlik bileşenlerinin önemi çok büyüktür. Küreselleşme süreci ile birlikte başlayan postmodernizm, toplumsal aidiyetleri ve kimlikleri parçalayarak yerel milliyetçilikler ortaya çıkmıştır. Küreselleşme sürecinde yerel kimliklerin ön plana çıkması, oluşturulmaya çalışılan üst kimlik çabalarını da sekteye uğratmıştır.

Bu kapsamda milliyetçilik için, neredeyse iki yüzyıllık tarihinde, belki ilk kez anlamını yitirmeye başladığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Feodal rejim ve imparatorluklar dönemini yıkarak ulus-devletler dönemini başlatan bir siyasal ideoloji olarak milliyetçiliğin son dönemine girmiş olabileceği birçok yazar ve düşünür tarafından dile getirilmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen bazı çalışmalara göre, küreselleşme, milliyetçiliği ve dolayısıyla ulus-devlet, egemenlik, ulusal bağımsızlık gibi kavramları zayıflatmış ve hatta içini boşaltarak anlamını yitirmesine sebep olmuşken, buna karşın bazı yaklaşımlar ise, söz konusu kavramların, küreselleşme sürecinde de, bir dönüşüm geçirerek varlıklarına devam edeceklerini ileri sürmektedirler.

Sonuç olarak milliyetçilik ve küreselleşme ilişkisi, küreselleşme ile ilintili olan pek çok kavram gibi tartışmalı bir konu olma özelliğini sürdürmektedir. Ancak açık olan şudur ki; küreselleşme ile birlikte kimlik algılarının ve buna bağlı olarak milliyetçilik tanımının yerelleşerek form değiştirmiş olması gerçeğidir. Bu kapsamda, milliyetçilik söyleminin yakın bir tarihte tamamen siyasi söylemler arasından kaybolacağını söylemek mümkün değildir ancak artık bilindik ve klasikleşen haliyle de kendisine bir yer bulması ve bu minvalde etkinliğini korumasının da zor olduğu aşıkardır.

³ Detaylı bilgi için <http://tr.euronews.com/2017/10/26/juncker-milliyetcilik-ab-icin-buyuk-tehlike> Erişim tarihi: 06.06.2018

Kaynakça

Altunoğlu., (2010). "Millet İnşâ: Özcü, Modernist ve Etno-Sembolcü Yaklaşımlar" Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, <http://dergipark.gov.tr/dpusbe/issue/4768/65570> Erişim Tarihi: 09.05.2018

Ateş, D. (2006). Küreselleşme: Ne Kadar Tek Boyutlu?, Doğu Üniversitesi Dergisi, 7 (1), ss: 25-38

Aydın, M. S. (2002). "Küreselleşmeye Genel Bir Bakış", Siyasi, Ekonomik ve Kültürel Boyutlarıyla Küreselleşme, Ufuk Kitapları: İstanbul

Cebeci, K. (2008), "Küreselleşme Bağlamında Ulus-Devletin Egemenlik Gücünün Dönüşümü", Sayıştay Dergisi, Sayı:71, Ankara.

Esgin, Ali (2001), "Ulus-Devlet ve Küreselleşmeye İlişkin Bazı Tartışmalar", Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.25, Sayı.2, (185-192)

Friedman, J. (1997). "Being in the World: Globalization and Localization", Mike Featherstone (edt.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, London, Sage Publications, 1997.

Gökalp, E. (200). Milliyetçilik: Kuramsal Bir Değerlendirme. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt/Vol.:7- Sayı/No: 1 ss: 279-298

Güler, B. Ş. (2011). Küreselleşmenin Merkezi Aktörlerinden Biri Olarak Avrupa Birliği. Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi Cilt: 10, No:2 (Yıl: 2011), ss.47-62

Held,D.; Mc Grew, A.; Goldblatt D. ve Perraton J. (1999. Küresel Dönüşümler, Siyaset, Ekonomi ve Kültür.(Çev. ve Ed. Kudret Bülbül) Küreselleşme Temel Metinler, (s132-154). Ankara: Orion

Lazslo, E. (2004). Küresel Bakmak Evrensel Düşünmek, (Çev: İbrahim S. Canbolat) Nobel: Ankara

Lyotard, F. (1984) *The Postmodern Condition*, University of Minnesota Press

Karaduman, S. (2007). Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. Journal of Yasar University 2010 17(5) ss: 2886-2899

Melucci, A. (1995). Süreç Olarak Kolektif Kimlik (Çev: Fırat Mollaer) Kimlik Politikaları (Ed: Fırat Mollaer) Doğu Batı: İstanbul ss: 76 – 104

Parekh, B (2009). Kimliğin Mantığı. (Çev: Suat Aksoy). Kimlik Politikaları (Ed: Fırat Mollaer) Doğu Batı: İstanbul ss: 53-76

Pauline M.R. (2004). Post-modernizm ve Toplum Bilimleri, (Çev. T.Birkan), Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara

Sasaki, M. (2004)."Globalization and National Identity in Japan", <https://doi.org/10.1111/j.1475-6781.2004.00054.x>

Sarıbay, A. Y. (1998). "Küreselleşme, Postmodern Uluslaşma ve İslam", *Küreselleşme Sivil Toplum ve İslam*, (Der. F.Keyman-A.Yaşar Srıbay), Vadi Yayınları: Ankara,

Sarıbay, A. Y. (2004). Global Toplumda Din ve Türkiye, İstanbul: Everest Yayınları

Smith, A.D. (1999). *Myths and Memories of the Nation.*, Oxford: Oxford University Press

Şimşek, U. ve Ilgaz, S. (2007). Küreselleşme ve Ulusal Kimlik. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , Cilt 9, Sayı 1, s:189-199

Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi,
International Humanities and Social Science Review (IHSSR),
Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

Yalçınkaya, M. H., Çılbant, C. ve Yalçınkaya N. (2012). "Küreselleşme İle Yeniden Şekillenen Ulus-Devlet Anlayış" Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Sayı: 8, Kış ISSN 1307-9832



**ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL
BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)**
**INTERNATIONAL HUMANITES AND SOCIAL
SCIENCE REVIEW (IHSSR)**

Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

**TURİZM PAZARLAMASINDA ÇEVİRİMİÇİ SİTELERİNDEKİ MÜŞTERİ YORUMLARI VE
PUANLAMA SİSTEMİNİN OTEL SATIŞ FİYAT TERCİHLERİNE ETKİSİ**

Onur TUNÇALP *

Dr.Öğr. Üyesi Necmiye Tülin İRGE**

MAKALE BİLGİSİ

ÖZ

Makale Tarihiçesi:
Başvuru : 29.07.2018

Revizyon : 20.11.2018

Kabul :20.11.2018

Orcid Numarası:
0000-0003-3835-3558
0000-0001-5460-9221

Anahtar Kelimeler: E-Turizm,
İnternet Pazarlaması, Turizm
Pazarlaması

Son yıllarda, internetin gelişmesi ile birlikte turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler bu gelişmeyi değerlendirerek internet üzerinde hizmet veren çevrimiçi rezervasyon siteleri kurmuşlardır. Bu sebeple, çevrimiçi rezervasyon sitelerinde, konaklama işletmeleri ürünlerini pazarlamalarında satış fiyatının uygun olması yanı sıra, sitedeki puanlama sistemi ve önceden aynı konaklama işletmesinde konaklamış müşterilerin çevrimiçi sitelerde, otel hakkındaki yorum paylaşımları, yani müşteri yorumları da diğer turizm müşterilerinin kararlarını etkilemekte büyük etken oluşturmuştur. Araştırma kapsamında literatür aşaması iki bölümden oluşmuştur. İlk bölüm, turizm pazarlaması kavramı ve gelişimi araştırılmıştır. İkinci bölüm, internet pazarlaması kavramı ve internetin gelişimi, e-ticaret ve turizm sektörü: e-turizm kavramları, e-turizmde çevrimiçi seyahat pazarı gelişimi açıklanmıştır. Araştırmanın analiz kısmında, anket çalışması sonucu, çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki müşteri yorumları ve puanlama sisteminin otel satış fiyat tercihlerine nasıl bir etkisi olduğu analizi yapılarak, sonuç kısmında yorumlanmıştır.

**THE CUSTOMER REVIEWS AND SCORING SYSTEM EFFECTS FOR SALES PRICE OF
CHOICE HOTELS IN ONLINE SITE OF TOURISM MARKETING**

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History:
Received : 29.07.2018

Revised : 20.11.2018

Accepted : 20.11.2018

Orcid Number:
0000-0003-3835-3558
0000-0001-5460-9221

Keywords: E-Tourism,
Internet Marketing, Tourism
Marketing

In recent years, the development of the internet has evaluated this development in the enterprises operating in the tourism sector and established online reservation sites which serve on the internet. For this reason, in addition to the fact that the sale price is appropriate for the marketing of the accommodation business products in the online reservation sites, the scoring system and customer comments on the site are also important factors affecting the decisions of the other tourism customers. Within the scope of the research, the literature phase consists of two parts. In the first part, the concept and development of tourism marketing is investigated. In the second part, the concept of internet marketing and internet development, e-commerce and tourism sector: e-tourism concepts, online travel market development in e-tourism are explained. As a result of the survey conducted in the analysis of the survey, customers in the online hotel booking site review and scoring system of preferences Analyzing how sales prices have an impact, were reviewed at the conclusion.

* Yüksek Lisans Öğrencisi; İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü; İşletme Programı; Onur Tunçalp onurtuncalp@gmail.com **İstanbul Aydın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi; Dr. Öğretim Üyesi Necmiye Tülin İrge ntulinirge@gmail.com

** İstanbul Aydın Üniversitesi

GİRİŞ

Turizm sektörü son yıllarda ülke ekonomilerinde büyük rol almaya başlamış ve gelişme gösteren bir sektör haline gelmiştir. Sektör ile ülkeye, döviz girdisinin daha hızlı olması, turist alan ülkenin güven arttırması, sıcak para akışının fazlalaşması, iş istihdamı sağlaması gibi birçok alanda ülkeye katkısı vardır. Turizm sektörü, bir ülkenin ekonomisine doğrudan ve dolaylı yoldan birden fazla sektöre katkı sağlamaktadır. Turizm, dünyada 19.yüzyıl ile büyümeye başlamıştır. Bu sektörde öncülük eden ve günümüz de dünya turizm sektöründe önemli rol oynayan Thomas Cook, Hilton gibi uluslararası markalar ortaya çıkmıştır. Ayrıca insanların tatil, iş ve çeşitli nedenlerle seyahat etme ve konaklama istekleri arttıkça, birçok ülke bu fırsatı değerlendirmeye başlamıştır. Ülkemizde ise Turizm 1980'den sonra gelişmeye başlamış ve sektör için yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Günümüzde, Türkiye turizm ve hizmet sektöründe dünyanın önde gelen ülkelerinden biri haline gelmiştir. 2014 Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, Türkiye 6'ncı sırada yer almıştır. Dünya'da birinci sıra da Fransa, ikinci sıra Amerika Birleşik Devletleri, üçüncü sıra da İspanya yer almıştır. Türkiye'nin üst sıralarda yer almasının en büyük nedenlerinden biri turizm çeşitliliğinin ülkemizde fazla olmasıdır. Türkiye'de 1990'lar da turist sayısı 5 milyon iken, 2014 yılı itibari ile 36 milyonu geçmiştir.

2000'ler den sonra dünyada ve ülkemiz de hızla gelişen teknoloji ve internet, firmalar arası rekabeti ve internet üzerinden ürün satışını arttırmıştır. Bu durumu, Turizm sektöründe de görebiliriz. Son yıllarda internetin hayatımızın her alanında yer alması ve bunun sonucunda sosyal medya, forumların yaygınlaşmasıyla, pazarlama çeşitleri de gelişmiş ve günümüzde e-ticaret ortaya çıkmıştır. E-ticaret, internet üzerinden ürünleri satmaya yönelik bir pazarlama aracı olarak adlandırılır. Turizm sektörü de e-ticaretten etkilenmiş ve turizmde, e-turizm kavramı ortaya çıkmıştır. E-turizm, son yıllarda internetin hayatımız da ortaya çıkması ve kullanımının artması, insanların da interneti yaşam biçimi haline getirmeleri ve internet üzerinde yemek, kıyafet, bölge, tatil gibi ürün çeşitlerini araştırması ve satın alma eğilimlerinin artması üzerine, online turistik tanıtım ve satış kanallarının ortaya çıkmasını sağlamış ve ürünlerin pazarlamalarında hatırı sayılır bir artış göstermiştir. Bunu, Turizm sektöründe hizmet veren otel işletmeleri içinde söyleyebiliriz. Çünkü, seyahat edecek kimselerin, seyahat edeceği destinasyonu önceden turistik internet kanalları üzerinden araştırarak (turistik blog, turistik yorum siteleri veya çevrimiçi rezervasyon siteleri) bilgi edinmesi, hatta kalacağı yer ile ilgili önceden konaklamış kimselerin yorumlarına ve site puanlama sistemine önem vererek konaklama yerini seçmesi bu önemi doğrulamaktadır. Seyahat eden kimselerin internet üzerinden gidecek ve kalacakları oteller ile ilgili her türlü olumsuz ve olumlu yorumları görebilmeleri, turistlerin kararlarında en büyük etken oluşturmaktadır ve bazı turistler puanlama sistemi, müşteri yorumları üzerinden konaklanacak oteli seçmektedir. Bütün bu veriler bir otel işletmecisini, 'Potansiyel müşterilerin, çevrimiçi rezervasyon kanallarında otel satış fiyatlarını belirlerken daha çok nelerden etkilendikleri?' sorusuyla karşı karşıya bırakmıştır. Türkiye'de her işletme gibi konaklama işletmelerinde de amaç para kazanmaktır. Ama, potansiyel müşteri dediğimiz kitleyi işletmeye çekmek için ise, konaklama işletmesine gelen müşterilere kaliteli hizmet vermek önemlidir. Çünkü, konaklayan müşteriler, günümüzde tatil deneyimlerini internet üzerinden paylaşmaktadır ve çevrimiçi rezervasyon sitelerinde geri bildirim, puanlama olarak değerlendirme yapabilmektedirler. Birçok konaklama işletmesi, bu konuda yetersiz ve düşük kalitede pazarlama stratejisi uygulamaktadır. Bu olgu beraberinde hizmet kalitesini de olumsuz olarak etkilemektedir. Bu araştırma yapılırken, yukarıda belirtilen konular üzerinde, turizmin ve internetin gelişimi sonucu, turizmde oluşan yeni kavramların incelenmesi, bu kavramlar sonucunda, konaklama işletmelerinin pazarlamalarına doğrudan etki yaratan çevrimiçi rezervasyon sitelerinden yararlanan müşterilerin otel tercihlerinde nelere dikkat ettiklerinin, oteller tarafından, müşteri geri bildirimleri ve puanlama sistemlerinin, müşterilerin otel fiyatları açısından tercihlerini nasıl etkilediği araştırılması ön görülmüştür.

TURİZM PAZARLAMASI

Turizm bir hizmet sektörüdür ve hizmetlerin ayrı ayrı kendine ait özelliklerinden dolayı turizm pazarlamasını farklılaştırmaktadır. Turizm hizmetlerinin bu özellikleri pazarlama faktörünü gerçekleştirirken de bazı değişiklikler yapılması gerekmektedir. Kısacası, pazarlamanın temel yaklaşımlarını hizmet işletmelerine uyum sağlayacak biçimde yenileyerek ve değiştirilerek uygulanmalıdır. Aynı zamanda turizm işletmelerinin de kendine has özellikleri mevcuttur. Örneğin, turizm işletmeleri emek yoğun işletmelerdir. Bu yüzden insan olgusu son derece önemlidir. Bütün hizmet işletmelerinde bu durum aynı değildir. Ayrıca, turizm sektörünün özellikleri de pazarlama

faaliyetleri uygulanırken dikkat edilmelidir(Uygur,2007). Dünya Turizm Örgütü (WTO) turizm pazarlamasını, “Bir turistik merkezin veya turizm işletmesinin en yüksek kazanç elde etme hedefine uygun olarak, turizm hizmetinin pazarda uygun ir yer almasını sağlamak amacı ile turizm talebinin özelliklerini de dikkate alarak turistik ürün ile ilgili araştırma, tahmin ve seçim yapmayı hedefleyen ve bu konularda, alınacak kararlarla ilgili bir yönetim felsefesi” olarak tanımlamaktadır (İçöz, 1996;21). Pazarlama işletmenin en önemli fonksiyonu olmakla beraber bir felsefe gibi kabul görmektedir. İşin tasarlanması ve yapılandırılmasıdır. Pazarlama süreci reklam kampanyaları veya ayın fırsat ürünü gibi uygulamalardan daha fazlasıdır. Resepsiyonist’den, kat hizmetçisine ve genel müdürüne kadar her bölümün, departmanın bir parçasıdır (Kotler, Bowen, Makens, 2003). Turizm, öncelikli iki endüstri olan konaklama ile seyahat endüstrisinden meydana gelmektedir. Başarılı bir konaklama hizmeti pazarlaması büyük ölçüde seyahat endüstrisi ile iş birliğine bağlıdır. Birçok otel misafiri seyahat acenteleri aracılığı veya tur operatörlerinin sunduğu tur paketlerini satın almaktadır. Tur operatörleri tarafından sunulan bu paketlere katılım oldukça oteller pazardaki rakiplerine baskın olmakta ve rakiplerini geride bırakmaktadırlar (Kotler vd., 2000;232).

Turizm pazarlaması özellikleri

Turizm pazarlamacıları hizmetleri dört temel faktörü göz önüne alarak pazarlamak zorundadırlar. Bu özellikler, soyutluk, ayırt edilemezlik, heterojenlik ve kolay bozulabilir olması (Kotler vd., 2000;256). Hizmet endüstrisinin ürünlerini, diğer endüstri ürünlerinden ayıran bu dört temel faktör (Laws, 2002;271);

Soyutluk, müşterinin hizmet ürününü satın almadan önce denem imkanı olmaması.

Ayırt edilemezlik, müşteri hizmetin bir parçası olarak görülmektedir ve hizmet süresince doğrudan hizmeti veren işletme ve personeliyle etkileşim içindedir.

Heterojenlik, belirli bir hizmet her müşteri tarafından farklı bir biçimde tecrübe edilir.

Kolay bozulabilir olması, işletme satılmayan her bir hizmet ürünü stoklayamaz.

Turizm pazarlaması unsurları

Turizm pazarlaması karmaşasının çoğaltılabilmesi ile ilgili konuyu belirtmek gerekmektedir. 4 P karması, turizm pazarlamasında 7 P’ye çıkartılabilmektedir. 4 P’ye ek unsurlar olarak, İnsanlar (görevliler), fiziksel kanıt ve yöntem eklenmektedir (Akova, 2009;6).

Turistik Ürün, bir talep veya ihtiyacı karşılama ihtimali olduğunda, tüketilmek, kullanılmak, dikkat çekmek ve harcanmak üzere, hedef pazara sunulan herhangi bir şey olarak tanımlanmaktadır (Kotler, 2003). Bir hizmet işletmesinde başarının sağlanmasının anahtarı “hizmet kalitesidir”. Pazar içerisinde rakiplerden farklı işler ortaya koymak yine hizmet kalitesi ile ilişkilidir. Devamlı olarak yüksek kalitede hizmet sunulmasıdır fark yaratan durum. Örnek olarak ücret ve yer açısından eşit olan iki otelin arasındaki fark sundukları hizmette belirlenebilir ve talep yaratan faktör olabilir (Mucuk, 2014;312).

Dağıtım, Turizmde dağıtım kanalı; “turistik ürünleri kullanma hakları ile birlikte üreticiden tüketiciye ulaştırmak için girişilen çabaları, aralarında toplumsal ve ekonomik ilişkiler kurarak sağlayan işletme içi örgütsel birimlerin ve işletme dışı pazarlama kurumlarının oluşturduğu bir yapıdır” (Akat, 2000). Turizm işletmeleri, dağıtım çalışmalarını herhangi bir aracı firma olmadan doğrudan işletmenin kendisi organize edeceği gibi, bir aracı kurum ile anlaşarak da dağıtımını yönlendirmek için yardım alabilirler. Turizm işletmeleri ürettikleri hizmeti sadece ülke içinde veya çevresindeki müşterilere değil, bulunduğu ülke dışındaki yerlerde ki müşterileri de hedef alarak planlamakta ve hizmet sunmaktadırlar. Bu neden ile dağıtım kanalları, konaklama işletmelerinin ürünlerini pazarlamada önemli rol oynamaktadır (Uygur, 2007;67).

Fiyatlandırma, pazarlama karması söz konusu olduğunda fiyatlandırma gelir getiren tek başlık olmaktadır. Bunun dışında kalanlar ise maliyettir. Uzmanlarca savunulan görüş pazarlama yöneticileri üzerinde fiyatlandırma ve fiyatlandırma rekabetinin en büyük sorun olduğudur. Sık karşılaşılan hataların başında ise esnek olmayan fiyat politikalarının olmasıdır. Bu sorun devamında işletmeyi başarısızlığa sürükleyebilir. Yöneticiler yaptıkları işin gereği olarak fiyatlandırma koşullarına hakim olmalıdır (Kotler, Bowen, Makens, 2003). Hizmet sektöründe fiyat, hem ekonomik hem psikolojiktir.

Fiyatın psikolojik rolü hizmetlerde biraz büyütülmüştür. Çünkü, diğer hizmet kalitesi belirteçleri yoksa, tüketici kalite belirteci olarak sadece fiyata dayanmak zorundadır. Ekonomik rolü bakımından fiyat işletmedeki geliri belirler ve karları etkiler. Pazarlama yöneticisi, fiyatın müşteriye ürün ile ilgili fikir verdiğinin bilincinde olmalıdır (Holloway ve Plant, 1992).

Tutundurma karması geleneksel olarak, reklam, satış-geliştirme, kişisel satış ve halkla ilişkiler olmak üzere dört karmada toplanmaktadır. Teknolojik gelişmelerin artması, yeni teknolojilerin iletişim masraflarını azaltması, işletmelerin kitle ve yüz yüze iletişim kurmasına ağırlık vermesine imkan tanımaktadır. Bu teknolojik gelişmeler sayesinde işletmeler hem geleneksel medya, hem de daha yeni medya araçlarıyla müşteriyle iletişim kurmaktadır. Bu da doğrudan pazarlamanın tutundurma karmasının bir elemanı olarak görülmesini sağlamaktadır (Uygur, 2007). Turizmde markaya bağlılık az olduğundan dolayı yoğun tanıtım çalışmaları yapılması gerekmektedir. Son zamanlarda turizm için tanıtıma harcanan büyük bütçeler turizm endüstrisinin içerisindeki rekabetin bir sonucu olmaktadır. Bunun sonucunda tanıtım çalışmalarının da en yeni tekniklerin çerçevesinde yürütülmesi gerekir (Avcıkurt,2009;130). Bir turizm işletmesinin başarılı olabilmesi için tutundurma faaliyetlerini nasıl kullanacağını, nasıl birleştireceğini bilmelidir (Angelo ve Vladimir, 1994).

İNTERNETİN GELİŞİMİ VE İNTERNET PAZARLAMASI

Dünyada 1990'lı yıllarla adına dijital çağ denilen yeni bir ekonomik çağ başlamıştır. Teknolojinin ve internetin gelişimiyle birlikte tüm ekonomik ilişkiler revize edilmiş toplumsal iletişimin sınırları yeniden çizilmeye başlanmıştır (Yılmaz, 2009). Web teknolojilerinin gelişmesi ile paralel olarak çeşitli dönemlere ayrılmaktadır (Aksu, Candan ve Çankaya, 2011). Web 1.0 dönemi, coğrafik ve zamansal sınırların kalktığı dönem olarak ifade edilebilir. Bu dönemde işitsel ve görsel tüm evreler internet ortamında barınmaya başlamış, toplumlar birbirleriyle eş zamanlı olarak iletişim kurabilmişlerdir. İşletmelerin, internetin önemini kavrayamaması da, sonraları bu ortamın ne kadar önemli olduğunu ve işlerini hızlandırdıklarını fark ettikleri dönemdir. Web siteleri, e-mail, intranet v.b. vasıtalar ile hem çalışanları, hem bayileri ve tedarikçileriyle, hem de tüketicileriyle aynı anda iletişime geçmek için kullanılmaya başlanmıştır (Alıklıç, 2011). Web 2.0 kavramını ilk ortaya koyan O'Reilly medyanın kurucusu olan Tim O'Reilly olarak bilinse de bu kavramın asıl sahibi, 1999 yılındaki makalesinde bu ibareye yer veren Darcy D'Nucci'dir (D'Nucci, 1999). Tim O'Reilly 2004 yılından bu kavramı Web 2.0 Conference da (Günümüzde Web 2.0 Summit) kullanarak popüler hale getirmiştir (O'Reilly, 2005). Kullanıcılar Web 1.0 döneminde olduğu gibi pasif ve tüketici değil, tam aksine üretici ve aktif bir rol üstlenmiştir. Kullanıcılar Web 2.0 dönemi ile içerik oluşturmaya bu içerikleri paylaşmaya, yorumlamaya başlamışlardır. Myspace, blogger, wikipedia, facebook ve youtube gibi sitelere yüklenen içerikler geometrik olarak çoğalmaya başlamıştır (Burç, 2012). Web 3.0 döneminin daha iyi anlaşılması için şöyle bir örnek verilebilir. Eksikleri internetten sipariş veren bir buzdolabı teknolojik bir ürün olmak ile birlikte Web 2.0 döneminin bir ürünüdür. Günümüzde bu tarz ürünler mevcuttur. Bir buzdolabına "Bu akşam dayımlar gelecek, ona göre yemek hazırlığı yap" şeklinde semantik-anlamsal bir komutun verilir buzdolabının, kişinin dayısı ve ailesinin yemek alışkanlıkları ve diyet programlarını dikkat ederek, gelecek kişi sayısını hesap ederek ona göre eksiklerini sipariş etmesi ise web 3.0 çağına ait bir hizmet olacak (Özmen, 2012). Literatürde web 4.0 ve web 5.0 teknolojilerinden de geleceğin internet projeleri olarak bahsedilmektedir. Bütünüyle dijital ve yapay zeka üzerine kurulu bir dünyada depolamanın web ile yapıldığı bir düzen inşa edilerek networkler üzerinden birbirine bağlanma imkanı yaratılacağından bahsedilmektedir (Koren, 2012). Günümüzde, web teknolojileri sahip olduğu özellikleri ile işletmelere sınırlardan bahsedilemeyen bir pazarlama mecrası sunmuştur. İnternetin ilk dönemlerinde bu mecranın ne kadar etkin kullanılabileceği tam anlaşılammış olsa da web 2.0 döneminin ardından pazarlama amaçlı kullanılmaya başlanmıştır. İnternetin sunmuş olduğu fırsatlar ile her geçen gün pazarlama ve pazarlama iletişimi konusunda sınırları zorlamakta ve kreatif fikirler ortaya çıkmıştır (Kocabaş, 2012). İnternet alanında kaydedilen önemli ilerlemeler pek çok işletme ve müşteriye bu küresel elektronik pazarı cazip gelmekte ve pazara ilgiyi arttırmaktadır. İşletmelerin internetin her aracını kullanarak, pazarlama faaliyetlerini etkili şekilde kullanabilmektedirler (Ellsworth, 1999;12).

Dünya'daki İnternet Kullanıcıları Sayısı

Dünyada internet kullanıcıların sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu neden ile kesin bir sayı verilememekle birlikte, kullanım alanının her geçen gün genişlediği belirtilmektedir (Mucuk, 2014;255). Aşağıda tablo 6'da verilen veriler İnternet World Stats 2016 dünyada internet kullanımının en fazla 20 ülke üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 1: İnternet Kullanımı En Fazla Olan 20 Ülke

İnternet Kullanımı En Fazla Olan 20 Ülkeler			
Ülkeler	Ülke Nüfusu	Kullanıcı Sayısı	Kullanım Oranı (%)
1. Çin	1,388,232,693	731,434,547	52,7
2. Hindistan	1,342,512,706	462,124,989	34,4
3. ABD	326,474,013	286,942,362	87,9
4. Brezilya	211,243,220	139,111,185	65,9
5. Endonezya	263,510,146	132,700,000	50,4
6. Japonya	126,045,211	118,453,595	94
7. Rusya	143,375,006	104,553,691	72,9
8. Nijerya	191,835,936	93,591,174	48,8
9. Almanya	80,636,124	71,727,551	89
10. Meksika	130,222,815	69,915,219	53,7
11. Bangladesh	164,827,718	66,965,000	40,6
12. İngiltere	65,511,098	60,273,385	92
13. İran	80,945,718	56,700,000	70
14. Fransa	64,938,716	56,367,330	86,8
15. Filipinler	103,796,832	54,000,000	52
16. İtalya	59,979,978	51,836,798	86,7
17. Vietnam	95,414,640	49,741,762	52,1
18. Türkiye	80,417,526	46,196,720	57,4
19. Güney Kore	50,704,971	45,314,248	89,4
20. Tayland	68,297,547	41,000,000	60
Diğer Ülkeler Top.	2,480,288,356	993,023,867	40
Dünya Toplamı	7,518,028,970	3,731,973,423	49,6

Kaynak; www.internetworldstats.com/stats.htm

İnternet kullanıcı sayısı ülkelere göre dağılımını gözlemlediğimizde birinci sırada olan ülke Çin, 2016 yılı itibari ile 1,388 milyar nüfusunun 731 milyonu internet kullanıcısıdır. İkinci sırada gördüğümüz Hindistan ise, 1,342 milyar nüfusunun 462 milyonu internet kullanıcısıdır. ABD, 2012 rakamlarına göre ikinci sırada yer alsada da 2016 yılında Hindistan ile yer değiştirmiştir. ABD'nin 326 milyon nüfusunun 286 milyonu internet kullanıcısı bulunmaktadır. Brezilya önceki senelerde Japonya'nın altındayken, 2016 yılında dördüncü sırada yer almaktadır. Brezilya'da 211 milyonluk nüfusun 139 milyonu internet kullanmaktadır. Japonya ise 2016 yılı verilerine göre 126 milyon nüfusa sahip ve 118 milyonu internet kullanmaktadır. Fransa ve İngiltere gibi ülkeler ise internet kullanımında ilk 10'daki yerini başka ülkelere vererek geriye düştüğü görülmektedir. Türkiye ise 2012 yılı verilerine göre on beşinci sıradayken, 2016 verilerine göre on sekizinci sıraya gerilemiştir. Türkiye'de 80 milyon nüfusunun 46 milyonu internet kullanıcısı bulunmaktadır. 2012'de ilk 20 listesinde olan ülkelerden İspanya ve Mısır, 2016'da internet kullanıcısı en çok olan ilk 20 ülke arasında yer almamaktadır. 2016'da bu listeye dahil olan ülkeler ise Tayland ve Bangladesh'dir. Dünya'da internet kullanım oranı %49,6 olarak verilmiştir. Ülkeler üzerinden değerlendirilirse, ülkelerin nüfuslarına göre değerlendirmede, Japonya %94 oranı ile nüfusa bağlı internet kullanım oranı en yüksek olan ülkedir. Japonya'dan sonra İngiltere %92, Güney Kore %89,6, Almanya %89 ve ABD %87,9 olarak kullanım oranı en yüksek ilk beş ülkeyi oluşturmaktadırlar. Listenin ilk sırasında Çin internet kullanım oranında %52,7 ve Hindistan ise %34,4 olarak görülmektedir.

Türkiye'de internet kullanım oranı nüfusa bağlı olarak %57,4'dür (internet world statistic,2016).

İnternet pazarlaması unsurları

Dijital devrimin yaşanmasıyla belli kavramlarda yaşanan köklü değişiklikler işletmeler üzerinde etkili olmuştur. Bir işletme sınırlarına bağlı kalmaksızın daha fazla kişiye ulaşabilmeyi amaç edinmiştir. Hatta daha da ileri olarak şirket hiç yer kaplamayıp sadece sanal olarak var olabilmektedir. Böylece her yere ulaşabilmektedir. Karşılıklı mesajlar hızlı olarak iletilmekte ve müşteri ile kesintisiz bir iletişim ağı oluşturulabilmektedir. İşletmeler bütün bu bilgi akışını sıfır maliyetle tamamlayabilmektedir. Dijital devrim küçük sermayeli işletmelere ve "niş" pazarları hedef alan işletmelere tüm pazarlara ulaşmayı sağlayacak imkanı vermiştir. (Kotler, 2000).

İnternette pazarlama dört aşamadan oluşmaktadır;

- İşletmeden – Tüketicie (Business to Consumer – B2C)
- İşletmeden – İşletmeye (Business to Business – B2B)
- Tüketiciden – Tüketicie (Consumer to Consumer – C2C)
- Tüketiciden – İşletmeye (Consumer to Business – C2B)

İşletmeden – Tüketicie ve İşletmeden – İşletmeye başlıkları genel olarak endüstriyel ve tüketici pazarlara yöneliktir. Bunlardan ilk ikisi "Tüketici Pazarları" ve "Endüstriyel Pazarlara" yönelik olanlar daha çok bilinmektedirler (Amstrong & Kotler, 2003;492). Bununla birlikte, bu yeni pazarlama türü hala endüstriyel pazarlar için "B2B" üzerine odaklandığından, geleceğin ana potansiyeli de bu alandadır. Aslında internet üzerinden perakendecilik henüz çok karlı değildir.

İnternette pazarlama faaliyetleri çoğunlukla endüstriyel pazarları hedef almaktadır ve bu grubun internetteki toplam kazanç içindeki payı çok yüksektir (% 90-% 95) (Pride & Ferrell, 2000;597).

E-Ticaret ve turizm sektörü: E-turizm

E-ticaretin, turizm endüstrisinde yaygınlaşması e-turizm kavramını da ortaya çıkarmıştır ve bu kavramla birlikte turizm endüstrisinde ürün ve hizmet pazarının yapısı değişmekte, yeni ürünler, yeni dağıtım ve pazarlama teknikleri, yeni "müşteri memnuniyeti" kavramı, yeni dağıtım kanalları ortaya çıkmıştır (Pınar, 2005;50). E-turizmi, ticarete olduğu gibi 2 ana başlıkta da incelenebilir. Örneğin, B2B sistemlerine aracı ve alt kuruluş arasında kullanıcı adı ve parola ile girilebilir ve rezervasyon yapılabilir. Öte yandan, herkese açık web siteleri olarak B2C'ye örnekler verebiliriz, örneğin havayolunun doğrudan uçak biletlerinin satışını web siteleri aracılığı ile yapması. B2B veya B2C olsun, E-turizm her durumda bir web sitesine ihtiyaç duymaktadır. Turizm alanında yer alan işletmelerin ihtiyaçlarına göre değişik fonksiyonlar ortaya çıkabilir. Tüketicilerin davranışlarını değiştiren tüm sektör paydaşları (tur operatörleri, hava yolları, havaalanları, oteller vb.), E-turizmi süreçlerini hızlandırmak ve üretkenliklerini arttırmak ve ürünlerini tüketicilere sunmak amacını benimsemişlerdir (www.tursab.gov.tr, 2015).

E-Turizm'de çevrimiçi Seyahat Pazarı

Son yıllarda, internet üzerinde birçok çevrimiçi rezervasyon sitesi, turizm müşterilerine hizmet vermektedir. Dünya'daki çevrimiçi rezervasyon satışlarına baktığımızda, internet üzerinden yapılan rezervasyonlarda hızlı bir artış olduğu görülmektedir. Günümüzde, bir seyahat acentesine gitmeden de dünyanın her yerinde ki otelleri inceleme, rezervasyon yapma gibi imkanlar sunulmaktadır. 2000'den sonra büyüyen çevrimiçi seyahat pazarı 2016'da 590 milyar dolara ulaştı. Araştırmalara göre, çevrimiçi seyahat pazarının 2020 yılında öngörülen kazancı 800 milyar dolar olacağıdır (Alp,2017). Gelişen teknolojide seyahat etmek isteyen turizm müşterileri uçak bileti, otel, araç kiralama gibi rezervasyonlarını, bilgisayarların yanı sıra, mobil ve tablet gibi cihazlardan da yapabilmektedirler. Çevrimiçi seyahat pazarında, 2016 yılında gerçekleşen cironun 100 milyar dolardan fazlası mobil uygulamalar tarafından gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu miktarın 200 milyar doları aşacağı ön görülmektedir. Günümüzde akıllı telefonlar üzerinden kullanılan mobil uygulamalarla rezervasyon yaptıranlar %45'i bulmaktadır. Bu yüzdenin gelecek yıllarda %70'leri bulacağı ön görülmektedir. Bugün dünya çevrimiçi seyahat Pazar işlem hacmi 3 büyük bölgede toplanmaktadır. İlk sırada Kuzey Amerika, peşinden Asya/Pasifik ve Batı Avrupa büyük bir işlem hacmine sahiptirler. Bu üçlü yaklaşık %30'ar paya sahiptirler (www.dünya.com, 2017). Dünya'da çevrimiçi seyahat pazarında hizmet veren çevrimiçi rezervasyon siteleri arasında önde gelen Priceline Group bünyesinde olan Booking.com, aynı grup bünyesinde olan Priceline.com, Agoda.com, KAYAK, Rental-Cars.com, Opentable portalları da

bulunmaktadır. Çevrimiçi seyahat pazarında diğer büyük dev Expedia Group'dur. Expedia Group bünyesinde hizmet veren Expedia.com, Hotels.com, Hotwire, Travelocity, Egeva, CarRentals.com, Orbitz.com,

Cheaptickets.com portalları bulunmaktadır. Aynı pazarda hizmet veren Tripadvisor ile Çinli Ctrip Group çevrimiçi pazarındaki diğer güçlü firmalardır. Son yıllarda, çevrimiçi pazarında hızlı büyüme gösteren, yenilikçi firmalar olarak Airbnb Inc., eDreams, Odigeo ve Lastminute.com gibi yeni portallar hizmet vermektedir. Dünya turizm sektörünün çevrimiçi seyahat pazarında Expedia Inc. 60,8 milyar dolarlık ciro ile en büyüğüdür. İkinci sırada Priceline Group 55,5 milyar dolarlık ciro ile yer almaktadır. Google ise reklam üzerinden bu pazar büyük gelirler elde eden firmalar arasındadır (Tunçalp, 2017). Günümüzde web 2.0 olarak bilinen fenomen olan Booking.com ve Tripadvisor.com gibi siteler, turizm müşterilerinin otel deneyimlerini paylaşabilme imkanı sunan dinamik platformlardır (Miguens, 2008). Bu platformlar üzerinden insanlar konakladıkları yerler hakkında çevrimiçi değerlendirme formları "feedback form" doldurarak deneyimlerini paylaşarak, diğer müşterilere otel hakkında veya tatil destinasyonu hakkında bilgiler verebilmektedirler. Aynı zamanda bu platformlar üzerinden insanlar birbirleriyle iletişime geçebilmektedirler (Scott, 2010;217).

ARAŞTIRMA AMACI

Araştırmanın amacı; turizm pazarlamasında çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki müşteri yorumlarının ve puanlama sisteminin otel satış fiyat tercihlerine etkisinin araştırılması hedeflenmiştir. Yapılan araştırma ile turizm pazarlamasında çevrimiçi rezervasyon sitelerinin son yıllardaki önemi ve turizm müşterilerinin konaklama tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki müşteri yorumları ve puanlama sisteminin, müşterilerin otel satış fiyatı tercihlerine etkisinin olup olmadığı araştırılarak, sektörde olan veya sektöre girmiş olan ve çevrimiçi rezervasyon sitelerini kullanan konaklama işletmelerine katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Araştırmanın kapsamı

Araştırma evreni Türkiye'de yaşayan çevrimiçi turizm müşterileri olarak belirlenmiştir. Bu amaçla Türkiye'deki internet kullanıcı sayısı olan 46,200 milyon kişi araştırma evreni olarak kabul edilmiştir. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında güven aralığı yöntemi kullanılmıştır. Veri toplanmasında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Uygulanan anket çalışmasında toplam 428 anket doldurulmuş, bu anketlerin 27 adeti hatalı çıktığı için kullanılamamıştır. 401 anket ise kullanılabilir olarak belirlenmiştir. Anket için ön çalışma yapılmış ve 30 kişilik pilot anket ile doğruluğu sınanmıştır. Ankette sorulan sorular için herhangi bir problem oluşmamıştır.

Araştırmanın yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Veri toplama amacıyla anket soruları turizm müşterilerine yüz yüze yöntemiyle doldurtulmuştur. Anket; üç bölümden oluşmuştur. İlk bölüm 7 adet demografik sorulardan oluşturulmuştur. İkinci bölümde ise, turizm müşterilerinin tatile çıkma planlarında yararlandıkları kanallar, kararları ve otel tercihleri üzerine tek seçmeli 9 adet soru oluşturulmuştur. Üçüncü bölümde ise 5'li likert tipi ölçek olarak 20 adet soru oluşturulmuştur. Araştırmanın veri analizinde, SPSS programı kullanılmıştır. Anket uygulaması sonucu elde edilen veriler bu program ile analiz edilerek, çıkan sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırmanın hipotezleri

Araştırmada hipotez olarak, turizm pazarlamasında son yıllarda önemli bir yer alan çevrimiçi rezervasyon sitelerinin, turizm müşterileri tarafından kullanılırken otel fiyatlarını tercihlerine etki eden çevrimiçi puanlama sistemi ve müşteri yorumları gibi değişkenler üzerine oluşturuldu. Bu nedenle iki hipotezin etkilerini belirlemek için Basit Doğrusal Regresyon Analizi uygulanması kararlaştırılmıştır.

H1. Otel Tercihlerinde Çevrimiçi Sitelerdeki Müşteri Yorumları, Müşterilerin Otel Fiyat Tercihlerini Etkiler

H0: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki müşteri yorumları, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkilemez

H1: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki müşteri yorumları, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkiler

H2. Otel Tercihlerinde Çevrimiçi Sitelerdeki Puanlama Sisteminin, Müşterilerin Otel Fiyat Tercihlerini Etkiler

H0: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki puanlama sisteminin, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkilemez

H1: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki puanlama sisteminin, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkiler

Anketin demografik bulguları

Ankette elde edilen demografik bilgiler, verilerin girildiği SPSS programından elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2: Demografik Analiz Sonuçları

		N	%
Cinsiyetiniz?	Kadın	222	55,4
	Erkek	179	44,6
Yaşınız?	25 Yaş ve Altı	179	44,6
	26 – 30 Yaş	81	20,2
	31 – 40 Yaş	88	21,9
	41 – 50 Yaş	25	6,2
	51 Yaş ve Üzeri	28	7
Medeni Durumu?	Evli	119	29,7
	Bekar	282	70,3
Eğitim Durumu?	İlk Öğretim	10	2,5
	Lise	53	13,2
	Lisans	265	66,1
	Yüksek Lisans	63	15,7
	Doktora	10	2,5
Aylık Geliriniz?	1000 TL ve Altı	114	28,4
	1001 – 2000 TL	96	23,9
	2001 – 3000 TL	91	22,7
	3001 – 4000 TL	49	12,2
	4001 TL ve Üzeri	51	12,7
Meslek Alanınız?	Devlet Memuru	23	5,7
	Özel Sektör	159	39,7
	Firma Sahibi	20	5
	Emekli	39	9,7
	Öğrenci	160	39,9

Araştırma anketine katılan ve geçerli anket sayısı 401 kişinin yukarıdaki demografik analiz tablosunda gösterildiği gibi 222 kişisi kadın ve 179 kişisi ise erkektir. Anket sorularında geçen “Yaşınız?” sorusuna, verilen cevaplar doğrultusunda 179 kişisi 25 yaş altı, 81 kişisi 26 – 30 yaş, 88 kişisi ise 31 – 40 yaş aralığında, 41 – 50 yaş aralığına 25 kişi, 51 yaş ve üzeri ise 28 kişi olarak katılım göstermiştir. Ankete katılanların 119 kişisi Evli, 282 kişisi yani %70,3’ü Bekar olarak medeni durumunu belirtmiştir. Katılımcıların eğitim durumları ise, İlk öğretim seviyesindeki katılımcılar ile Doktora yapan katılımcılar eşit olarak 10 kişi olarak görülmüştür. Eğitim durumunda çoğunluk 265 kişi ile Lisans, Yüksek Lisans ise 63 ve Lise 53 kişi olarak görülmektedir. Aylık gelirlerine göre dağılım da en fazla sonuç “1000 TL ve Altı” olarak bu seçeneğin 114 olmasının, katılımcıların çoğunun öğrenci olmasından kaynaklandığı ön görülen bir sonuçtur. Bu sonuca ise “Meslek Alanınız?” sorusuna verilen Öğrenci cevabının 160 olmasından varılmaktadır. Aynı zamanda, aylık gelirinde diğer sonuçlarının da birbirine yakın olması görülmektedir. Katılımcıların meslek alanlarında ise “özel sektör” cevabı da 159 olarak diğer önde gelen seçeneklerdendir.

Araştırmanın hipotez analizi

Araştırmanın hipotez analizi bölümünde önceden belirlenmiş hipotezleri SPSS 15.0 ile basit doğrusal regresyon analiz testi uygulanarak anlamlı bir etki var mıdır veya yok mudur diye test edilmiştir. Araştırma için belirlenen hipotezler ve uygulanan test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Hipotez 1: Otel Tercihlerinde Çevrimiçi Sitelerdeki Müşteri Yorumları, Müşterilerin Otel Fiyat Tercihlerini Etkiler

H0: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki müşteri yorumları, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkilemez.

H1: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki müşteri yorumları, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkiler.

Tablo 3: Müşteri yorumlarının otel fiyat tercihlerine etkisi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2,619	,174	-	15,061	,000	-	-
Müşteri Yorumları	,378	,044	,395	8,586	,000	,395	,395

R = ,395 R² = ,156
F₍₁₋₃₉₉₎ = 73,717 p = ,000

Çevrimiçi sitelerdeki müşteri yorumların, müşterilerin otel fiyat tercihlerini ne şekilde yordadığını ortaya koymak için yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda, müşteri yorumlarıyla otel fiyat tercihleri arasında anlamlı bir ilişki gözlenmiş (R = ,395, R² = ,156), müşteri yorumları otel fiyat tercihlerinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür (F(1-399) = 73,717, p < ,000). Müşteri yorumları, otel fiyat tercihlerindeki değişimin %15'ini açıklamaktadır. Regresyon denklemine esas yordayıcı değişkenin katsayısının (B = 2,619) anlamlılık testi de, müşteri yorumlarının anlamlı bir yordayıcı olduğunu göstermektedir (p < ,000). Regresyon analizi sonucuna göre, müşterilerin otel fiyat tercihlerini yordayan regresyon denklemi şu şekildedir: Otel fiyat tercihleri = (.378 x Çevrimiçi Sitelerdeki Müşteri Yorumları) + 2,619 Ayrıca analiz neticesinde H1 KABUL edilir ve H0 RED edilir.

Hipotez 2: Otel Tercihlerinde Çevrimiçi Sitelerdeki Puanlama Sisteminin, Müşterilerin Otel Fiyat Tercihlerini Etkiler

H0: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki puanlama sisteminin, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkilemez.

H1: Otel tercihlerinde çevrimiçi sitelerdeki puanlama sisteminin, müşterilerin otel fiyat tercihlerini etkiler.

Tablo 4: Puanlama Sisteminin Otel Fiyat Tercihlerine Etkisi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	2,406	,173	-	13,910	,000	-	-
Puanlama Sistemi	,423	,043	,444	9,896	,000	,444	,444

R = ,444 R² = ,197
F₍₁₋₃₉₉₎ = 97,927 p = ,000

Çevrimiçi sitelerdeki puanlama sisteminin, müşterilerin otel fiyat tercihlerini ne şekilde yordadığını ortaya koymak için yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda, puanlama sistemiyle otel fiyat tercihleri arasında anlamlı bir ilişki gözlenmiş (R = ,444, R² = ,197), puanlama sistemi otel fiyat tercihlerinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür (F₍₁₋₃₉₉₎ = 97,927, p < ,000). Puanlama sisteminin, otel fiyat tercihlerindeki değişimin %19'unu açıklamaktadır. Regresyon denklemine esas yordayıcı değişkenin katsayısının (B = 2,406) anlamlılık testi de, puanlama sisteminin anlamlı bir yordayıcı olduğunu göstermektedir (p < ,000). Regresyon analizi sonucuna göre, müşterilerin otel fiyat tercihlerini yordayan regresyon denklemi şu şekildedir:

Otel fiyat tercihleri = (,423 x Çevrimiçi Sitelerdeki Puanlama Sistemi) + 2,406
Ayrıca analiz neticesinde H1 KABUL, H0 RED edilir.

SONUÇ, KISIT VE ÖNERİLER

Günümüzde, çevrimiçi seyahat pazarının hızlı gelişimi, otellerin çevrimiçi rezervasyon siteleri üzerinden kendilerini pazarlayarak kazanç elde etmelerini sağlamış ve dünyanın her yerinde kendilerini tanıtmak imkanı sunmuştur. Aynı zamanda turizm müşterilerinin bu tarz sitelerden tatil planlarını yapması da çevrimiçi rezervasyon sitelerinin popülerliğinin artmasına sebep olmuştur. 2000'lerden sonra Priceline Group, Expedia Group gibi çevrimiçi seyahat pazarı devleri büyük kazançlar elde etmeyi başarmışlardır. Çevrimiçi seyahat pazarında yer alan çevrimiçi rezervasyon siteleri sayesinde küçük oteller, turizm müşterilerine erişmek için, dünyaca isim yapmış, zincir ve büyük otel kuruluşlarıyla eşit imkanlarla rekabet etme olanağı bulmuşlardır. Bu sayede küçük oteller dünyadaki her turizm tüketicisine ulaşma imkanı da bulmuşlardır. Çevrimiçi rezervasyon siteleri aracılığıyla turizm müşterilerine ulaşmayı hedefleyen veya ulaşan otellerin, rekabet ortamında belirli özellikleri ön plana çıkarmaları gerekmektedir. Bu sebeple, küçük otellerin hizmet kalitesi, otel ve oda mimarı, otel konumu gibi faktörlerde diğer otellerden önde olmaları zorundadırlar. Özellikle çevrimiçi rezervasyon sitelerinde yer alan "Feedback Formları" olarak adlandırılan müşteri memnuniyet formu bir otel işletmesinin pazarlanması için önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü, "Feedback" formları müşterinin konaklaması boyunca otel ile ilgili edindikleri deneyimleri derecelendirebildikleri ve otelin kalitesini çevrimiçi platformlarda ön plana çıkarmakta büyük etken olan bir sistemdir. Bu sayede, potansiyel müşteriler çevrimiçi rezervasyon sitelerinde herhangi bir otele rezervasyonu yaptırmadan önce seçilen otel hakkında her türlü bilgiyi almayı sağlamaktadır. Bu olay ise otellerin pazarlamasında hayati bir rol almaktadır. Çünkü çevrimiçi rezervasyon sitelerinde yer alan bir otelin kalitesi ve güvenilirliği müşterilerin doldurduğu "Feedback" formlarında yer alan puanlama sistemi ve müşteri yorumları ile derecelendirilmektedir. Bu duruma örnek gösterebileceğimiz, Booking.com aracılığıyla

bir turizm müşterisine otel konaklamasından sonra oteli nasıl deneyimlediklerini yorumlamaları için mail ile gönderdikleri "Feedback Form" butonu ile Booking.com sistemi üzerinden oteli puanlama ve yorumlama imkanı verilmektedir. Bu form doldurulduktan sonra ise, Booking.com platformunda, otel hakkındaki müşterilerin değerlendirmeleri yayınlanmaktadır. Bunun sonucu potansiyel bir turizm müşterisinin, seçtiği oteli başka oteller ile karşılaştırma ve öncesinden bilgi almasını ve tercihini bu değerlendirmeleri ön planda tutarak yapmaktadır. Araştırmada ise, puanlama ve yorum sisteminin otel tercihlerinde ne kadar etkili olduğu ve bir turizm müşterisinin otel fiyatlarını değerlendirirken daha önce konaklamış kişilerin puanlama ve müşteri yorumlarının etkisi altında kalıp kalmadığı araştırılmıştır. Bu araştırma için oluşturulan hipotezlere uygulanan analizler sonucunda ise puanlama ve müşteri yorumlarının, müşterilerinin otel tercihleri üzerinde etkisi olduğu kabul edilmiştir. Araştırma için belirlenen ilk hipotez çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki puanlama sisteminin, müşteri otel fiyat tercihinde anlamlı etkisi olduğu basit regresyon analizi ile doğrulanmıştır. Basit doğrusal regresyon analiz testinde P değeri $P < 0,05$ olarak hesaplanmış ve sonuç doğrultusunda çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki puanlama sisteminin, müşterilerin otel fiyat tercihlerinde etkili olduğu kanıtlanmıştır. Ayrıca, bağımsız değişkenin, esas değişken üzerindeki etkisinin güçlü olmadığı, anlamlılık testindeki, bağımsız değişken katsayısında ($B = ,378$) görülmektedir. Elde edilmiş sonuçlardan müşteri yorumlarının, otel satış fiyatı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu kabul edilir. İkinci hipotez ise, çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki müşteri yorumlarının, müşteri otel satış fiyat tercihlerinde anlamlı etkisi olduğu basit regresyon analizi ile doğrulanmıştır. Basit doğrusal regresyon analiz testinde P değeri $P < 0,05$ olarak hesaplanmış ve sonuç doğrultusunda çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki müşteri yorumlarının, müşterilerin otel fiyat tercihlerinde etkili olduğu doğrulanmıştır. Ayrıca, bağımsız değişkenin, esas değişken üzerindeki etkisinin güçlü olmadığı, anlamlılık testindeki, bağımsız değişken katsayısında ($B = ,423$) görülmektedir. Elde edilmiş sonuçlardan puanlama sisteminin, otel satış fiyatı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu kabul edilir.

Araştırma sonucunda turizm müşterilerinin çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki otelleri tercih ederken oda satış fiyatlarının belirlenmesi aşamasında puanlama sistemi ve müşteri yorumları etkili olduğu yukardaki bilgiler ile doğrulanmıştır. Bu sebeple, çevrimiçi rezervasyon sitelerinde bulunan otellerin, müşterilerin otel belirlemelerinde etkili olan bu iki faktörü göz önünde bulundurarak satış fiyatı stratejilerini belirlemeleri gerektiği belirlenmiştir. Bu araştırma sonucuna göre, çevrimiçi rezervasyon sitelerindeki otelleri pazarlayan yetkililerin, diğer otellerden ön planda olmaları için, çalıştıkları siteler üzerinden gelen turizm müşterilerine özen göstererek konaklamaları boyunca müşterilerin konforlarına ve otel içi zamanlarında iyi vakit geçirmelerini sağlayacak çeşitli stratejiler uygulamaları önerilebilir. Çünkü kaliteli servis ve uygun fiyat, turizm müşterilerinin aradıkları faktörlerdir. Turizm müşterileri bu iki faktör sonucunda, otel işletmelerinin çevrimiçi rezervasyon sitelerinde sıralamalarda üst sıralara yükselmelerini sağlayacak yorum ve puanlamayı yapacaklardır.

Örneğin; Booking.com üzerinden rezervasyon yapmış bir müşterinin otel giriş gününden itibaren karşılanması, konaklaması ve çıkışı süresince, sıcak, samimi ve ikramlarla geçirmesi, müşterinin konaklamasında yaşadıkları güzel hizmetin aklında kalıcı olmasına ve bunu başkalarıyla da paylaşmasına sebep olacaktır. Ama aynı şekilde müşterinin sorun içinde karşılaştığı ve sorunun çözülmesi veya o sorunun giderilmesi için farklı politikalar ile müşterinin kazanılmaya çalışılması da bu konuda müşteri memnuniyetini arttırabilecek ve bu yaşadığı olumsuz süreçler yerine, otel ile ilgili olumlu gördüğü şeyleri platformlarda paylaşabilecektir. Müşterilerin otel içi yaşadığı sorunlar (internet, oda, yemek, hizmet vb.) çözümleri farklı ikram veya jestler ile giderilebilir. Örnek olarak sorunu olan bir müşteriye, ücretsiz gecelik konaklama, ücretsiz VIP transfer hizmeti veya oda kategori değişimi gibi seçenekler sunularak misafirin yaşadığı sorunu dışarıya yansıtması engellenebilir. Bu sayede müşterinin çevrimiçi rezervasyon sitelerine yazacağı olumsuz yorumları önleme ve müşterinin, otel ile ilgili olumlu yorum ve yüksek puan vermesine neden olacaktır ve otelin potansiyel turizm müşterileri kazanma oranını arttırabilecektir.

Araştırma kısıtı

Araştırma değerlendirildiğinde araştırma kısıtı olarak şu hususlar üzerinde durulmaktadır. Araştırma evreni Türkiye'de yaşayan çevrimiçi turizm müşterileri olarak belirlenmiş ve yüz yüze anket yöntemi planlanmış olmasına rağmen Türkiye geneline erişimin zor olması ve zaman ve maliyet faktörü nedeniyle anketlerin önemli bir bölümü online anket sistemi aracılığıyla katılımcılara doldurtulmuştur. Araştırma İstanbul ilinde 2017 yılı yaz döneminde tatile gitmiş kişiler üzerinde uygulanmıştır. Ayrıca,

örneklem büyüklüğü hesaplandıktan sonra, örneklemin ana kütleliyi iyi temsil edebilmesi göz önünde bulundurularak farklı sosyoekonomik özellikteki bireylere ulaşılmıştır.

Öneriler

Bundan sonra yapılacak araştırmalarda, otellerin çevrimiçi rezervasyon siteleri üzerinde izlediği stratejilerin ne kadar etkili olup olmadığını araştırmanın yararlı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca turizm müşterilerinin çevrimiçi rezervasyon sitesinden otel tercihi yapmalarında puanlama sistemi ve müşteri yorumlarının otel fiyatı üzerindeki etkisinin ülke genelinde veya farklı ülkeler üzerinden karşılaştırılmalı olarak yapılacağı araştırılmaların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akat, Ö. (2000). Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği . Bursa: Ekin Basım Yayın.

Akova, O., Sarıışık, M., & Altunel, M. C. (2009). Turizm İşletmelerinde Uygunluk. C. Avcıkurt, Ş. Demirkol, & B. Zengin içinde, Turizm İşletmelerinin Pazarlanmasında 7P ve 7C (s. 281-313). Değişim Yayınları.

Aksu, H., Candan, U., & Çankaya, M. N. (2011). Her Şey Çıplak: Bildiğiniz İnternetin Sonu Web 3.0. İstanbul: Media Cat Yayınları.

Alikılıç, Ö. A. (2011). Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medya Yeni Paydaşlar Yeni Teknikler. Ankara: Efil Yayınevi. Alp, S. (2017, Nisan). Türkiye’de online seyahatin payı yüzde 15’e ulaştı. dünya.com websitesi: <https://www.dunya.com/sectorler/turizm/turkiyede-online-seyahatin-payi-yuzde-15e-ulasti-haberi357152> adresinden alındı

Angelo, R., & Vladimir, A. (1994). An Introduction To Hospitality Today. Indiana: Ahma. Armstrong , G., & Kotler, P. (2003). Marketing: An Introduction. Prentice Hall.

Avcıkurt, C. (2009). Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P ve 7C. Sakarya: Değişim Yayınları.

Ellsworth, J., & Jill, M. (1995). Marketing On The Internet. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Holloway, J., & Plant, R. (1992). Marketing For Tourism. London: Pitman Publishing.

İçöz, O. (1996). Turizm İşletmelerinde Pazarlama. Ankara: Anatolia Yayıncılık.

Kocabaş, B. (2012, 09 12). Sosyal Medya Yönetiminin Olmazsa Olmazları . [www.slideshare.net: http://www.sosyalmedya.co/sosyal-medya-yonetimi](http://www.slideshare.net/http://www.sosyalmedya.co/sosyal-medya-yonetimi) adresinden alındı

Koren, J. (2012, 04 22). Web 4.0 And Beyond. [www.slideshare.net: http://www.slideshare.net/john5700/web40-and-beyond-12645305](http://www.slideshare.net/john5700/web40-and-beyond-12645305) adresinden alındı

Kotler, P. (2003). Marketing Management Analysis, Planing Implementation And Control,. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P., & Muallimoğlu, N. (2000). Pazarlama Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Kotler, P., Bowen, J., & Makns, J. (2002). Marketing For Hospitality And Tourism. New Jersey: PrienticeHall.

Laws, E. (2002). Tourism Marketing Quality And Service Management. London: Perspective Continuum. Miguens, J., Baggio, R., & Costa, C. (2008). Social Media and Tourism Destinations: Tripadvisor Case Study. IASK ATR Advances in Tourism Research.

Mucuk, İ. (2014). Pazarlama İlkeleri . İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Nucci, D. D. (1999). Fragmented Future. Design And New Media, 32.

O'Reilly, T. (2007, 11 7). What's Web 2.0 Design Patterns And Business Models For The Next Generation Of Software. Munich Personal RePEC-Archive, s. 19-25.

Özmen, T. (2012). Web 1.0'dan Web 3.0'a İnternetin Gelişimi Ve Etkileri. İstanbul: Doğan Kitap Yayınları.

Pınar, I. (2005). Turizm Endüstrisinde E-Ticaret. Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 51-65.

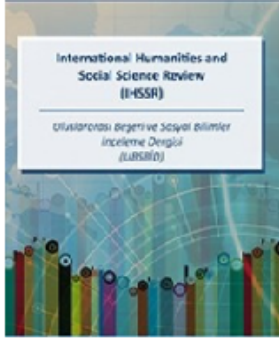
Pride, W., & Ferrell, O. (2010). Marketing. Boston: Houghton Mifflin Co.

Scott. (2010). Australian Tourism Data Warehouse; E-Marketing: Customer reviews and Tripadvisor, Australian Tourism Data Warehouse, Australian Tourism Data Report, Tutorial 29. ATDW Websitesi: http://www.atdw.com.au/media/1558/tourism_e_kit.pdf, adresinden alındı

Tunçalp, O. (2017, Nisan 17). Türkiye'de Online Seyahat Pazarı Büyüyor. TurizmTatilSeyahat Web Sitesi: <http://www.turizmtatilseyahat.com/turkiyede-online-seyahat-pazari-buyuyor.htm#.WpWtfujFLIU> adresinden alındı

Uygur, S. M. (2007). Turizm Pazarlaması. Ankara: Nobel Yayın.

Yılmaz, E. (2009). Yeni Medya Ve Halkla İlişkiler . Konya: Eğitim Yayınları.



ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)

INTERNATIONAL HUMANITES AND SOCIAL SCIENCE REVIEW (IHSSR)

Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

SOSYAL FOBİ'NİN SPORA ETKİLERİ

Murat TERLEMEZ

MAKALE BİLGİSİ

ÖZ

Makale Tarihiçesi:
Başvuru : 11.07.2018

Revizyon : 3.12.2018

Kabul : 26.12.2018

Orcid Numarası: 1234-5678-9101-1121

Anahtar Kelimeler : Sosyal Fobi, Spor,
Kaygı, Spor Aktivitesi

Sporun sosyal ortamda gerçekleşmesi, bireyi sosyalleşme süreci öncesinde kaygı ve akabinde korkuya sürükleyebilir. Bu süreçte kaygının çok yüksek seviyelere çıkması ile fobik bireyin spora yönelmesi ciddi şekilde sekteye uğrar. Kendine güvenememe ile baş gösteren ve rezil olma korkusuyla sosyal ortama giremeyen birey spor aktivitesini gerçekleştirememiş olur. Bu çalışmada sosyal fobik bireylerin spora katılımında fiziki ve zihinsel etkileri incelenecektir.

THE EFFECTS OF SOCIAL FOB ON SPORTS

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History:
Received : 11.07.2018

Revised : 3.12.2018

Accepted : 26.12.2018

Orcid Number: 1234-5678-9101-1121

Keywords: Social phobia,
Sports, Anxiety, Sports
Activities

Social phobia, also known as a type of anxiety disorder, is also called anxiety. An individual who is overly anxious in a social environment is distressed, anxious and excited. While the individual is acquainted with the new one, he can not stop himself from feeling nervous and excited. Because of his anxiety, he does not speak much in the environment, and if he talks, he is shivering in the blushing hands, and withdrawal is observed in other media and activities.

GİRİŞ

Kaygı bozukluğunun bir çeşidi olarak bilinen sosyal fobi anksiyete adını da almaktadır. Sosyal ortamlarda aşırı kaygılı durumla karşılaşan birey sıkıntı, endişe ve heyecan duyar. Birey yeni biriye tanışırken de sıkıntı ve heyecan duymaktan kendini alıkoyamaz. Kaygısı nedeniyle ortamda pek konuşmaz, konuşsa da kızarıp ellerde titreme görülüp, başka ortamlara ve aktivitelere katılımda çekilme gözlemlenir.

Dabowska'ya göre sosyal fobi, ergenlik döneminde görülen korku, kaygı durumlarındanır. Sosyal fobi, çocukluk çağı ruhsal bozuklukları arasında en sık görülen kaygı bozukluğudur. Çocuk ve ergenlerin, %1'inin sosyal fobi tanısı aldığı ve çoğunlukla sosyal fobinin ergenlik döneminde başladığı belirtilmektedir (Öztürk, 2005).

Ergenlikte başlayan sosyal fobi, gencin çalışmaları ve sosyal işlevselliğinde belirgin bozulmalara yol açar. Birçok çalışmada, sosyal kaygının başlangıç yaşının ortalama olarak 13-14 arasında değiştiği görülmektedir (Akdemir ve Cinemre, 1996).

Kaygının şeklinde olduğu gibi sosyal fobilerde de; "ya olursa, başaramam, rezil olacağım" gibi düşünceler, olasılıklar şeklinde ifade edildikleri için olumsuz ön görümler bir süre sonra ön görü olmadığına inanılır. Birey kendini rezil etmekten çekinir, uzak durur, kaçınır. Çekindikçe yanlış yapar. Böylece kendini gerçekleştirme durumuna zemin hazırlamış olur. Olumsuz olayların niçin meydana geldiğini açıklarken, onların var olmasında bireyin rolü göz ardı edilir. Psikolojide kendini gerçekleştirme durumunu belirleyen üç tip davranıştan bir tanesinin de kaçınma davranışı olduğu ileri sürülür. Kaçınan kişi, insanlarla ilişkiden uzak durur ve ilişki yokluğunu da olumsuz yorumlar ve bunları kendine atfeder (Leahly, 2003).

Sosyal fobik bireyler spor'a katılımda nasıl bir ruh haline büründüğü ve bu halin davranışa nasıl yansıtıldığı konusuna daha geniş pencereden bakma fırsatı bulacağız.

Sosyal Fobi

Sosyal fobi, başkaları tarafından değerlendirileceği bir ya da birden fazla durumdan sürekli korkma; utanç duyacağı ya da rezil olacağı biçimde davranabileceğinden veya bir şey yapacağından korkma olarak tanımlanmış, örnekleri arasında da toplum önünde konuşurken, konuşmasını sürdürmeyecek olma, başkalarının yanında yemek yerken, yedikleriyle boğulacakmış gibi olma, genel tuvaletleri kullanamama, başkalarının önünde yazı yazarken elin titremesi, sosyal durumlarda soruları cevaplandıramayacak olma ya da aptalca şeyler söyleyecek olma durumları belirtilmiştir (Dilbaz, 1997).

Sosyal Fobi ve Spor

Spor ortamı sosyal bir ortam olduğu için, bireyler fobik davranış sergileyebilirler. Sosyal fobinin ortaya çıkması ile bireyin spora yönelmesi önemli derecede azalmaktadır. Spor aktivitelerine katılımda kilit rol oynayan sosyalleşme kavramı fobik bireyleri korkuya sürükler. Bunun sebebi ise fobik bireylerin sosyalleşmekten, sosyal ortamlara girmekten rezil olma, alay edilme, yeteneğini sergileyememe korkusuyla kaçınmasıdır. Spor aktivitesi esnasında sosyal fobiden dolayı titreme, terleme, mide problemi, kaslarda gerginlik gibi olumsuz etkenlerin ortaya çıkması spora katılımı azalmaktadır. Yapamayacağım, hata yapacağım, beceremeyeceğim, rezil olacağım gibi yerleşik düşünceler aktivite esnasında huzursuz olmaya yol açar.

Sosyal Fobik Bireylerin Davranışları

Sungur (2000b)' a göre sosyal fobiklerin tipik davranış biçimleri şöyle özetlenebilir: Kişinin ilgi ve dikkatinin kendisi üzerine odaklanması, kendisi ile olumsuz değerlendirmeler yapması, kaçma ve kaçınma davranışları sergilemesi, normal işlevlerin kesintiye uğraması, sosyal beceri eksikliği.

Sosyal Fobik Bireylerin Spora Katılımları

Sosyal fobiden dolayı spora katılmayan bireyler, ancak güvenli, gözlerin üzerlerinde olmadığı ortamlarda kendilerini rahat hissederler. Kendilerine güvenmediklerinden oyun, yarış, aktivite ve rekabet gerektiren sporlara katılım göstermek istemezler. Fazlasıyla yetenekleri olsa da bundan haberleri olmaz, kendilerini küçümserler. Yapılabilecek çok basit şeyleri bile denemek istemedikleri için kendilerini başarısız kabul ederler.

Sosyal Fobi Belirtileri

Sosyal fobide birey fiziki belirtiler de gösterir. Bu belirtiler genellikle; Titreme, terleme, çarpıntı, mide rahatsızlığı, baş ağrısı, göğüste sıkıntı, kaslarda gerginlik, sıcak basması gibi belirtilerdir. Kusursuzluk, mükemmeliyetçilik, kimseyi mahcup etmemeliyim, herkes beni beğenmeli, hata yapmamalıyım, çok rahat olup kaygılı olduğumu belli etmemeliyim düşünceleri ile beğenilmeme duygusu, kendini çirkin hissetme, güçsüzlük, yetersizlik duyguları sosyal fobinin zihinsel belirtileridir. Sosyal fobinin, ortamlardan kaçınma, ilgisiz, anlamsız düşüncelere ve hayallere dalma, konudan konuya atlama, konuyu değiştirme gibi davranışa dökülmüş belirtileri vardır. Sosyal fobinin ayyuka çıktığı anlar vardır. Bu anlar; Toplum önünde konuşmak, toplum önünde yemek içmek, bir iş ile uğraşırken veya bir şeyler yazarken seyredilmek, toplulukta seyredilmek, tanımadığı kişilerin gözlerine bakmak gibi anlardır. Sosyal fobi çocukta, ebeveynlerin daha reddedici ve daha koruyucu ve kollayıcı tavırlarıyla ortaya çıktığı bilinmektedir. Sessiz ve uslu olarak bilinen sosyal fobik çocuk, hem ürkek hem de hareketsizdir. Okula gitmek istemez, grup halinde aktivitelere katılmaz. Böylece çocukta geri çekilme başlar ve bastırılmış duygular gün yüzüne çıkar.

Spora Katılım Esnasında Sosyal Fobi Belirtileri

Zorlayıcı unsurlarla aktiviteye katılan bireyler, ürkek ve hareketsiz biçimde kasılarak nelerin onu beklediğini düşünmeye başlar. Bu düşünceler hata yapmasına neden olur, en basit hareket ve eylemi bile gerçekleştiremez hale gelir. Fiziksel ve Psikolojik belirtiler aktivite esnasında artarak devam eder. İlk fırsatta kaçınmanın yolunu arayan fobik birey tam anlamıyla kendini gerçekleştirdiği eyleme veremez. Dış etkenlerle kafasını meşgul ederken asıl gerçekleştirmesi gerektiği hareketlere odaklanamazlar.

Sosyal Fobide Görülen Korku ve Kaçınma Özelliği

Sosyal fobi, kişinin başkalarınca değerlendirileceği birden çok durumdan sürekli korkma; aşağılanacağı, utanç duyacağı ya da gülünç duruma düşecek biçimde davranacağından korkma olarak tanımlanmıştır (Dilbaz, 1997).

Sosyal fobinin temel psikolojik görünümü kişinin yapıp ettiklerinin yersiz ya da yetersiz olarak değerlendirileceği düşüncesinden kaynaklanan biçimde sosyal ortamlarda utanma ya da aşağılanmaktan aşırı ve sürekli bir şekilde korku duymadır. Sosyal fobik bireylerde iki davranış özelliği görülür. Bu özelliklerden biri korku iken diğeri ise kaçınma özelliğidir (Schneier, 1994). Sevgi, öfke, neşe ya da üzüntü gibi doğal olan duygulardan biri de korkudur. Korku tehlike karşısında ortaya çıkan ve kişinin hayatta kalmasını sağlayan, korumaya yönelik bir tepkidir (Wenar, 1994). Korku kişinin kendi düşüncelerinin sebep olduğu bir duygudur. Bu düşüncelerin içeriğinde tehlike olduğu için korku reaksiyonu verilir. Bu nedenle aynı durumla karşılaşan değişik kişiler, farklı düşünceleri neticesinde farklı reaksiyonlar verebilirler. Ancak çoğu zaman korkuyu yaşayan kişiler bunun kendi düşüncelerinden kaynaklandığını bilmedikleri için, etkili bir çözüm üretme yoluna gitmezler ve çaresizlik yaşayarak, korkularını kriz boyutlarına taşıyabilirler. Yaşanan bu krizler de kaçınma davranışlarını arttırarak hayattan zevk alma potansiyelini azaltırlar. Öte yandan, korku hissini yaratan ortamdaki düşüncelerini sorgulayan ve bu ortamdan kaçmayan kişiler, bu duygularını yenmeleri sonucunda hem önemli beceriler kazanırlar hem de kendilerine olan güven ve yeterlilik hislerinin artması gibi anlamlı gelişmeler gösterirler (Gençöz, 1998). Erişkin fobiklerin çocukluk çağına dayanan belirgin kökleri vardır ve bazıları yetişkinlik döneminde de sürer. Çocukluk döneminde görülen korkuların çoğu günlük deneyimlerinden kaynaklanır. Korkuların ortaya çıkmasında genetik ve mizaç özellikleri etkilidir (Lichtenstein and Annas, 2000). Korku yaşayan çocukta; kalp hızında artış, soluk alısta hızlanma, ağızda kuruluk, adalelerde gerginlik, tüm bunlar vücudu korku durumunda kaçma ya da savaşmaya hazırlayan normal tepkilerdir. Korku çocuklardışüncelerini de farklılaştırabilir. Yapamayacağım, beceremeyeceğim gibi olumsuz beklentileri sıklaşır. Korkulan durumu tehdit edici olarak algılayabilir. Davranış düzeyinde bazı çocuklar korku uyarısından veya ortamdaki kaçır, uzaklaşır (Erol ve Öner, 2000). Kaçınma korkulan nesneden uzaklaşmadır. Kaçınma ile nesneden uzaklaşılır ve korku azaltılır. Böyle davranmakla geçici bir rahatlık sağlanır. Ancak bu durum uzun dönemde yaşamı etkileyecek uyumsuzluğa neden olabilir (Rachman, 2004).

Sosyal Fobinin Ortaya Çıkışı

Sosyal kaygı 15-25 yaş arası yani ergenlik döneminde başlaması, toplum içinde gözler üzerindeyken, yaşanan korkunun kıskırtılması anlamına gelir (Yolaç, 2003).

Sungur'a (2000b) göre ise sosyal fobinin başlama yaşı 13-20 arasında olmasına rağmen sorunun başlangıcından ortalama olarak 10 yıl sonra tedavi amacıyla kliniklere başvurulmaktadır. Sosyal fobinin ergenlik döneminde ortaya çıkma nedeni olarak; birey, kendisini özerk bir kimlik olarak topluma kabul ettirme ve kendini gösterme çabası içine girer. Ergen için sosyal ilişkilerde etkililik ve başkaları üzerinde bırakılan izlenimlerin niteliği çok önemlidir. Bu konuda göstereceği başarıya ilişkin olarak, kendisinden yüksek beklentiler içindedir. Birey için beklentilere cevap verememe, sosyal kaygı düzeyini arttıran bir faktör olarak belirir. Bu durum özellikle okul çağı çocuk ve gençlerinde yıkıcı etkiler yaratabilir (Emmelkamp et all, 1992).

Sosyal kaygının başlangıç yaşı genellikle 13-19 olarak belirlense de; 5 yaş gibi küçük bir yaşta görülebileceği gibi 35 yaşında da görülebilir. Sıklıkla yaşam boyu sürse de erişkinlik döneminde şiddetlendiği ya da duraksadığı da görülür. İşlevsellikte bozulmanın derecesi kişinin yaşamındaki stres kaynaklarına ve gereksinimlerine göre dalgalanmalar gösterebilir. Söz gelimi, karşı cinsle birlikte olma ile ilgili korkuları olan bir kişinin sosyal kaygı düzeyi, evlendikten sonra azalabilir ve eşinin ölümünden sonra yeniden artabilir. Daha önce toplum önünde konuşmasını gerektiren durum olmamış birinin toplum önünde konuşmasını gerektiren bir konuşma gelmesi, sosyal kaygının doğmasıyla sonuçlanabilir (Köroğlu, 1996).

Sosyal kaygı, küçük düşürücü bir yaşantıdan sonra birden başlayacağı gibi, yavaş yavaşta başlayabilir. Bu tür korkuların ortaya çıkmasında çekingenlik, sıkılganlık, utangaçlık önemli nedenler arasında yer almaktadır. Çocukluk ve ergenlik çağında evde, okulda ve toplantıda uygulanan eğitim sisteminin etkisi ile çoğu insan göz göze ve yüz yüze gelmekten çekinir, utanır, elleri terler, titrer. Özellikle gençlik çağında daha sık görülen çekingenlik ve utangaçlığın temelinde; ilgi ve sevgiden yoksunluk, kişinin kendisine ve başkalarına güven duymaması, kendini gereğinden fazla hatalı, çirkin, kötü, eksik, olumsuz, başkalarını; doğru, güzel iyi görmesi kendisine olan saygısını yitirmesi, başkaları tarafından anlaşılmanın, dışlanma ve reddedilme korkusu bulunur (Köknel, 1982).

Ağırlıklı olarak ergenlik döneminde görülen sosyal kaygı, yetişkinlik dönemine sağlıklı geçişi mümkün kılacak gelişimsel görevlerin başarılmasına engel oluşturabilir. Bu durum bireyin sosyal ilişkiler kurup sürdürme, akademik alanda başarı kazanma, iş bulma ve işinde ilerleme potansiyellerini sınırlamaktadır (Gümüş, 1997).

Sosyal Fobide Genetik ve Ailenin Etkisi

Türkiye de yapılan bir araştırmada sosyal fobisi olan çocukların annelerinde %23 gibi bir oranda sosyal fobiye rastlanmıştır. Yine sosyal fobisi olan çocukların, sosyal ortamlardan ısrarla kaçınma davranışı sergiledikleri ve annelerinde belirgin derecede kaçınma davranışı olduğu belirlenmiştir (Öztürk ve ark. 2005). Literatürde sosyal fobinin kalıtsal olarak geçiş oranı % 30 civarında olduğu, sosyal fobisi olan kişilerin akrabalarında kontrol grubunun akrabalarına göre 2.5 kat daha yüksek olduğu öne sürülmüştür (Dilbaz, 2000; Kılıç, 2006). Alloman ve Crandall (1972), otoriter ve aşırı koruyucu ebeveyn tarzlarının, sosyal kaygının meydana gelmesinde önemli rol oynadığı, sınırlayıcı ve aşırı koruyucu ebeveyn tarzlarının çocuğun bağımsızlık, otonomi ve yeteneklerini kısıtladığı ve bu durumun da ebeveyne bağımlılık olarak geri döndüğünden söz etmektedirler. Ebeveynin ilgisiz ve dışlayıcı tavırları, güçlü bir şekilde onaylanma ve kabul görme ihtiyacı duymasına neden olabilmektedir. Anne babanın çocuğun gerçek ihtiyaçlarına önem vermemesi de yanlış değerlendirilme korkusunun gelişmesine neden olabilmektedir (Erhan ve ark. 2002).

Aşırı Koruyucu ve Reddedici Etki

Bögels ve arkadaşlarına (2001) göre, ebeveynlerinin çocuklarının anatomisini engellemesine veya çocuğu çevreden edinebileceği deneyimlerden izole etmesine "aşırı koruyuculuk" denilmektedir. Aşırı koruma, sosyal kaygı ile ilişkilidir. Çocuk sosyal becerilerini geliştiremeyebilir, çünkü kendi girişimi engellenmiştir ya da sosyal deneyimlerden izole edilmiştir. Ebeveynler, çocuğun özerk davranışına, aşırı koruyucu ya da reddedici tepkide bulduklarında, çocuk özerkliğini utangaçlıkla ya da kaygıyla ilişkilendirmeyi öğrenir. Ailenin sosyalleşebilme eksikliği, başkalarının yaptığı değerlendirmelere aşırı önem verme, çocuğu izole etme, aşırı koruma, reddetme ve duygusal destek eksikliği ile sosyal yetiştirme davranışlarının hepsi sosyal kaygıyla ilişkilidir.

SONUÇ

Zorla da olsa spor aktivitesine katılan fobik bireyler, ürkek ve hareketsiz biçimde kasılarak nelerin onu beklediğini düşünmeye başlarlar. Bu düşünceler bireyi hataya zorlarken en basit hareket ve eylemi bile gerçekleştiremez hale gelir. Fiziksel ve Psikolojik belirtiler aktivite esnasında artarak devam etmesi sonucu ilk fırsatta kaçınmanın yolunu arayan fobik birey, tam anlamıyla kendini gerçekleştirdiği eyleme veremez. Dış etkenlerle kafasını meşgul ederken asıl gerçekleştirmesi gerektiği hareketlere odaklanamazlar. Bu bağlamda fobik bireylerin yaşadığı zorluklar incelemeye konu olmuştur.

KAYNAKÇA

Bögels, S., M., Oosten, A., V., Muris ve P., Smulders, D., (2001). Familial Correlates Of Social Anxiety In Children And Adolescents. *Behaviour Research and Therapy*. 39: 273-287.

Dilbaz, N., (1997), Sosyal Fobi, *Psikiyatri Dünyası*, 1: 18-24.

Dilbaz, N., (2000). Sosyal Anksiyete Bozukluğu: Tanı, Epidemiyoloji, Etiyoloji, Klinik ve Ayırıcı Tanı. *Klinik Psikiyatri*. Ek 2: 3-20

Emmelkamp, P., M., G., Bauman, T., K., Scholing, A., (1992). *Anxiety Disorders Apractitioner's Guide*. New York: Willey Publishers. P.: 202.

Erol, N. ve Öner, Ö., (2000). Çocukluk korkuları. *Türk Psikoloji Yazıları*. 3(5): 23-36.

Gençöz, T., (1998). Korku: Sebepleri, Sonuçları ve Baş Etme Yolları. *Kriz Dergisi*. 6 (2): 9-16.

Gümüş, A., E., (1997). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Kaygı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara.

Kılıç, E., Z. , (2006). Sosyal Fobi Gelişimi ve Ailesel Özellikler. *Anksiyete Bozukluklarında Son Gelişmeler*. Ed. Nesrin Dilbaz, Pozitif Matbaacılık. Ankara. S.: 45-53.

Köknel, Ö., (1982). *Kişilik*. 2. Basım. Altın Kitaplar Yayınevi. İstanbul. P. :498.

Köroğlu, E. (1996). Sosyal fobi (Sosyal Anksiyete Bozukluğu) *Psycho Medicine*. 1(2): 13-19.

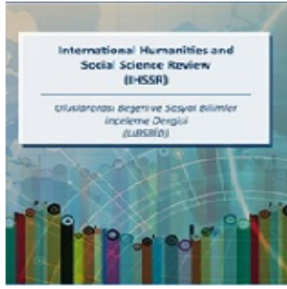
Leahly, R., L., (2003). *Bilişsel Terapi Yöntemleri Çev: Devrim, S. Türkçapar, H., Ed. Köroğlu, E., ve Türkçapar, H., Hyb Yayıncılık, Ankara. S.:97-153.*

Lichtenstein, P., Annas, P., (2000). Heritability And Pervalece Of Specific Fears And Phobias İn Childhood. *Journal Of Child Psychology And Psychiatry*. 41: 927-937.

Öztürk, M., Öztürk, M., Sayar, K., Uğurad, I., Tüzün, Ü., (2005). Sosyal Fobisi Olan Çocukların Annelerinde Sosyal Fobi Yaygınlığı. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni*. 15 (2): 60-64.

Sungur, M., Z., (2000b). Anksiyete Bozuklukları "Sosyal Fobi", Ed: Raşit Tükel. *Çizgi Tıp Yayınevi*. Ankara. s.: 59-79.

Wenar, C., (1994). *Developmental Psychopatology: From İnfancy Through Adolescence (3rd)* New York Mc Graw Hill. Çev. Yeşim Türköz, (2003). *Kaygı Bozuklukları Ve Aşırı Kontrol*. *Türk Psikoloji Bülteni*. 9 (30-31): 97-106.



**ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL
BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)**
**INTERNATIONAL HUMANITES AND SOCIAL
SCIENCE REVIEW (IHSSR)**

Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

**KADINLARIN KARATE ALANINDAKİ DENEYİMLERİ: GÜÇLÜ
HİSSETMEDE BEDENSEL VE ZİHİNSEL GELİŞİMİN ETKİSİ**

Maya SAAT*

MAKALE BİLGİSİ

Makale Tarihiçesi:

Başvuru :30.06.2018

Revizyon : 24.12.2018

Kabul : 26.12.2018

Orcid Numarası:

0000-0002-4816-5993

Anahtar Kelimeler : Spor, Karate,
Alan, Sermaye, Habitus, Toplumsal
Cinsiyet, Fiziksel Feminizm

ÖZ

Bu çalışmada kadınların spora katılımı karate örneği üzerinden irdelenip sporun kadınlara kazandırdıkları tartışılmış ve spor alanında var olmak için verdikleri çabalar üzerinde durulmuştur. Çalışmanın amacı karateci kadınların alandaki deneyimlerini inceleyerek karate alanındaki hakim kuralları ve değerleri anlamak ve bu doğrultuda kadınların bu alanda nasıl ve nerede konumlandıklarını ortaya koymaktır. Çalışma için dokuz karateci kadın ile yüz yüze görüşmeler yapılarak veri toplanmıştır. Veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmada erkeklerin habitusunun karate alanına kadınların habitusundan daha uygun olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca kadınların, bedenleri ile var oldukları alanda yaşları ilerledikçe ve cinsellikleri ön plana çıktıkça beden sermayelerinin alana çok daha uygunsuz hale geldiği sonucuna varılmıştır. Öte yandan araştırma sonucunda kadınların karatede özgüvenlerini geliştirdikleri ve kendilerini çok daha güçlü hissettikleri sonucuna varılmıştır. Kadınlar karate ile hem bedensel hem zihinsel olarak güçlenmektedirler.

**THE EXPERIENCE OF WOMEN IN KARATE: THE EFFECT OF PHYSICAL AND MENTAL
DEVELOPMENT IN POWERFUL FEELING**

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 30.06.2018

Revised : 24.12.2018

Accepted : 26.12.2018

Orcid Number:

0000-0002-4816-5993

Keywords: Sport, Karate,
Field, Capital, Habitus,
Gender, Physical Feminism

ABSTRACT

In this study, the participation of women in karate was discussed through the karate example, and their efforts to existing in this field were emphasized. The aim of this study was to understand the dominant norms and values by examining the experiences of women in karate field, and accordingly to reveal how and where women are positioned in this field. For this research, the data were collected from nine woman karate players. The data were analyzed by content analysis method. The result of this research showed that men's habitus was more suitable to karate field than women's habitus, moreover, women's habitus gets more unsuitable as long as their age increases and accordingly their sexuality comes into prominence. On the other hand, as a result of this research, it was understood that women have developed their self-confidence and have felt more powerful through karate. Women are strengthened both physically and mentally by karate.

* Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Lisans Öğrencisi, mayasaat6@gmail.com

1. Giriş

Kadınların spora katılımı şüphesiz modernleşmenin getirdiği yeniliklerden biridir. Türkiye’de Erken Cumhuriyet Döneminde birçok düzenlemeler yapılmıştır. Erken Cumhuriyet Dönemi’nde kadın, modernleşmenin önemli bir aracı olmuştur. Ayrıca bu dönem Kvasoğlu ve Yıldırım’a (2016) göre geleneksel kadından modern kadına evriliş dönemidir. Geleneksel kadının görevinin evi ve çocukları ile ilgilenmek olduğu kabul edilirken modern kadın iş yerlerinde, sporda, sosyal aktivitelerde vs. tahayyül edilir. Türkiye’de hala bu iki tür kadın profilini görmek mümkündür. Bu zamana kadar yıkılmamış olan geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri bu geçiş sürecinde çok güçlü bir engeldir. Bu açıdan Erken Cumhuriyet Dönemi, kadının evriliş döneminin başlangıcı olmuştur ifadesini kullanabiliriz. Öte yandan kadının toplumsal cinsiyet rollerini yıkmak için verdiği mücadele hala devam etmektedir ve bu evriliş henüz tamamlanamamıştır.

1.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu çalışmada kadınların spora katılımı karate örneği üzerinden irdelenip sporun kadınlara getirileri tartışılacak ve spor alanında var olmak için verdikleri çabalar üzerinde durulacaktır. Bunu yaparken Bourdieu’nun alan, sermaye, habitus ve oyun kavramlarından yararlanılacak ve bazı feminist görüşlere yer verilecektir. Yapılan alan çalışması bu kuramsal arka plan üzerinden tartışılacaktır.

Araştırmanın amacı karateci kadınların alandaki deneyimlerini inceleyerek karate alanındaki hakim kuralları ve değerleri anlamak ve bu doğrultuda kadınların bu alanda nasıl ve nerede konumlandıklarını ortaya koymaktır.

1.2. Araştırmanın önemi

Dövüş alanı geleneksel toplumsal cinsiyet normlarına göre erkek egemen bir alandır bu yüzden kadınların dövüş sporlarına katılımı önemlidir. Bu alanda kadınların kadınlıkları ile var olabilmeleri, verdikleri mücadeleler ve kazandıkları başarılar geleneksel toplumsal cinsiyet normlarını zorlamaktadır. Ayrıca kadınların da erkekler gibi dövüşebildiğinin ve başarabildiğinin gözler önünde olması geleneksel toplumsal cinsiyet algılarını yıkmak için güçlü kanıtlardır. Bu araştırma da kadın karatecilerin karateye başladıktan sonra nasıl güçlendiklerini ve ne tür mücadeleler verdiklerini ortaya koyduğu için önemlidir.

1.3. Toplumsal Cinsiyet ve Dövüş Sporları

Toplum hala erkellik ve kadınlığı biyolojik farklılıklar temelli yorumlamaya ve algılamaya devam etmektedir (Lorder, 2003, akt. Follo, 2012). Toplumsal cinsiyet oluşumu erkeklik ve kadınlığı sergilemeyi içermektedir (Dozier, 2005, akt. Follo, 2012). Bu sergileme içselleştirilir ve kişinin kimliği olur (Lorder, 2003, akt. Follo, 2012).

Dövüş sporlarında sporcular ile kadınsı kadınlar arasında bir denge oluşmaktadır (Follo, 2012). Başka bir deyişle dövüş sporu alanlarında, geleneksel ideolojiye göre iki uç kutup olan ‘sporcu’ ve ‘kadın’ kavramları ortada noktada buluşmaktadır. Böylece dövüş sporcusu olan kadınlar olmayanlara göre kendilerine atanmış kadınsılıktan daha kolay bir şekilde öteye geçebilmektedirler. Çünkü katı toplumsal cinsiyet normlarına göre dövüş alanı erkek egemen bir alandır ve bu eylemi sergilemek için “güç” gerekmektedir. Kadınların bu alanda bulunması ve bu eylemi sergilemesi katı toplumsal cinsiyet normlarını zorlamaktadır, denebilir.

Bunun yanı sıra kadınlar sürekli olarak mücadele ettiklerinde ama aynı zamanda toplumsal cinsiyet normlarına bağlı olduklarında bu sefer de “kadınlık paradoksu” (feminine paradox) kavramıyla yüzleşmek zorunda kalmaktadırlar (Follo, 2012). Kadınlık paradoksu kadınların yalnızca kendi kadınsılıklarını vurgulamaları şartıyla erkek egemen alanda var olmalarına izin vermektedir (Clasen, 2001, akt. Follo, 2012). Böylece kadınlık paradoksuna uyan kadınlar “erkek Fatma” gibi benzetmelere maruz kalmayacak veya “lezbiyen” olarak etiketlenmeyecektir.

Stevens’a (1975) göre öz savunmanın yaklaşık olarak %70’i psikolojiktir. Öz savunma ile kadınların öz değer duygusu gelişir, kendi bedenlerine saygı duyarlar ve kendilerini koruma ve savunma haklarının bilincinde olurlar (Searles ve Berger, 2017). Kadınlar dövüş sporlarında sadece bedensel olarak kendilerini eğitmiş olmazlar, aynı zamanda zihinsel olarak güçlenirler ve özgüvenleri gelişir. Olası

tehlikeyi sezebilme ve savuşturabilme yetileri gelişir, bu nedenle dövüş sporcusu olmayan kadınlara göre daha özgüvenli olabilirler.

1.4. Türkiye’de Karate Sporcularının Cinsiyete Göre Dağılımı

Türkiye’deki karate sporcularının cinsiyet oranlarına bakıldığında ciddi bir oransızlık göze çarpmaktadır (Tablo 1 ve 2). Temel sporlar (jimnastik, yüzme, atletizm) ve takım sporlarında (voleybol, basketbol, hentbol) bu oran daha dengeli iken uzak doğu sporlarında (judo, tekvando, karate) ve mücadele sporlarında (güreş, boks, halter) kadın sayısı erkek sayısının yarısı kadar bile değildir (Ak, 2017). Uzak doğu sporları ile ilgilenen sporcuların %74’ü erkek iken %26’sı kadındır; mücadele sporlarında ise sporcuların %89’u erkek iken yalnızca %11 oranında kadın sporcu vardır (SGM 2016 verileri; akt. Ak. 2017).

Lisanslı Sporcu			Faal Sporcu		
Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam
54,722	127,646	182,368	10,166	20,193	30,359

Tablo 1. Türkiye Karate Federasyonunun 2016 yılı lisanslı sporcu sayılarının cinsiyete göre dağılımı (SGM 2016 verilerine göre) (Kaynak: Ak, 2017; Çizelge 1)

Kadın	Erkek	Toplam
54,722	127,646	182,368

Tablo 2. Karate alanındaki lisanslı sporcuların cinsiyete göre dağılımı (SGM 2016 verilerine göre) (Kaynak: Ak, 2017; Çizelge 2)

2. Kuramsal Çerçeve

Bu tezde kadın karate sporcularının deneyimleri incelenirken Bourdieu’nun Eylem Kuramı’nda geliştirmiş olduğu “oyun”, “alan”, “sermaye” ve “habitus” kavramlarından yararlanılacaktır. Bunların yanı sıra fiziksel feminizmin öne sürdüğü bazı argümanlarla kadınların karate eğitimindeki önemi üzerinde durulacaktır.

2.1. Oyun metaforu ve Alan

Bourdieu, geliştirdiği kavramların daha kolay anlaşılabilmesi için “oyun” metaforunu kullanmıştır. Bourdieu’ya göre toplumsal hayat siyaset, sağlık, spor gibi farklı alanlardan meydana gelmektedir. Oyunun oynandığı yer alandır. Her alanın kendi düzenleyici ilkeleri bulunur ve her alanın kendi sınırları içinde değerli bulunduğu bir sermaye biçimi vardır (Bourdieu, 1986, akt. Emir, Karaçam ve Koca, 2015). Belirli alanlar içinde oyuna dahil olmak onu oynamaya değer bulmak anlamına gelmektedir. Alana dahil olunduktan sonra alanın sahip olduğu kurallar, değerler (doxa) benimsenmekte ve hiç sorgulanmadan bunlara uyulmaktadır (Bourdieu, 1990, akt. Koca, 2016:21). Oyuncuların oyunda kabul görmeleri için ellerinde bulunması gereken bazı kozlar vardır, Bourdieu bu kozları “sermaye” kavramı ile açıklar.

Bu çalışmada karateci kadınların deneyimleri incelenirken spor alanındaki hakim kurallar ve değerlerin neler olduğu anlaşılmasına çalışılacak ve katılımcıların deneyimleri doğrultusunda karateci kadınların bu alanda nasıl ve nerede konumlandıkları tartışılacaktır.

2.2. Sermaye

Bourdieu, eylem kuramında üç temel sermaye türünden bahsetmektedir: ekonomik sermaye sahip olunan maddi kaynaklar, kültürel sermaye özellikle eğitim yoluyla elde edilmiş kültürel birikimler ve sosyal sermaye ilişkiler ağıdır. Oyuncular oyun içinde sermaye biriktirdikçe oyundaki ayrıcalıklarını arttırabilir ve konumlarını sağlamlaştırabilirler.

Spor alanının mantığı sporcu ve sporcu bedeni etrafında döndüğü için bu alanda en değerli görülen sermaye beden sermayesidir (Koca, 2016). Bourdieu’ya göre beden sermayesi (emodied capital) kültürel sermayenin cisimleşmiş halidir ve bedenin cisimleşmiş boyutuna gönderme yapar (Bourdieu, 1986, akt. Emir vd., 2015).

Bu çalışmada karateci kadınların beden sermayesinin karate alanında kabul gören beden sermayesini karşılayıp karşılamadığı tartışılacak. Ayrıca karateci kadınların karate alanındaki konumlarını anlayabilmek için de sermaye kavramından yararlanılacaktır.

2.3. Habitus

Bourdieu'ya (1977) göre habitus bireylerin geçmiş deneyimlerinden beslenir ve o anki veya sonraki eylemlerini şekillendirir (akt. Emir vd., 2015). Habitus bir eğilimler bütünüdür denebilir. Bireyler eylemlerini çok da hesaplamadan yaparlar ve bunun toplumda kabul göreceğini bilirler.

Sahip olunan habitus ile belirli alanın habitusunun uyum içinde olması kişiye alanda kolaylık ve ayrıcalık sağlar. Bu çalışmada karate alanının habitusu ile karateci kadınların sahip oldukları habitusun uyum içinde olup olmadığı veya ne ölçüde uyum içinde olduğu tartışılacaktır.

2.4. Fiziksel Feminizm

Bedenle ilgili çalışmalar toplumsal cinsiyeti somutlaşmış bir kavram olarak ele almaktadır ve feministler toplumsal cinsiyetin somutlaşmış halini "güç" ile bağlantılı olarak tanımlamaktadır (Daviz, 1997, akt. Velija, Mierzwinski ve Fortune, 2013). Feministlere göre kadın bedeni erkek bedeninden güçsüz ve aşağı olduğu söylemlerinden etkilenir (Davis, 1997, akt. Velija vd., 2013). Sporla ilgili olarak, spordaki beden pratikleri toplumsal cinsiyetleştirilmiştir ve kadınlar "zayıflıklarının" göstergesi olan davranış formlarını kabul ederek sosyalleşmektedirler (Hall, 1996; Young, 1990, akt. Velija vd., 2013). Toplumsal cinsiyetin somutlaşması ile ilgili çalışmaların öne sürdüğüne göre spor, özellikle de -karate gibi- kadınların gücü ve zorlamayı deneyimlemesini sağlayan spor dalları, kadınları fiziksel olarak güçlendirir (Velija vd., 2013).

Fiziksel feminizm, kadınların güçlenmesinin ve fiziksel gücün önemini göz ardı eden feminist teorilerden tatmin olmama sonucunda ortaya çıkmıştır (McCaughey, 1997, akt. Velija vd., 2013). Fiziksel feministler kadınların fiziksel olarak güçlenmesini sağlayan sporlara katılmalarıyla kendilerini geliştirmelerinin önemini vurgular ve aynı zamanda kadınların zihinsel olarak da kendilerini geliştirmeleri gerektiğini savunurlar. Fiziksel feministlere göre "fiziksel güç" ve toplumsal cinsiyet formlarını sorgulayarak elde edilmiş "idrak" birlikte hareket etmelidir (Velija vd., 2013). Bu teoriye göre kadınlar sporda elde ettikleri fiziksel güçleri ile kadınların zayıf ve güçsüz olduğu argümanı ile savaşılabirler.

Fiziksel feminizm ideolojisine göre kadınlar karatede fiziksel olarak güçlenmektedirler; zihinsel olarak güçlenmeleri için erkek egemenliğini sorgulamaları ve feminist bilince sahip olmaları gerekmektedir. Yukarıdaki argümanlarla birlikte konuyu baştan ele alırsak, eğer kadınlar toplumsal cinsiyet normlarını sorgulamaz ve karate eğitimlerini sadece erkek egemenliğinin olası "cinsel saldırılarından" kendilerini korumak amacıyla alırlarsa erkek egemenliğini en baştan kabul etmiş olurlar ve tam anlamıyla güçlenmiş sayılmazlar.

Bu çalışmada katılımcı kadınların karateye başlama nedenleri ve toplumsal cinsiyet algıları doğrultusunda fiziksel feminist teori tekrar ele alınacaktır. Karateci kadınların fiziksel ve zihinsel gelişimlerinin birbirlerini etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa nasıl ve hangi yönden etkilediği anlaşılmasına çalışılacaktır.

3. Literatür Taraması

Toplumsal cinsiyet denilince oluşan ilk tasavvurlardan biri bedendir. Kadının hem bedeni ile fiziksel aktivede bulunarak var olduğu hem de toplumsal cinsiyet normlarının kısıyında dolaştığı veya bu normlara meydan okuduğu alan spordur. Bu nedenle toplumsal cinsiyet alanının ve spor sosyolojisinin bir arada ele alındığı çalışmaların sayısı oldukça fazladır.

Kavasoğlu ve Yaşar (2016) yaptıkları çalışmada kadın sayısının yoğunlukta olduğu alanlardaki erkek sporcuların ve erkek sayısının yoğunlukta olduğu sporlarda kadın sporcuların deneyimlerini ele almışlardır. Voleybol, jimnastik, buz pateni, dans ve halk oyunları dallarından 5 erkek sporcu ve bilardo, futbol, boks, otomobil sporları ve güreş dallarından 5 kadın sporcu ile görüşme yaparak veri toplayıp analiz etmişlerdir. Kavasoğlu ve Yaşar'ın (2016) çalışmasının sonucunda hem erkek sporcuların hem de kadın sporcuların spor dalı seçimlerinden dolayı toplumsal baskılara ve engellemelere maruz kaldıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmanın bir diğer sonucu şöyledir; kadın sporcuların başarıları ile sosyal statüleri

aynı oranda artarken erkek sporcuların başarılarının sosyal statülerine bir etkisi olmamıştır. Kısacası erkek egemen alanda kendini kanıtlamış bir kadının elde ettiği başarı ile kadınların yoğunlukta olduğu sporda başarılı olmuş bir erkek aynı kabul görmeyi elde edememektedir.

Follo (2012) bu alanda yazdığı makalesinde toplumsal cinsiyetçi toplumdaki kadın dövüş sporcularını ele almaktadır. Follo'ya göre kadınların bu spor dallarında antrenmanlara erişimlerinin olmasına rağmen bu durum hala hakim toplumsal cinsiyetçi ideoloji ile mücadele halindedir. Yani toplumsal cinsiyetçi bakış açısı hala kadınların antrenmanlara erişimlerinden huzursuzdur. Follo'nun öne sürdüğüne göre hala kadın dövüş sporcuları erkeğin koruyucu, kadının ise mağdur olduğu toplumsal cinsiyet algısıyla mücadele etmek durumundadır.

Seifi ve Mahdavi'nin (2015) çalışması Tahran'daki karate sporcusu kadınların karateye yönelmelerindeki sosyal faktörleri ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu çalışmada Tahran şehrindeki 693 karate sporcusu kadına anket yapılmış ve toplanan veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre sosyal güvenlik eksikliği arttıkça, saldırganlık duygusu arttıkça, erkeksi davranış arttıkça, sosyal sınıf yükseldikçe, aile desteği arttıkça ve toplumsal cinsiyet kalıplarına olan direnç arttıkça karateye yönelim artmaktadır. Aynı zamanda araştırmaya göre bu spora yönelim yaş, sosyal sınıf ve gelir arttıkça artmaktadır.

Velija, Mierzwinski ve Fortune'nun (2012) çalışması kadınların dövüş sporlarına katılımlarıyla değişen bedenleri ve algıları üzerinedir. Çalışmada 11 kadın ile yaptıkları görüşmelerden elde ettikleri sonuç kadınların dövüş sporlarına katılımlarının özgüvenlerini arttırdığı ve toplumsal cinsiyet kalıpları ile mücadele etmelerinde yardımcı olduğu yönündedir. Araştırmaya göre kadınların dövüş sporlarına katılımı ve fiziksel güçlerinin artışı onlara fiziksel olarak güçlü oldukları hissini vermektedir. Çalışma genel olarak fiziksel güçlenmenin toplumsal cinsiyet kalıplarını değiştirmek ve bireysel güçlenmeyi sağlamak için önemli olduğunu ileri sürmekte ve fiziksel feminizm ideolojisi doğrultusunda kadınların dövüş sporlarına katılımlarının önemini vurgulamaktadır.

Akcan'ın (2016) bu alanda yaptığı araştırma dağcılık sporu ile ilgilenen kadınların deneyimleri üzerinedir. Üniversite dağcılık topluluklarında 39 dağcı ile yaptığı görüşmeleri içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz etmiştir. Araştırmanın sonucunda Akcan, dağcılığın her ne kadar bir direniş kültürüne sahip olduğunu kabul etse de sonuç olarak dağcılığın toplumsal cinsiyet algılarını ve erkek egemenliğini yeniden ürettiğini ortaya koymaktadır. Akcan'ın sonuçlarına göre dağcılık alanında kadınların "doğal olarak" daha zayıf ve güçsüz oldukları ve dağcılığa uymadıkları fikri kabul görmektedir. Bunun yanı sıra kadınların alanda var olabilmeleri erkeğin onayı ve desteği ile mümkün olmaktadır. Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise kadınların bu alanda var olabilmelerinin "cinsiyetsizleşmeleri" veya "maskülenleşmeleri" ile mümkün olduğudur.

Emir, Karaçam ve Koca (2015) yaptıkları araştırmada tarihsel olarak erkeklikle özdeşleştirilen boks alanındaki kadın sporcuların deneyimlerini incelemişlerdir. Araştırmanın verilerini 11 kadın boksörle yaptıkları bireysel görüşmeler ve farklı spor salonlarında gerçekleştirdikleri gözlemler doğrultusunda toplamışlardır. Araştırma bulguları şu yöndedir: boks sporu baskın şekilde erkek hakimiyetindedir, kadın boksörler kadın oldukları için boks alanında, boksör oldukları için ise alanın dışında ötekileştirilmektedirler ve kadınlar hem alanda varlık gösterebilmek için hem de kadın kalabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Katılımcı kadınlar boks alanında erkek gibi olduklarını, alanın dışında ise kadın olduklarını sürekli olarak ispat etme çabası içindedirler.

4. Yöntem

Bu çalışmada kadın karatecilerin karateyi nasıl deneyimlediklerini; kendilerini karate alanı içinde nerede ve nasıl konumlandıklarını; katılımcı kadın karatecilerin ortak yönlerinin neler olduğunu; kadın karatecilerin geleneksel toplumsal cinsiyet normlarına karşı düşüncelerini anlayabilmek için nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji benimsenmiştir. Araştırma verileri yarı yapılandırılmış görüşmeler doğrultusunda toplanmıştır. Belirlenen yöntem sayesinde "nasıl" sorusunun cevabı alınmaya çalışılmış ve veriler nitel yöntemle betimlenmeye, incelenmeye ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

4.1. Araştırma Grubu

Katılımcılar 6 Şubat 2018 tarihinde İzmir'de düzenlenen Liseler Arası Karate Turnuvası'ndaki hakem, antrenör ve sporcular arasından seçilmiş olup katılımcıların tamamı en az iki en fazla 15 yıldır

karate sporuyla ilgilenmektedir. Araştırma kapsamında 9 kadın karateci ile görüşülmüştür (Tablo 3). Araştırmanın yürütüleceği şehir olarak İzmir'in seçilmesinin nedeni hem büyük şehir olması hem de şehirde birçok karate kulübünün bulunmasıdır. Liseler arası düzenlenen bu maçta üst yaş ve kuşaktan sporcu, hakem ve antrenörlerin olması ve aynı zamanda çeşitli kulüplerden katılan karatecilerin aynı ortamda bulunması durumu bu maçı araştırma ortamı olarak önemli kılmıştır. Katılımcılar üst kuşaklardan seçilmiştir ve tamamı ya kahverengi ya da siyah kuşaktadırlar.

Çalışmaya katılan kadın karatecilerin yaşları 17 ile 41 yaş arasındadır. Katılımcılardan üçü lise son sınıf öğrencisi karate sporcusu; üçü üniversite öğrencisi karate sporcusu, hakem ve antrenör; ikisi hakem ve antrenör; biri ise üniversite öğrencisi karate sporcusudur. Katılımcıların tamamı birçok kez karate maçlarına katılmış ve dereceleri olan sporculardır.

Ad	Yaş	Derece	Deneyim yılı	Meslek/alan
1.Seçil	17	Siyah 1. dan	2	Lise son sınıf öğrencisi/ karate sporcusu
2.Büşra	18	Kahverengi 1. kyu	4	Lise son sınıf öğrencisi/ karate sporcusu
3.Selen	24	Siyah 1. dan	6	Sosyal Bilimler öğretmeni, YL öğrencisi/ karate sporcusu, hakem, antrenör
4.Sena	18	Siyah 1. dan	7	Lise son sınıf öğrencisi/ karate sporcusu
5.Bahar	21	Siyah 3. dan	15	Üniversite öğrencisi (BESYO)/ karate sporcusu - Milli sporcu/ Hakem
6.Esna	22	Siyah 1. dan	12	Üniversite öğrencisi (BESYO)/ karate sporcusu - Milli sporcu/ Hakem
7.Merve	41	Siyah 2. dan	12	Antrenör, Milli hakem
8.Buse	23	Siyah 1. dan	15	Antrenör, hakem/ Muhasebe mezunu
9.İpek	22	Kahverengi 2. kyu	4	Üniversite öğrencisi (Fizik Müh.)/ Karate ve Aikido sporcusu

Tablo 3. Katılımcıların demografik bilgileri

4.2. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri 9 kadın karateci ile yapılan birebir görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Görüşmeler yarı yapılandırılmış şekilde yürütülmüştür. Görüşme formunda olmayan sorular görüşmenin akışına bağlı olarak eklenmiştir. Böylece görüşmeler daha esnek bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

Görüşme öncesinde katılımcılara araştırmanın konu ve amacı açıklanmıştır ve ses kaydı için katılımcıların rızaları alınmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri alındıktan sonra görüşme sorularına geçilmiştir.

Görüşme sorularının bir bölümü karateci kadınların genel toplumsal cinsiyet algılarını ve karate alanındaki toplumsal cinsiyet sorununa bakışlarını anlamaya çalışan sorulardır. Örneğin: Sizce kadın nasıl olmalı erkek nasıl olmalı? Kadınlar neden daha çok kendini koruma üzerinden eğitilirken erkekler bunu spor olarak yapıyor? (Sizce) Ayrıca çoğunlukla katılımcılardan verdikleri yanıtı açıklanmaları rica edilmiştir. Düşündükleri şeyi neden o şekilde düşündükleri veya bir durum varsa bunun nedeninin ne olabileceği sorulmuştur. Örneğin: Sizce karateyi kadınlar mı daha çok tercih ediyor erkekler mi? Neden? Neden kadınlar/erkekler tercih ediyor?

Görüşme sorularının bir diğer bölümü kadın karatecilerin karateye bakışlarını ve karatenin hayatlarındaki önemini anlamaya çalışan sorulardır. Ayrıca bu sorularla karatenin kadınların hayatlarını ne yönde değiştirdiği/etkilediği anlaşılmaya çalışılmıştır. Örneğin: Karateye nasıl başladınız? Karate size ne katıyor? Size verdiği ayrıcalıklar neler?

Görüşme sorularının bir bölümünde ise kadınların karate alanındaki konumları, konumlandırılmaları anlaşılmaya çalışılmıştır. Örneğin: Karatede erkek egemen bir alanda olduğunuzu düşünüyor/ hissediyor musunuz? Nasıl? Antrenmanlarda kadın olduğunuz için farklı bir muameleye maruz kaldınız mı/ kalıyor musunuz? Evet, ise nasıl?

4.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizi içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Görüşmeler sonrasında 9 kadın sporcu ile yapılan görüşmelerin ses kayıtları bilgisayar ortamında yazıya dökülüp 21 sayfalık ham veri elde edilmiştir. Veriler tekrar tekrar okunup kodlar oluşturulmuştur. Kodlamadan sonra ortaya çıkan benzerlik ve farklılıklar göz önüne alınarak bulgular analiz edilmiştir. Kimliklerini gizlemek adına katılımcılara takma isimler verilmiştir.

5. Bulgular ve Tartışma

Analiz sonucunda bulgular 3 temaya ayrılmıştır. İlk tema karateci kadınların genel toplumsal cinsiyet algıları ve karate alanındaki toplumsal cinsiyet sorununa bakışlarına ilişkindir. İkinci tema karateci kadınların karateye bakışları ve karatenin hayatlarındaki önemine; üçüncü tema ise kadınların karate alanındaki konumları/konumlandırılmalarına ilişkindir.

5.1. Karateci Kadınların Genel Toplumsal Cinsiyet Algıları ve Karate Alanındaki Toplumsal Cinsiyet Sorununa Bakışları

Katılımcı karateci kadınların genel toplumsal cinsiyet algılarını ölçmek için sorulan “sizce kadın nasıl olmalı, erkek nasıl olmalı” sorusuna genel anlamda benzer cevaplar alınmıştır. Yalnızca bir katılımcı (Büşra) hariç tüm katılımcıların cevapları kadın ile erkeğin eğitilmesi gerektiği yönündedir. Selen’e göre:

“İkisi de insan olmalı. Bu kadar! Bir insan nasıl olmalı? İyi olmalı, cömert olmalı, birbirine kibar davranmalı, yani insan olmalı. İnsan olsun yeter.”

Bahar ise diğer katılımcılar gibi kadın-erkek eşitliğini savunmakla birlikte spor alanında bu tür ayrımların olmadığını ileri sürmektedir:

“İki taraf da her şekilde eşit olmalı, saygı duymalı iki tarafa da. Ya kadın erkek diye çok fazla ayırmıyorum aslında insanları ama hani bir insan her türlü saygılı olmalı, dürüst olmalı. Spor yapan insanlarda genelde bu ayrım olmaz, yani iki taraf da saygılı olmalı. Biz antrenman yaptığımızda karşıdakini bayan erkek diye değil ya rakip ya sporcu ya eş-partner olarak değerlendiriyoruz.”

Aynı soru Esna’ya yöneltilip benzer bir cevap alındığında kendisine bu algıyı kendisine karatenin mi sağladığı sorulmuştur ve “Karatenin de büyük bir etkisi olduğunu söylemek istiyorum tabii” yanıtı alınmıştır.

Antrenmanlarda kadın olduğu için farklı bir muameleye maruz kalıp kalmadığı sorulduğunda İpek’in cevabı şöyle olmuştur:

“Evet. Daha hassas davranıyorlar bize ve bu beni rahatsız ediyor. Bizim dojoda (salon) kadın erkek karışık antrenman yapılıyor genelde, kadın-kadın, erkek-erkek ayrımı oluyor ya, biz karışık yapabiliyoruz orada. Bana hassas davranmaları hoşuma gitmiyor, daha çok normal davranmalarını istiyorum ama bunu istemsiz yapıyorlar. Bu rahatsız edici, ayrımcılık oluyor.”

Veli olarak karate ile tanışan ve şuan milli hakem unvanı olan Merve'ye antrenmanlarda kadın olduğu için farklı bir muameleye maruz kalıp kalmadığı sorulduğunda cevabı şöyle olmuştur:

"Kalıyorum. Bir karate-do felsefesi deniliyor ama felsefe sadece kitapçığin üzerinde yazıyor. Farkındalığı içerde de olsa dışarıda da olsa kadın kendisi yaratıyor ya. Sana nasıl bakıldığı önemli değil, senin nasıl durduğun önemli. Bir müddet sonra bakıyorlar ki sen osun. Seni başta kabullenmiyorlar ki benimkisi zor bir süreçti. Onların gözünde bir veliydim. Veliden hakem olur mu? Evet, hakem oldu, aday hakem oldu, bölge oldu, milli oldu, gitti milli şampiyonaları yönetti, seçmeler yönetti. Sonra veliden antrenör olur mu? Evet, olur. Onu da gösterdim. Sizin ne gösterdiğinizle alakalı. Ama neden biz kadınlar kendimizi erkeklere kabullendirmek zorunda kalıyoruz? Bu beni üzüyor. Tamam da benim... ondan bir şey olur mu, zaten veliydi, bir de kadın. Tamam da sen neydin? Annenin karından karate kıyafetiyle doğmadın. Senin başlama sürecin benden on yıl önce olabilir. 10 yıl önceyse biraz düşünmen gerekebilir. 'Ben 10 yıl önce başladım, ben çocukken başladım, ben müsabıklık da yaptım, ben bu kadar daha geçmişten geliyorken ben başarı elde edemedim, acaba bu kadının başarı sırrı ne diye' insan merak eder, daha çok çalışır. Onlar adına konuşuyorum."

Merve deneyimlerinden yola çıkarak ayrımcılığa maruz kaldığını ifade etmekte fakat ayrımcılıkla mücadele ederek kendini nasıl kanıtladığını anlatmaktadır. Merve de fiziksel feminizmin savunduğu doğrultuda hareket ederek karatede hem fiziksel olarak kendini güçlendirmiş ve kanıtlamış hem de kendine ayrımcılık yapan zihinlerle mücadele etmeye çalışmıştır.

5.2. Karateci Kadınların Karateye Bakışları ve Karatenin Hayatlarındaki Önemi

Analiz sonucunda karatenin katılımcı kadınların hayatlarında çok önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmıştır. Genel anlamda karatenin hem kişiliklerini hem de bedenlerini geliştirdikleri üzerinde durmuşlardır.

Katılımcıların bir kısmı karateye başlama hikayeleri sorulduğunda daha önce karate ile ilgilenen aile üyeleri aracılığıyla başladıklarını ifade etmişlerdir. Selen ve İpek bu spora başlarken ailelerinden destek alamadıklarını, babalarının gönülsüz olduğunu, başladıktan ve ilerledikten sonra destek almaya başladıklarını dile getirmişlerdir. Buse ise karateye başlama hikayesi şu şekilde ifade etmiştir:

"Ben çok sessizmişim. Hem böyle hiç konuşmazmışım, cevabı da bilsem söylemezmişim. Ailemde de öyle hani, çok konuşmuyordum, çok konuşkan bir çocuk değildim. Yakın çevremizde de karate vardı, yapan arkadaşlarım vardı. İşte o sayede başladım. Belki biraz açılır, işte aktivite olur diye başladım. Ama mesela maç olarak da bu kadar şey olduğunu bilmiyorduk. Hani başlama sebebim o yani. Biraz aktif olsun diye. Şimdi hiç susmuyorum diyebilirim."

Katılımcılara karatenin onlara ne kattığı ve karatenin onlara verdiği ayrıcalıklar sorulduğunda alınan yanıtlardan bazıları şunlardır:

"Bir kere mesleğimi karate sayesinde aldım. Milli sporcu olduğum için. Ona yön veren şey sporum oldu. Yani fiziksel olarak zaten davranışlarım, özgürlüğüm, ne bileyim diğer insanlara göre daha rahattım. Bir bayan hele özellikle okul okumuştur, atıyorum bir sunum yaparken çok utanırlar. Ege'de mesela benim okuduğum okulda çok utanıyorlar. Ben çalışmıyordum bile, bir kere okuyordum, özetini çıkarıyordum. Rahat rahat konuşuyordum, hani rahat rahat... Mesela yolda gelirken arkadaşım ile konuştum, işte küçükken kaybolarak gitmişim birkaç yere işte antrenman uzaktı, kaybolmuşum, ağlıyordum falan. Ama mesela 9. sınıfta tek başıma Ankara'ya dan sınavına gitmişim. Hiçbir şekilde bilmiyoruz, üç arkadaş. Hani çok fazla rahat, özgüven.. O konuda bana çok şey kattığını düşünüyorum." (Bahar)

"(...) Küçükken çok çekinik bir kızdım. Şimdi daha güvenli, özgüvenim daha yüksek. Daha çok kendime güveniyorum. Spor yapan insanların çevreye daha farklı baktığını düşünüyorum. Hayat bakışı olarak daha farklı baktığımızı düşünüyorum. Çünkü daha çok tecrübe ediniyoruz bence. Buradan alınan darbeler de hayattan alınan darbeler gibi. Düşüyorsun düştükten sonra kalkmak zorundasın. Hayat da böyle, düştükten sonra kalkmak zorundasın." (Esna)

"O kadar çok şey kattı ki. En başta özgüven sahibi oluyoruz. Hani oraya çıkıp.. Ben sporculuktan gelen bir antrenörüm hani sporculuk da yaptım, anktrenörlük de yaptım, hakemlik de yaptım. En başta özgüven katıyor, kendine bir güven geliyor. Hani ben varım diyebiliyorsun,

her yerde kendini ifade edebiliyorsun. En önemlisi o diyebilirim. (Karateci olmayan kadınlardan sizi ayıran özellikleriniz neler?) Şimdi kendimize güvenliyiz. Bir olay olduğunda hani, a aman onlar erkektir, diyorlar ya, biz öyle değiliz. 'Kavga var, hadi gidelim' korkmuyoruz yani. Korkusuzuz birazcık da." (Buse)

"Erdem. Sonra, bazı olaylara sakın bir şekilde karşılık verebilmemi sağlıyor. Sakinliğimi koruyabiliyorum. Yani bilmiyorum, orada güç kontrolü öğreniyorsun ve buda seni zihnen geliştiriyor. Açıklayamadım şuanda ama olgunlaştırıyor, evet. Karakterimi şekillendirdi diyebilirim.

(Size verdiği ayrıcalıklar var mı?)

Evet, kendine güven konusunda. Onlar daha çok, bilmiyorum, hepsi değildir belki ama, genelde kadınlar böyle hep başlarında bir erkek olsun, onu korusun etsin, böyle kollarının altına alsın, o tarz böyle büyütülüyor genelde böyleler. Ama bizim gibi sporcu kadınlar genelde kendilerine güvendikleri için erkeğin bu özelliğine ihtiyaç duymazlar. Bu konuda farklı olabilirler." (İpek)

Genel olarak katılımcı kadınlar karatenin onlara özgüven sağladığı konusunda aynı fikirdelerdir. Kendilerini karateci olmayan kadınlardan ayırdıkları en önemli özellikleri ise yine kendilerine olan güvenleridir. Bu bulgulardan yola çıkarak karateci kadınların fiziksel olarak güçlenmeleri kendilerine güvenlerini arttırmıştır ve bu fiziksel güç beraberinde zihinsel gücü de getirmiştir diyebiliriz.

Karatede sizi motive eden unsurlar neler, sorusuna Seçil ve Sena'nın verdikleri yanıtlar şöyledir:

"Ben sadece kendimle yarışıyorum başkasıyla yarışmıyorum. Kendim daha iyi olucam. Hani kilo çok problem oluyor ya. Kilo vereyim zayıflıyım değil bu benim şeyim. Daha güçlü daha kuvvetli olayım değil. Kendimi daha kuvvetli hissedeyim. Belki hiçbir şey değişmeyecek ama kendime olan güvenimi biraz daha arttırabiliyorsam benim motivasyonum bu açıkçası." (Seçil)

"Başlarda maça gittiğimde derece falan yapamıyordum. Sürekli bırakacağım ben bırakacağım, falan. Sonra dereceler yavaş yavaş gelmeye başladıkça maça gitme isteğim arttı. Kürsüye çıkıyorum, ya da maçlarda tanınmaya başlıyorsun. Bu baya etki etti. O yüzden devam ettim." (Sena)

Bu iki yanıtta motivasyonları birbirinden farklı iki karateci kadın görmekteyiz. Seçil yalnızca kendi ile yarıştığını ve onun için önemli olanın özgüvenini arttırmış olmak olduğunu ifade ederken Sena yarışmalardan elde ettiği başarılar ile motive olduğunu ifade etmektedir. Fakat iki kadının amacının da kendileri için en iyisini elde etmek ve güçlü olmak/hissetmek olduğunu görmekteyiz.

Katılımcılara daha önce karateyi günlük hayatlarında kullanma ihtiyacı duyup duymadıkları sorulduğunda dört tanesi daha önce bir tehditle karşılaştıklarını ve karate eğitimlerini kullanmak zorunda kaldıklarını, diğer beşi ise daha önce böyle bir tehditle karşı karşıya kalmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu tarz bir tehditle karşı karşıyken savunma yapmak zorunda kalan katılımcılara kendilerini savunduklarında kendilerini nasıl hissettikleri sorulmuştur. Yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

"Bir şeyleri başarabildiğimi, ya bir şeyleri tamam vakit geçiriyorum orada, haftada bilmem kaç gün orada oluyorum ve bunların gerçekten hani okulda gördüğümüz dersleri hayatta nerede kullanıcaz diyoruz ya? Hayatta gerçekten kullandığım şeyler oldu. Nasıl hissettim? İşe yaradım ve zamanımın boşa gitmediğini hissettim. Yani iyiydi. Kendimi korkusuz hissettim." (Seçil)

"Oo yapabiliyormuşum, dedim. Güzeldi, iyi hissettim yani." (Selen)

Bu ifadelerden anlaşılacağı gibi karateci kadınlar bedensel olarak güçlendikten ve kendilerini koruyabilmeye başladıktan sonra kendilerini zihinsel olarak da güçlü hissediyorlar ve aldıkları eğitimden tatmin oluyorlar. Katılımcı kadınların nerdeyse tamamı karate eğitimlerinin onlara özgüven sağladığını kabul etmişlerdir.

5.3. Kadınların Karate Alanındaki Konuları/Konumlandırılmaları

Katılımcı kadınlara "Sizce karateyi daha çok erkekler mi tercih ediyor kadınlar mı? Neden?" sorusu sorulduğunda Büşra ve İpek dışında tüm katılımcılar erkeklerin daha çok tercih ettiği yanıtını vermişlerdir.

“Genel olarak kadınlar çünkü genel olarak savunmanın olması gereken bir dünyadayız. Kadın ve erkek ne kadar eşit tutulsa da hala erkek egemenliği üstünlük sağlıyor. Yani böyle zannediliyor en azından. Bu kadar..” (Büşra)

“Bizde kadın sayısı daha fazla. Ama normal seminerlere gittiğimde ya da uluslararası şeyler olduğunda genelde erkekler biraz fazla.

(Erkekler daha mı fazla uzmanlaşıyor?) Evet, ve geçen kuşak sınavını katıldım ve sadece bir tane kadın vardı. Erkekler ilerletiyorlar daha fazla.

(Peki, sizce neden böyle?) Kadınlar genelde bir hevesle başlıyorlar. Çok bilincinde olmuyorlar, hani ne bileyim, bu işte daha çok disipline girmek gerekiyor. Aslında disiplini koruyorlar bir müddet ama ne bileyim ilerleyemiyor. Genelleme yapmayayım, çoğu öyle oluyor diyeyim. Çoğu dediğim bırakanlar, bırakmayanlar disiplinini koruyanlar zaten.

(Neden kadınlar karateyi tercih ediyor sizce, ya da etmeli?)

Korunmak için. Çünkü ülkemizde, Türkiye’de mi genelde mi çok bilmiyorum ama Türkiye’de daha fazla belki de, kadın tacizleri, dayak yiyen kadınlar. Öyle işte, çok fazla haberlerde de görülüyor. Kendilerini güvende hissetmiyor olmalılar. Aileler de genelde bu şekilde yolluyorlar.” (İpek)

Kadınların karateyi daha çok tercih ettiği yanıtını veren Büşra ve İpek’in düşündükleri şey kadınların sürekli olarak kendilerini korumaları gereken bir toplumda olduğumuzdur. İfadelerden anlaşılacağı gibi kadınlar bu sporu kendilerini olası erkek tehdidinden korumak için yapmaktadırlar.

Aynı soruya erkeklerin daha çok tercih ettiği yanıtını veren diğer katılımcıların genel anlamda düşündükleri ise kadınlardan erkeklerin daha dayanıklı olduğu ve bu yüzden güç ile ilişkilendirilen karateyi daha çok erkeklerin tercih ettiği yönündedir. Başka bir deyişle erkeklerin sahip olduğunu habitus karate alanına uygunken kadınlarıki değildir. Ayrıca katılımcılar erkeklerin daha çok tercih etmesinin nedenini kadınların bu alana çekingen yaklaşması ya da erkek egemenliğinin buna izin vermemesi, yani hala karatenin kadına uygun bir spor olmadığı yönündeki fikirler ile ilişkilendirmişlerdir. Yanıtından sonra Seçil’e salonunda erkek sayısının mı kadın sayısının mı daha yoğun olduğu sorulduğunda şu şekilde cevap vermiştir:

“Benim salonumda büyüklerde kadınlar daha az ama küçükler de eşit gibi.

(Neden yaş arttıkça sayı azalıyor sizce?)

Küçükken ailenin baskısı ile geliyorlar birçok çocuk. Severek yapan da tabii ki var ama zaten o sayı sabit kalmıyor her yıl değişiyor. Bir yıl kadınlar çoğalıyor, tabii ki hiçbir zaman erkekleri çok geçmiyor. Asıl sebebi şu oluyor biraz daha, kadın ve erkeğin birlikte olduğu bir spor dalı olduğu için biz salonda cinsiyet tanımıyoruz ama dışarıdan bu böyle gözüküyor. Bazı insanlar bundan hoşlanmıyor yani. O yüzden hani kız çocuklarını falan tabii ki göndermek istiyorlar ama ne olursa olsun bilinçaltındaki şeyden ötürü, hani erkekler kızlar birlikte muhabbetinden ötürü pek çoğalıyor. Yaş büyüyünce kadınlar geri çekilmiyor, kadınlar geri çektiriliyor bence.”

Yaş ilerledikçe kadın sayısının azaldığını ifade eden Selen’e bunun nedeninin ne olabileceği sorulduğunda şu yanıtı alıyoruz:

“Bence evlilik, doğum.. Ya hani baktığı zaman bir katacı (belirli karate hareketlerini bir düzen halinde sergileyen kimse), kıyafetini giydiği zaman çıkıp rahatça erkek olarak rahatça yapabiliyor katasını. Ama bir bayanın göğüslerini saklaması için daha büyük, daha kalın bir şey içine giymesi lazım. Eğildiği zaman dikkat çekiyor. Ya da bunlar bizi kafamıza belli kalıplarla empoze edildiği için kadın eğildiği zaman bizin orası dikkatimizi çekiyor. Bu da olabilir yani.”

Bu iki yanıtta yola çıkarak ele alabileceğimiz nokta kadınların yaşları ilerledikçe bedenleri ile bağlantılı olan cinselliklerinin ön plana çıkması ve bu nedenle bedenleri ile var oldukları karate alanının dışında kalmak zorunda hissetmeleri veya dışında bırakılmalarıdır. Başka bir deyişle kadınların yaşları ilerledikçe beden sermayeleri alanın içinde kalmak için daha uygunsuz hale gelmektedir.

Katılımcılara kadınların daha çok kendilerini korumak için karateye devam ederken erkeklerin spor için devam ettiği önermesine katılıp katılmadıkları sorulmuştur ve katılımcıların hepsi bu önermeye katılmıştır. Konuyu kadınların kendilerini korumaları gerektiği bir toplumda yaşadığımızla ilişkilendiren bazı katılımcıların bu soruya yanıtı şu şekilde olmuştur:

“Çünkü aslında öyle... Yani gerçekte bu böyle... Kadınlar daha çok tehdit altında. Bunu kim ne derse desin bu böyle. Biz salonda cinsiyet yok diyoruz ama kadın biraz daha savunmaya yönelik. Tabi erkeğe de kendini savunmadan atağa geçmek öğretilmiyor ama kadının başlama amacı bu oluyor. Kendimi savunmayı öğreniyim. Erkek hani antrenman bileyim, tabi o da kendini savunmayı öğrenmek amacıyla gidiyor ama kadın daha güçlü bir şeyle gidiyor oraya.” (Seçil)

“Evet buna katılıyorum. Şimdi bence kadınlar kendini koruma üzerinden eğitiliyorlar, çünkü toplumda sürekli kadını taciz etme olayları ya da işte babalar da diyorlar ki, çocuğum sokağa çıktığı zaman kızım sokağa çıktığı zaman kendini diğerlerinden koruyabilecek durumda olsun, diyor. Kadınlar biraz daha pasif görülüyor, aslında değıller de işte toplumun böyle bir düşüncesi olduğu için..” (Selen)

“Evet çünkü ülkemizde çok fazla kadına şiddet var. Ve kadınlar artık kendini sokakta gezerken laf atma olayları hani bir şekilde gerçekleştirdiği için artık koruma ihtiyacı, içgüdüğü görüyor ve bu sayede... ve telefonlar alıyorum mesela, işte biz kendimizi korumak istiyoruz, bize hangi branşı önerirsin, karate mi yapmalıyız, tekvando mu, nasıl kendimizi koruyabiliriz? İnsanlar böyle düşününce de tabi daha çok dövüş branşlarına yöneliyor. Öğrenmek istiyor, kendini korumak istiyor. Çünkü günümüzde o kadar çok kadına şiddet var ki, tecavüz, taciz. İnsanlar kendini korumalı, öğrenmeli.” (Esna)

Buraya kadar anladığımız kadının kendini olası erkek koruması gerektiği ve bu yüzden karate sporuna yöneldiğidir.

Katılımcı kadınların habituslarının karate alanındaki hakim habitus ile uyum içinde olup olmadığını anlamak için katılımcılara karate alanında erkek egemen bir alanda olduklarını hissedip hissetmedikleri sorulmuştur. Katılımcıların çoğu erkek egemen bir alanda olduklarını hissettiklerini fakat geçmişe göre kadın sayısındaki artışla bir şeylerin değişmeye başladığını düşündüklerini belirtmişlerdir.

“Evet, kesinlikle. Kadınların daha fazla başarılı daha objektif hani nasıl söylesem daha farklı gözle bakıyorlar, daha farklı gözle bakıyorlar. Bayanlar daha farklı oluyor.” (Bahar)
“Evet. Ya rahatsızlık değil de hani genelde %80’imiz erkek. Bayan olarak çok azız. Bir rahatsızlık yok ama bayan antrenörlerin deyim, hani kendi açımdan bakayım, bayan antrenörlerin sayısının artması tabii ki de güzel bir şey. Son zamanlarda da arttı biraz daha.” (Buse)

Erkek egemenliğini karate hocasının söylemlerinde hisseden İpek’in ifadeleri şu şekildedir:

“Evet, hissettiriliyor. Evet, genelde bir şey olduğunda hoca erkeklere ‘hadi oğlum koşun siz erkeksiniz’ falan, böyle laflar işittim daha önce. Ama mesela sürekli şey diyor, ‘dojomdan çok memnunum, gurur duyuyorum ve kadın sayısının bu kadar fazla olması beni mutlu ediyor,’ genelde kadın da demiyor hanımlar diyor. Bide ayrıyeten tesettürlü sayısının fazla olması onu mutlu ediyor. Bunu da söylüyor genelde konuşmalarında. Çünkü her dojo sonunda konuşma yapar kendisi. Ve genelde uzun oluyor, sıkıcı oluyorlar. Ama her neyse olsun biz dinliyoruz sabırla. Neyse genelde böyle şeyleri sık söyler.”

Kadın sayısının fazla olması ile övünen İpek’in hocasının kadınların habituslarının alana uygun olmadığını ve buna rağmen kadınların orada var olduklarını kabul etmiş olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca geleneksel kadın figürü ile uyuşan başörtülü kadının alanda kendinden taviz vermeden bulunması geleneksel erkek egemenliğini daha az tehdit etmiş ve toplumsal cinsiyet farklılığını korumuş olduğunu düşünebiliriz bir anlamda.

Katılımcı kadınlara karate alanında daha önce sözlü veya fiziksel tacize maruz kalıp kalmadıkları sorulduğunda yalnızca üç tanesi maruz kaldığını ya da tanık olduğunu ifade etmişlerdir. Genel anlamda hassas bir konu sayılan cinsel tacizle ilgili bir soruya katılımcıların net yanıt vermeme ihtimallerini göz önüne alındığında bu üç yanıtı konuyu anlamak için yeterli görebiliriz.

“Tacize uğradım. Bazı insanlar kendi yaptıklarına ne kadar güzel bahane bulurlarsa bulsunlar bu antrenör olur sporcu olur... Gerçekten güzel bahaneler buluyorlar ama bu başkalarının haklarını elinden aldıkları gerçeğini değiştirmiyor. Bunu yapıyorlar, antrenörler yapıyor, sporcular yapıyor. Sporcular kendi arasında bunu yapıyor mu biliyorum ama illa ki

vardır. Hele bir kadın olarak o salona gidiyorsunuz, korunmayı öğrenme amaçlı gidiyorsunuz ya, sonra antrenörünüz sizi kullanmaya çalıştığını görüyorsunuz. Karşıdaki insan bilgice senden üstün olduğu için ona güvenmek de istiyorsun aynı zamanda ama gel gör ki o güveni kullanmaya çalışıyorlar. Ben izin vermedim ama bu gerçeği değiştirmede. Ben tacize uğradım. Ve eminim ki birçok kişinin başına geliyordur ve birçok kişi sessiz kalıyorlar. Ben sessiz kalmadım yani.” (Seçil)

“Genelde böyle bir teşebbüs yakaladığımda direkt tepkimi gösterdiğim için genelde geri çıkıyorlar. Eğer sessiz kalınca biraz daha baskın geliyorlar. Ama en ufak bir olay bile olsa bile sesimi çıkarıyorum. Ama başkasına olduğu zaman zaten direkt olay çıkartıyorum. (Tanık oluyorsunuz yani böyle şeylere?) Evet oldum, çok fazla oldum. Arkadaşımla birlikteyken de oldum. Daha çok üstünü örtmek yerine daha çok baskın... Hani bayan üstün taraf olsun diye bağırıp çağırırım.” (Bahar)

“Maalesef ki, şimdi yok diyemeyeceğim. Birazcık dürüst olacağım herhalde bu konuda. Çünkü ben ne görüyorsam onu söyleyebilen bir insanım. Var maalesef ki var, erkeğin olduğu yerde, belden aşağı zihniyete sahip insanların olduğu toplumda yaşadığımız sürece var. Önce tabii ki kadın ve erkek... Dişi ve erkekiz ama neye göre neredesin? İnsanlar bilinçlendirilmediği sürece, bu, sadece karate olarak bakma, bu üst düzeyde okumuş insanların içinde bile var (...)” (Merve)

Kadınlar kendilerini olası erkek tehdidinden korumayı öğrenmek amacıyla geldikleri karate alanında da yine aynı erkek tehdidi ile karşılaşmaktadırlar. Çünkü toplumun her alanında olduğu gibi erkek egemenliği karate alanında da hissedilmektedir ve bu alanda da kadınların kendilerini olası erkek tehdidinden korumaları gerekmektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

Karateci kadınların alandaki deneyimlerini inceleyerek karate alanındaki hakim kuralları ve değerleri anlamak ve bu doğrultuda kadınların bu alanda nasıl ve nerede konumlandıklarını ortaya koymak için yapılan bu araştırmada karatenin erkek egemen bir alan olduğu ve geleneksel toplumsal cinsiyet normlarının bu alanda da yeterince hissedildiği sonucuna varılmıştır. Araştırmada erkeklerin habitusunun karate alanına kadınların habitusundan daha uygun olduğu anlaşılmıştır ve ayrıca kadınların, bedenleri ile var oldukları alanda yaşları ilerledikçe ve cinsellikleri ön plana çıktıkça beden sermayelerinin alana çok daha uygunsuz hale geldiği sonucuna varılmıştır.

Karateci kadınların toplumsal cinsiyet algılarının eşitlikçi olduğu fakat alanda hala geleneksel toplumsal cinsiyet normları hakim olduğu için eşitsiz algılara karşı sürekli mücadele halinde oldukları anlaşılmıştır. Kadınların bu eşitlikçi algılarında karate eğitimlerinin de etkisi olduğu sonucuna varılmış ve fiziksel feminizm ideolojisi doğrultusunda kadınların fiziksel gelişiminin zihinsel gelişimlerini de getireceği anlaşılmıştır. Kadınlar karate alanında kendilerini fiziksel olarak geliştirdikten ve kendilerini hem kendilerine hem de “diğerlerine” ispat ettikten sonra zamanla zihinsel olarak da güçlenmektedirler.

Kadınlar habituslarının karate alanında uygun olmamasından dolayı alanda farklı muamelelere maruz kalmaktadırlar. Kadınlara “güçsüzlükleri” nedeniyle daha hassas davranılmaktadır fakat kadınlar bu durumdan hoşnutsuzdur. Bu yüzden kadınlar sürekli mücadele halinde olarak alanda kendilerini kanıtlamak zorundadırlar.

Toplumdaki hakim toplumsal cinsiyetin tezahürünü karate alanında bireylerin karateye başlama amaçlarında görebiliriz. Erkekler karateyi daha çok tercih etmektedirler ve bunun için “çok doğal” bir nedeni vardır. Karate alanı fiziksel güç ile ilişkilendirilen erkek bedeninin alanıdır. Başka bir deyişle erkeğin beden sermayesi ve sahip olduğu habitus karate alanına oldukça uygundur. Öte yandan kadınların karate alanındaki sayıları erkeklere göre oldukça düşüktür ve genel olarak kadınların karateye başlama amaçları dış dünyadaki olası erkek tehdidinden kendilerini koruyabilmektir. Ayrıca bazı kadınlar karateye başlarken korunmak istedikleri erkek tehditleriyle karate alanında da yüzleşmektedirler. En baştan baktığımızda kendilerini erkeklerden korumak için alana giren kadınların alandaki erkeklerle eşit olmaları beklenmektedir. Kısacası karate alanındaki hakim toplumsal cinsiyet algısıyla mücadele etmek için öncelikle toplumun hakim toplumsal cinsiyet normlarına bakmamız gerekmektedir.

Öte yandan araştırma sonucunda kadınların karatede özgüvenlerini geliştirdikleri ve kendilerini çok daha güçlü hissettikleri sonucuna varılmıştır. Kadınlar karate ile hem bedensel hem zihinsel olarak güçlenmektedirler. Kadınların hem bedensel hem de zihinsel olarak güçlenmeleri ve karate alanındaki eşitsizliklere ve farklı muamelelere rağmen mücadele etmeye devam etmeleri geleneksel toplumsal cinsiyet normlarına karşı büyük bir tehdittir.

Kadınların karate alanındaki deneyimlerinin ve verdikleri mücadelelerin görünür olması ve tartışılması onların mücadelesine bir destek, geleneksel toplumsal cinsiyet normlarına ise bir tehdit olduğu için önemlidir. Ayrıca kadınların fiziksel ve zihinsel olarak güçlenerek geleneksel toplumsal cinsiyet normlarına karşı büyük bir tehdit oluşturduklarının farkında olunması, başka bir deyişle bu tür eğitimlerin kadınların güçlenmesi ve ikincil konumdan kurtulmaları konusundaki önemimin anlaşılması önemlidir.

Kadınların azınlıkta olduğu birçok spor vardır. İleride bu konuda yapılacak diğer araştırmalar kadınların azınlıkta olduğu diğer spor alanlarına yoğunlaşabilir. Ayrıca bu tür alanlardaki erkek sporcularla da mülakat yapılarak konu onların gözünden de bakılarak da tartışılabilir.

Kaynakça

Ak, A., (2017), "Türk Sporunda Sorunlar ve Çözüm Önerileri", Spor Yayınevi ve Kitapevi, Ankara 2017

Akcan, F., (2016), " Dağlardan Yükselen Kadın Sesleri" Editör: Canan Koca, Sporun Toplumsal Cinsiyet Halleri (s.166-183) içinde, Spor Bilim, Araştırmaları Dizisi: 4, Spor Yayınevi ve Kitapevi, 2016

Azzorito, L., Solmon, M. A., Harrison Jr., L., (2014), "... If I Had a Choice, I would..." A Feminist Poststructuralist Perspective on Girls in Physical Education, Research Quarterly for Excercise and Sport, 2014, 77:2, s.222-239

Bulgu, N., Arıtan Koca, Aşçı, F. H., (2007), "Gündelik Yaşam, Kadın ve Fiziksel Aktivite" Spor Bilimleri Dergisi, Hacettepe J. Of Sport Science, 2007, 18 (4), s.167-181

Cummings BA, N., CHES (1992), "Self-Defence Training for College Women", Journal of American College Health, 1992, 40:4, s.183-188

Elmas, S., (2017), "Bi Futbolcu Olursak... Futbolda Profesyonellik, Sınıf Atlama ve Hayal Kırıklığı", İletişim Yayınları, 2017 İstanbul

Emir, E., Karaçam, M. Ş., Koca, C., (2015), "Kadın Boksörler: Boks Ringinde ve Ringin Dışında Sürekli Eldiven Giymek", Sosyal Bilimler Dergisi, Hacettepe Journal of Sport Science, 2015, 26 (4), s.136-153

Finkenber, M. E., (1990), "Effect of Participation in Taekwondo on College Women's Self-Concept", Perceptual and Motor Skills, 1990, 71, s.891-894

Follo, G., (2012), "A Literature Review of Women and The Martial Arts: Where Are We Right Now?", Sociology Compass 6/9 (2012): s.707-717

Kavasoğlu, İ., Yaşar, M., (2016), "Toplumsal Normlarının Dışındaki Sporcular", Sosyal Bilimler Dergisi, Hacettepe Journal of Sport Science, 2016, 27 (3), s.118-132

Kavasoğlu, İ., Yıldırım, İ., (2016), "Erken Cumhuriyet Döneminde Kadın Sporcular Üzerinden Modern Kadın Okumaları", Editör: Canan Koca, Sporun Toplumsal Cinsiyet Halleri (s.94-113) içinde, Spor Bilim, Araştırmaları Dizisi: 4, Spor Yayınevi ve Kitapevi, 2016

Koca, C., (2016), "Cinsiyetlendirilmiş Bir Sosyal Alan Olarak Spor", Editör: Canan Koca, Sporun Toplumsal Cinsiyet Halleri (s.18-37) içinde, Spor Bilim, Araştırmaları Dizisi: 4, Spor Yayınevi ve Kitapevi, 2016

Mierzwinski, M., Velija, P., Malcolm, D., (2014), "Women's Experiences in Mixed Martial Arts: A Quest for Excitement?" Sociology of Sport Journal, 2014, 31, s.66-84

Nilges, L. M., (1998), "I Thought Only Fairy Tales Had Supernatural Power: A Radical Feminist Analysis od Title IX in Physical Educational", Journal of Teaching in Physical Education, 1998, 17, s.172-194

Palabıyık, A., (2011), "Pierre Bourdieu Sosyolojisinde 'Habitus', 'Sermaye' ve 'Alan' Üzerine", *Liberal Düşünce*, Yıl 16, Sayı 61-62, Kış-Bahar 2011, s.121-141

Searles, P., Berger, R., (1987), "The Feminist Self-Defense Movement: A Case Study", *Gender and Society*, Vol. 1, No. 1 (Mar., 1987), s.61-84

Seifi, L., Mahdavi, M. S., (2015), "The Survey of Effective Social Factors on the Trend to Karate in Female Karate Players of Tehran City", *Journal of Novel Applied Sciences*, 2015-4-7, s.758-763

Veliya, P., Mierzwinski. M., Fortune, L., (2013), "It Made Me Feel Powerful: Women's Gendered Embodiment and Physical Empowerment in the Martial Arts", *Leisure Studies*, 32:5, s.524-541



**ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL
BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)**
**INTERNATIONAL HUMANITIES AND SOCIAL
SCIENCE REVIEW (IHSSR)**

Volume: 2 Issue: 2 Year: 2018

NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ: ETNOLOJİ

Nurşen AYDIN*

MAKALE BİLGİSİ

Makale Tarihiçesi:
Başvuru : 21.05.2018

Revizyon :20.11.2018

Kabul : 25.12.2018

Orcid Numarası:
0000-0001-9221-5460

Anahtar Kelimeler: Etnolojik
Araştırma Yöntemi, Nitel Araştırma
Yöntemleri, Sosyal Bilimler.

ÖZ

Amaç: Nitel veri analizi türlerinden "Etnolojik Araştırma" yönteminin tarihçesi, amacı, kapsamı ve veri toplama tekniklerinin açıklanması amaçlanmıştır.

Tasarım/Yöntem: Etnolojik araştırma yöntemine yönelik yerli ve yabancı literatür taranarak sistematik bilgi oluşturulmak suretiyle katkı sunulmaya çalışılmıştır.

Sonuçlar: Etnolojik araştırma yöntemi, değişen algı, tutum ve davranışlardaki temel nedenleri daha iyi açıklayabilmesi, diğer araştırma yöntemlerinden farklı olarak araştırılan konu ile sınırlı kalmaması ve daha önceden öngörülmemiş bilgilere ulaşma imkânının olması açısından bilgi üretimine ve bilime katkı sağlamaktadır. Bu durum bu yöntemi sosyal bilimler açısından çok daha değerli kılmaktadır.

Özgün Değer: Etnolojik araştırma yöntemi araştırmacılar tarafından çok tercih edilmemektedir. Etnolojik araştırma yöntemi ile ilgili yerli ve yabancı kaynaklar incelenerek yapılan bu çalışmanın, araştırmacıların temel akademik rehberi olabileceği düşünülmektedir.

QUANTITATIVE RESEARCH METHODS: ETHNOLOGY

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Received : 21.05.2018

Revised : 20.11.2018

Accepted : 25.12.2018

Orcid Number:
0000-0001-9221-5460

Keywords: Ethnological
Research Methods,
Qualitative Research
Methods, Social Sciences.

Objectives: It is aimed to explain the history, purpose, scope and data collection techniques of the "Ethnological Research" method of qualitative data analysis types.

Methods: Local and foreign literature on ethnic research method was researched and it has tried to provide contribution by producing systematic information.

Results: Ethnological research method; it provides information production and science contribution in order to better explain the main causes of changing perception, attitudes and behaviors, unlike other research methods, it is not confined to the subject investigated and it has the possibility of reaching unforeseen information. This situation makes this method much more valuable in terms of social sciences.

Originality: The ethnological research method is not highly preferred by researchers. It is thought that this work, which is done by examining the native and foreign sources about the ethnological research method, may be the basic academic guide to the researchers.

* nursen.aydin@saglik.gov.tr

1. Giriş

Uzun yıllar neredeyse tek hâkim değerler dizisi olarak varlığını sürdüren pozitivist düşünce yaklaşımı ve nicel araştırma yöntemleri, bu değerler dizisine yapılan eleştirilerin gittikçe artmaya başlaması ile sosyal bilimlerde yerini nitel araştırma yaklaşımlarına bırakmaya başlamıştır.

Sosyal bilimlerin giderek daha fazla özerkleşmesi ve kendine özgü araştırma yöntemleri geliştirmesi, aynı zamanda nicel araştırma yaklaşımlarının, merkezinde insanın var olduğu sosyal gerçekliği açıklamada yetersiz kalması gibi nedenlerle nicel araştırma yöntemlerinin sosyal bilimler içerisindeki görece ağırlığı azalmaya başlamıştır. Sosyal olgular, sosyal davranışı belirleyen genellenabilir yasalar üretmek yoluyla değil, bir durumun kendine özgü boyutlarının araştırılması ile anlaşılabilir. Nitel veri analizi, insan merkezli, onun kendisi ve çevresini nasıl algıladığı ve tanımladığını anlamaya yönelik yöntemlerdir. Nitel veri analizi amacı ve yöntemleri bakımından nicel veri analizlerinden belirgin bir şekilde farklılaşmaktadır.

Bu çalışmada, nitel veri analizi türlerinden "Etnolojik Araştırma" yöntemine yönelik kitap ve makaleler taranarak sistematik bilgi oluşturulmak suretiyle katkı sunulması amaçlanmıştır. Aynı zamanda bu çalışma ile Türkiye’de nitel araştırma yöntemleri ve etnolojik araştırma yapmak isteyen ya da bu araştırma tekniğini tercih edenlere açıklayıcı bilgi sunulması amaçlanmıştır.

Bu araştırma için "Nitel Araştırma Türleri", "Nitel veri analizi türleri" ve "Etnolojik Araştırma yöntemleri" başlıkları altında; Academic Search Complete, Access Medicine, Cambridge Journals Online, Since Direct ve Medline olmak üzere beş çevrimiçi veritabanı kullanarak yazın taraması yapılmıştır. Yaklaşık 80 makale ve çalışma incelenmiştir. Bu makale ve çalışmalardan yaklaşık 30 kitap ve makale, araştırma kalitesi ve içeriğine göre seçilmiştir.

Çalışmada öncelikli olarak nitel araştırma yöntemleri hakkında genel bilgi verilecektir. Etnolojik araştırmalar hakkında tanım, tarihçe, genel özellikleri açıklanacaktır. Etnolojik araştırmalarda veri toplama teknikleri, araştırma süreci açıklandıktan sonra etnolojik araştırmaların avantaj ve dezavantajları açıklanacaktır.

2. Nitel Araştırma

Aşağıda nitel araştırma yöntemleri hakkında; temel bölümleri, veri toplama özellikleri, analiz yöntemleri gibi temel bilgiler açıklanmıştır.

2.1. Nitel araştırma yaklaşımı

Bilim, gerçeği ve olguları önyargısız, tarafsız olarak anlama, bulma ve doğrulama yöntemidir. Araştırma yöntemleri, bilimsel düşüncenin bir sonucudur (Kaptanoğlu, 2013: 13). Bilimsel araştırma ise birbirini takip eden ve etkileyen basamak ya da etkinliklerden oluşan sistematik bir süreçtir (Büyükköztürk, 2013: 1). Bilimsel araştırmalar, genel olarak nitel ve nicel araştırma olmak üzere iki ana alanda yürütülmektedir. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma türüdür. Matematik, biyoloji, kimya, fizik, mühendislik gibi bilimleri alanlarında araştırmalar gözlem ve ölçmeye yani deneye dayanır. Gözlem ve ölçmelerin tekrarlanabildiği ve objektif yapıldığı araştırmalar niceliksel araştırmalardır. Sosyoloji, psikoloji, antropoloji ve eğitim gibi sosyal bilim alanlarında insan ve toplum davranışları incelenmektedir. Bu davranışları sayılarla yani rakam vererek açıklamak zordur. Tüm sosyal araştırmalarda insan faktörü temeldir ve insan yapısında öznellik, sağduyu mevcuttur. Bu bağlamda pozitivism insanın sosyal davranışının gerçek doğasını yakalayamadığı nedeniyle çoğunlukla eleştirilmektedir (Hammersley ve Atkinson, 1983: 5). Niteliksel araştırmalar özellikle duygu ve tutumların ölçümü söz konusu olduğu araştırmalarda yararlıdır. Örneğin personel tutumunun ölçüleceği bir araştırmada bazı niteliksel unsurlar olmadan araştırma anlamsız olabilir (Harvard University, 2014: 6). Sosyal konuların nicel yöntemlerle ölçümleri kişilerin nasıl davrandığını gösterir ancak bu davranışın nedenini açıklamaz. İnsan ve grup davranışlarının niçinini anlamaya yönelik araştırmalara niteliksel araştırma denir. Nitelik araştırmaları, olay ya da durumları sosyal olarak açıklamaya çalışır. Bunun için aşağıdaki soruların yanıtını arar (Arslan, 2012: 13).

- İnsanlar niçin böyle davranır?
- Kanaatler ve vaziyet alışlar nasıl oluşur?
- İnsanlar çevrelerinde olup bitenden nasıl etkilenir?

- Kültürler niçin ve nasıl gelişir?
- Sosyal gruplar arasındaki farklar nelerdir?

Nitel araştırma yaklaşımlarının kullanılmaya başlanması ile araştırmacıların araştırma sürecindeki nesnellik ya da öznellikleriyle ilgili tartışmaların ortaya çıktığı belirtilmektedir. Geleneksel araştırma yöntemlerinde, kendini araştırma sürecinin dışında tutan ve mümkün olduğunca objektif kalmaya çalışan araştırmacı rolü yerine, nitel araştırmalarda araştırmacı araştırmanın bir parçası haline gelmiştir. Bu durum araştırma sürecinin önemli bir ögesi haline gelen araştırmacının değerlerinin çalışmalarını temellendirdiği, araştırma yaklaşımının ilkeleri ile tutarlı olup olmadığı hususunda tartışmalara yol açmıştır (Yazıcı, Reisoğlu ve Altun, 2012: 653).

Nitel araştırma, olayları ve olguları doğal ortamları içinde tümevarımcı bir yaklaşımla tanımlar ve katılımcıların bakış açılarını anlamaya odaklanır. Araştırmacının katılımcı rolünün olması, doğal ortama duyarlı olması, bütüncül bir yaklaşıma sahip olması, algıların ortaya çıkmasını sağlaması, esnek olması nitel araştırma yöntemlerinin diğer önemli özellikleridir (Çokluk, Yılmaz ve Oğuz, 2011: 96).

2.2. Nitel araştırmalarda veri toplama özellikleri

Niteliksel araştırmalarda veri toplamak için anket ya da başka herhangi bir ölçü aracı kullanılmaz. Araştırmacının kendisi veri toplamada anahtar araçtır. Katılımcı gözlemci olarak araştırmacı gözlem yapacağı gruptan izin alır ve gruba katılır. Araştırmacı, grubun güvenini kazandığı takdirde, o grubu oluşturan bireylerden o grubun özelliklerine ilişkin ayrıntılı ve tutarlı bilgi toplayabilir (Harvard University, 2014: 6; Uzuner, 1999: 178). Bu tür araştırmalarda araştırmacı araştırdığı ortama, bir üyesi olarak katılsa bile, grubun dışından gelen ve ilk kez o ortamda bulunan birisi olarak o ortamın özelliklerini inceler (Uzuner, 1999: 178). Niteliksel araştırmacı, araştırma grubuyla doğal, rahatsız etmeden ve tehdit etmeyecek şekilde iletişim kurar. Olaylar araştırmacının gruba katılmasından etkilenmez (Uzuner, 1999: 179). Nitel araştırmalarda araştırmacılar değişik insanların yaşamlarını nasıl anlamlandırdıklarını incelemek amacıyla;

- “Kişilerin kendi yaşamları için varsayımları nelerdir?”
- “Bu insanlar nelere tepki gösterirler?”
- “Bu kişilerin yaşam deneyimleri nedir?”
- “Deneyimlerini nasıl yorumlamaktadırlar?”
- “Yaşadıkları dünyayı nasıl yapılandırmaktadırlar?”
- “Neleri olduğu gibi kabul ederler?” gibi sorular üzerinde durur.

Gözlem, etnografların araştırmada veri toplamak için kullandıkları başka bir araçtır. Gözlemlerde araştırmacılar, belirli olaylarda kişisel olayları, kendilerini çevreye uygun hale getirerek değil, bir parçası olarak izlerler. Doğal çevrede yer alırlar ve araştırmacılar gördüklerini, duyduklarını ve kendi bakış açılarından hissettiklerini bildirirler (Shagrır, 2017: 13). Bunlara ilave olarak, gruptaki kişilerin kendilerine ait okul kayıtları, aile fotoğrafları, anı defterleri vb. gibi diğer kayıtların da incelemesine müsaade etmesiyle veriler zenginleştirilebilir (Uzuner, 1999: 178).

Katılımcı gözlemcilikte gözlemin derecesi, bir uçta araştırmacının kültüre/gruba katılmadan, onun bir parçası olmadan sadece dışarıdan bir gözlemci olarak kayıt tutması, diğer uçta ise araştırmacının o kültürün/grubun bir üyesi gibi davranması olmak üzere iki boyutta uzanır (Uzuner, 1999: 178).

2.3. Nitel araştırmanın temel bölümleri

Araştırma yazınuna göre nitel araştırmanın temel bölümleri aşağıda açıklanmıştır.

- Veri toplama: Değişik kaynaklardan gözlem, mülakat ve anket yoluyla elde edilebilen bilgilerdir. Nitel araştırmalar zaman aldığı için araştırma grubu küçüktür (Arslan, 2012: 13). Nitel araştırmalarda verilerin toplanmasında; odak grup görüşmesi, gözlem, görüşme, saha notları, ses-görüntü ve doküman inceleme yöntemleri kullanılmaktadır (Harvard University, 2014: 7; Uzuner, 1999: 180; Çokluk vd., 2011: 96). Odak grup görüşmeleri, son yıllarda eylem araştırmalarında sıklıkla kullanılan nitel bir veri toplama tekniğidir. Odak grup görüşmesi küçük bir grupla lider arasında yapılandırılmamış görüşme ve tartışmada grup dinamiğinin etkisini kullanma, derinlemesine bilgi edinme ve düşünce üretmedir (Çokluk vd., 2011: 97).
- Analitik tahlil veya yorumlama süreci: Bulgulara veya teorilere ulaşmak için kullanılırlar.
- Yazılı veya sözlü rapor (Arslan, 2012: 13).

2.4. Nitel araştırma analiz yöntemleri

- Fenomenolojik analiz: Fenomenolojik analiz, varoluşçu psikoloji içerisinde hakim olan bir yaklaşımdır ve insanların çevrelerinde gerçekleşen olayları nasıl değerlendirdiklerini anlamaya çalışır. Özellikle tıp, sosyal psikoloji ve klinik psikoloji araştırmaları için daha uygun bir analiz türüdür.
- İçerik analizi: Tümdengelimci bir yaklaşımla, çoğunlukla yazılı ve görsel verilerin analizinde tercih edilen bir yöntemdir.
- Betimsel analiz: Araştırma tasarımı çerçevesinde teması daha önce belirlenmiş ve çeşitli tekniklerle toplanan verilerin özetlenmesini ve yorumlanmasını kapsayan nitel veri analizi çeşididir. Burada araştırmacı gözlediği ya da görüştüğü kişilerin görüşlerini çarpıcı bir şekilde yansıtabilmek için sıklıkla doğrudan alıntılara yer verebilir. Burada temel amaç elde edilen bulguların özetlenmiş ve yorumlanmış olarak verilmesidir.
- Yerleşik kuram ve sabit karşılaştırma analizi (Constant Comparative Analysis): Veri kümelerinde yer alan temaların açığa çıkartılması ve bu temalardan kuram geliştirmesi bu analizin esas amacıdır. Bu analiz için ilk önce veriler okunarak birbirleri ile karşılaştırılır. Bu şekilde birbiri ile ilişkili veriler sınıflandırılmaktadır. Daha sonra ise sınıflandırılmış olan bu verilerden ana temalar ortaya çıkarılmakta ve bu temalardan önerme cümleleri oluşturulmaktadır.
- Söylem çözümlenmesi: Söylem analizinde yazılı metinler kapsamlı olarak dilbilimsel analize tabi tutulur. Söylem analizinin varsayımı, dilin sosyal yaşamın önemli bir bileşeni olduğu ve diğer bileşenlerle diyalektik bir ilişki içinde olduğudur. Bu analiz türü araştırmacılar tarafından çoğunlukla etnografi ve benzeri diğer nitel analiz türleri ile birlikte kullanılmaktadır.
- Etnolojik araştırma: Bu anlayışa göre insan davranışlarının arkasında, bireysel amaç ve bireylerdeki değer yargılarının var olduğu düşüncesi hâkimdir. Bu nedenle sosyal olayların, durumların ya da bireylerin davranışlarının anlaşılması için insanların olayları algılayış biçimlerinin analiz edilmesi gerekmektedir. Etnografik araştırmalarda araştırmacı, kendisini araştırma yaptığı bireylerin yerine koyar ve bu bireylerin davranış, algı ve topluma bakış açılarını anlamaya çalışır. Başka bir ifadeyle bireylerin kendi durumlarını nasıl algıladıkları ve tanımladıklarını araştırır (Özdemir, 2011: 334).
- Tasarım tabanlı araştırma: Tasarım tabanlı araştırma ilk olarak Brown (1992) ve Collins (1992) tarafından tasarım deneyleri adıyla ortaya atılmıştır. Tasarım tabanlı araştırma; döngüsel olarak yapılan analiz, tasarım, geliştirme ve uygulama süreçlerinin araştırmacılar ve katılımcılar ile işbirliği içinde ve gerçek uygulama ortamında yapıldığı, bağlama duyarlı tasarım ilkelerinin ve kuramlarının geliştirilmesine yönelik, eğitim uygulamalarını iyileştirme amacıyla yapılan sistematik ve esnek bir araştırma yöntemidir (Kuzu, Çankaya ve Mısırlı, 2011: 20).
- Saha çalışması/doğal çalışma: Niteliksel araştırma yöntemleri ilk olarak ilkel kabileleri incelemek, oradaki insanların yaşam şekillerini anlamaya çalışmak amacıyla o insanları doğal ortamlarında incelenmesi suretiyle antropolog ve sosyologlar tarafından kullanılmış ve bu çalışmalar saha çalışması ya da doğal çalışma olarak adlandırılmıştır (Uzuner, 1999: 175). Saha araştırmaları gerçek bir işletmede, kuruluştaki ya da sosyal bir ortamda yapıldığı için yüksek iç ve dış geçerliliğe sahiptir (Bhattacharjee, 2012: 83).

3. Etnolojik Araştırmalar

3.1. Tanım ve tarihçe

Etnografya, 20. yüzyılın başlarında antropoloji altında birincil araştırma yaklaşımı olarak gelişmiştir. Malinowski'nin 1920'lerde Trobiyand Adaları'ndaki geniş saha çalışması, sosyal antropolojide bir metodoloji olarak etnolojinin gelişmesinde son derece etkili olmuştur. Kuzey Amerika'da, Malinowski'nin öğrencisi Boas'ın etkisinde, Amerikan Yerlilerinin cemaatleri, yaşam biçimleri ve dilleri üzerinde yerli etnografyalar gerçekleştirilmiştir (Harman and Harklau, 2016: 1; Brewer, 2000: 11).

Anderson (2009:1) ise etnolojinin, 1960'larda California üniversitesinde doğan bir Amerikan sosyoloji akımı olduğunu ve kurucusunun Harold Garfinkel olduğunu belirtmiştir. Terimin "etno"

kısmı bir grubun üyeleri, insanlar, halk anlamına gelmektedir. Aşağıda önde gelen birkaç etnoloji tanımı verilmiştir:

- Antropolojinin, insanların hayatlarını nasıl yaşadıklarını anlamaya çalışan bir dalıdır (Anderson, 2009:1).
- Etnolojik araştırma, bir grup veya kültürü tanımlamak için kullanılan sanat ve bilimdir (Sangasubana, 2012: 567).
- Bir topluluk ya da bu topluluğa mensup bireyin hayat görüşünü anlatmanın ve tanımlamanın bir şeklidir (Akarçay, 2013: 85).
- Borg ve Gall'e göre etnoloji kültürel bir yapının bütünsel olarak, derin bir analizinin yapılması şeklinde tanımlanabilir (Yazıcı vd., 2012: 652).

Creswel'in aktarımına göre; Finders 1996'da adölesan döneme erken giren kızların dış yaşamla nasıl baş ettikleri etnografyası, Geertz'in (1973) Balili horoz dövüşü üzerine klasik notları, Rhoads'in (1995) üniversite kardeşlik hayatı üzerine çalışması ve Wokott'un (1983) "sinsi çocuk" üzerine yaptığı çalışma gerçek bir etnografik araştırma örnekleridir (Creswell, 2003: 99).

Etnoloji, antropoloji disiplinin içinde bir araştırma stratejisi olarak ortaya çıkmıştır (Bhattacharjee, 2012: 108; Akarçay, 2013: 86). Etnoloji doğrudan gözleme dayalı bir yöntemdir. Etnoloji, diğer metodoloji gibi veri toplanan basit bir araç değildir. Toplumun tarihinde özellikle şu anda olan belirli kültürel özellikleri temsil eder (Gobo, 2011: 16). Etnolojik araştırmalar yakın zamana kadar daha çok toplumların alt kültürlerinde ya da azınlıklarda yürütülmüştür (Wilson, 1982: 266).

Etnolojik araştırmalarda; bilgi ve yayım kaynaklarının çokluğu, etnoloji ve sosyal antropoloji ikilemi ve teori, kavram ve metot kargaşası gibi sorunlar bulunmaktadır (Güvenç, 1970: 95). Çok yönlü etnografik araştırmalarda etnografinin sınırları, saha çalışmasının gücünü zayıflatma ve hegemonyanın kaybı ile ilgili metodolojik kaygılar mevcuttur (Marcus, 1995: 99).

Etnolojik araştırmalarda karşılaşılan sorunlardan birisi bu yöntemin etnoloji, etnometodoloji, etnografi, etnometadolojik yöntem gibi birçok farklı isimle adlandırılmasıdır (Gobo, 2011: 16). Bu makalede "etnolojik araştırma" terimi tercih edilmiştir.

3.2. Etnolojik Araştırmalarda Dikkat Edilmesi Gereken Önemli Hususlar Ve Kavramlar

Etnolojik araştırmaların temelinde doğallık, anlama ve keşfetme üzere üç metodolojik ilke bulunmaktadır:

- Doğallık: Bu ilke, sosyal araştırmanın amacının, insan davranışının doğal olarak ortaya çıkan özelliklerini yakalamak olduğu ve bunun, deneyler gibi yapay ortamlarda, insanların yaptıkları şeylerden çıkarımlarla değil insanlarla doğrudan temasla elde edilebileceğini ifade eder. Doğallığın diğer önemli anlamı da, doğal ortamların araştırılmasında araştırmacının, üzerinde çalışılan insanların davranışları üzerindeki etkilerini en aza indirmeye çalışmasıdır. Bu şekilde elde edilen bulgular, araştırılmamış diğer benzer ortamlara genellenebilir. Son olarak doğallık kavramı, sosyal olayların ve süreçlerin, içinde buldukları bağlamla açıklanması gerektiğini belirtir.
- Anlama: Anlama ilkesinin temelinde, insan eylemlerinin fiziksel nesnelere davranışından ve hatta diğer hayvanların davranışlarından farklı olduğu düşüncesi vardır. Bu davranışlar yalnızca sabit tepkilerden veya uyaranlara öğrenilmiş cevaplardan oluşmaz. Uyaranların yorumlanmasını ve tepkilerin oluşturulmasını da içerir.
- Keşfetme: Etnografik araştırmanın bir başka özelliği de, belli bir hipotezin test edilmesinden ziyade araştırma sürecinin, tümevarımcı veya keşif temelli bir kavram olmasıdır. Nicel araştırmalarda, araştırmanın odak noktası daralıp, hatta araştırma ilerledikçe önemli ölçüde değişirken, etnografik araştırmalarda, araştırmanın seyri boyunca gözlemlenen bulguların tanımlarını ve açıklamalarını çerçeveleyen teorik fikirler geliştirilebilir. Bu tür fikirler, araştırma için bir ön koşul değil, değerli bir sonuç olarak kabul edilir (Genzuk, 2003: 3).

Etnografik araştırmalarda dikkat edilmesi gereken hususların başında; kalite (mükemmellik) sağlanması ve etnografik araştırma yönteminin ne zaman ya da niçin kullanılmaması gerektiğinin bilinmesi gerekmektedir. Etnolojik araştırmalarda dikkat edilmesi gereken önemli hususlar ve kavramlar aşağıda başlıklar halinde sıralanmıştır:

- Tepkisellik: Etnografik araştırmalarda araştırmacının varlığı, araştırma ortamındaki bireyleri etkileyerek, araştırma yapılan bireylerin çeşitli derecede farklı hareket etmelerine neden olabilir. Araştırmacının göze batmayan veya yıkıcı olmayan hareketleri ve araştırmacının

başkalarının hayatları ile uyumlu hareketi tepkisel davranışı azaltabilir (Sangasubana, 2012: 571).

- Geçerlilik: Alan araştırmasında geçerlik, alan çalışması yapılan bireyler hakkında doğru veri toplanması ve analiz edilmesi demektir. Geçerlilik için araştırmacının çalışmaya katılanlara, kendi bakış açısının yeterliliği ve doğruluğu için doğrulama yaparak (geri bildirimde bulunarak) verileri sürekli kontrol etmesi gerekir. Ayrıca, çalışma kapsamındaki grup ya da kültürün bir üyesi olarak etkin bir etkileşim içinde olmalıdır. Son olarak, çalışmanın kendisinden ziyade çalışma sonuçları ve kanaatlerin pragmatik geçerliliği önemlidir (Sangasubana, 2012: 571). Araştırmacılar, verilerini uzun süreli olarak toplar ve bunları sürekli olarak incelerler. Ön yargılarının ya da kendi eğilimlerinin verileri etkilememesi için herhangi bir yorumu sürekli doğrulatmalıdırlar (Uzuner, 1999: 179).
- Güvenilirlik: Alan araştırmasında dahili ve harici güvenilirlik, tutarlı ve güvenilir veri toplamanın mümkün olup olmadığı sorusunu akla getirir. Araştırmacı verileri, farklı sosyal bağlamlarda ve zamanla tutarlı bir şekilde kaydettiği zaman iç tutarlılık oluşur. Dış tutarlılık ise diğer kaynaklar ile verilerin teyit edilmesi ya da çapraz kontrol yapılarak elde edilebilir. Etnografik araştırmacılar eleştirilere tabidir. Bu yüzden bilgi kaynağının güvenilirliği değerlendirilmelidir. Paylaşılan bilgilerde yanlış, yalan ve eksiklikler olabilir. Alan araştırmasında güvenilirlik; araştırmacının, içgörüsü, farkındalığı, sorunlara, davranışlara ve olaylara farklı açılardan ve perspektiflerden bakmalarına bağlıdır (Sangasubana, 2012: 571).
- Değerlendirme ve yorumlarda metot ve tekniğe bağlılık: Veri ve bilgilerin hangi teknik veya metotla elde edildiğinin açık bir şekilde belirtilmesi gerekir.
- Metot ve tekniklerin seçim ve uygulanmasında değer yargılarından uzak durulmalıdır.
- Araştırmacının, araştırma amacını saklamaması gerekir.
- Araştırmanın güvenilir olması ve sağlıklı bir şekilde yürütülmesi için araştırmacının tarafsız olması gerekir (Güvenç, 1970: 95).
- Özdüşünümsellik (self-reflexivity): Özdüşünümsellik, toplumlardaki kültürel gerçekliğin, nesnel bir şekilde aktarılacağı düşüncesine duyulan şüphenin ürünüdür. Toplanan verilerin büyük bir kısmı, araştırmacı tarafından değerlendirilmekte, araştırmacının izlenimleri ve kuramsal eğilimdeki önyargıları etkili olmaktadır. Özdüşünümsellik, toplumsal ve kültürel yapıyı incelemenin araştırmacının kendi öngörülerinin etkisi olmadan mümkün olamayacağını savunmaktadır (Akarçay, 2013: 87).
- Yansıma: Sosyal ortamın tanımlamalar, analizler, eleştiriler gibi tüm betimlemeleri ve karşılıklı bağımlı sosyal alanları ifade eder (Hammersley ve Atkins, 1983: 14).
- Esneklik: Etnografik araştırmalarda esneklik önemlidir. Sosyal araştırmalar ve deneylerde genellikle geniş bir ön tasarım yapmak gerekmeyebilir. Araştırma strateji ve yönü, teori inşası, değişen koşullara göre sürecin gerektirdiği değerlendirmeler doğrultusunda nispeten kolayca değiştirilebilir (Hammersley ve Atkins, 1983: 24; Falzon, 2009: 7).

Çok yönlü etnolojik araştırmalarda, insanlar, eşyalar, metaforlar, yaşam ya da biyografi, çatışma, ima/hedef nokta veya hikâye incelenmesi veya gözlemlenmesi yapılabilir (Marcus, 1995:106; Falzon, 2009: 1).

3.3. Etnolojik Araştırmaların Temel Özellikleri

Etnolojik araştırma yönteminin doğal-çevresel ve nitel-görüngüsel olmak üzere iki temel özelliği vardır. Doğal-çevresel özelliğe göre insan davranışları önemli ölçüde içinde bulunduğu ortamdan etkilenmektedir (Riemann, 2005: 88; Falzon, 2012: 2). Bu nedenle psikolojik sosyal olaylar içinde bulunduğu ortamda değerlendirilmelidir. Nitel-görüngüsel özelliğe göre ise bireylerin düşüncelerini, duygularını ve eylemleri gördüğünden çok daha farklı ya da fazla anlamlar taşıyabilir. Bireylerin düşüncelerini, duygularını ve eylemlerini anlamak yorumlamak için içinde bulunduğu ortamı anlamak gerektiğini ve araştırmacıların verilere önsel sınırlılıklar getirmeleri gerektiğini belirtir (Wilson, 1982: 267). Anlatılan bir olayda elde edilen bilginin tekrar tekrar incelenip, ayrıntılı ve karşılaştırmalı analizleri yapıldığında, ilk bakışta anlaşılardan çok daha farklı anlamları ortaya çıkabilir (Riemann, 2005: 88).

Bir yöntem olarak etnografik araştırmaların bazı farklı özellikleri vardır. Birincisi, bu araştırma alanı insanların yaşadığı gerçek ortamda yapılır. İkinci olarak, araştırmacı bu kişilerin hayatlarında gözlemci ve katılımcı olarak katıldıkları için kişiselleştirilmiştir. Etnografik araştırmalarda uzun bir

zaman süresi boyunca derinlemesine çeşitli şekillerde veri toplanır. Araştırma süreci bütünsel, tümevarımsal ve uzun vadeli bir kararlılık gerektirir. Son olarak, çalışma yapılan bireylerden geribildirimler değerlendirilerek, bu veriler üzerinden sonuçlar ve yorumlar oluşturulabilir (Sangasubana, 2012: 567).

Etnografi araştırmalarının ayırt edici özellikleri şunlardır (Walford, 2009: 272; Lugosi, 2009: 98; Mack, Woodsong, Macqueen, Guest ve Namey, 2009: 14):

- İnsan grupları arasında uzun süre yaşamak ya da çalışmak,
- Gurup üyeleri ile bağlantı (iletişim) kurmak,
- Sosyal dünyaya o toplumun bakış açısıyla bakabilmek,
- İnsan davranış ya da deneyimleri hakkında bilgi toplama, çok yönlü açıklama veya anlamaya çalışma,
- Toplanan verilerin anlaşılır olması, diğer akademisyenler ve okuyucular için önemli olması,
- Herkes için aynı derecede önemli olmayabilir ancak, etnograflara bilgi aktaranlar ile aralarındaki güç veya sorunlu ilişkiler olabilir.

3.4. Etnolojik Araştırmaya Başlamadan Önce Yapılması Gerekenler

Araştırmacının araştırma sorusu ve alanı ile ilgili ön mütalaa yapması, gerekli zaman ve kaynağı değerlendirmesi gerekir. Çalışma yapmak için zaman var mı? Yasal yükümlülükler ve diğer taahhütler hakkında durum nedir? Araştırma için izin alınabilir mi? Ne tür kaynaklara ihtiyaç var? Ne tür ekipmanlara ihtiyaç var? Çalışmayı kim finanse edecek? Bunlar çalışma başlamadan önce cevaplanması gereken önemli sorulardır (Sangasubana, 2012: 569).

3.5. Etnolojik Araştırmalarda Veri Toplama Teknikleri

- Gözlem: Katılımcı gözlem hem profesyonel bir mesafeyi korurken hem de çalışmanın yapıldığı bireylerin yaşamlarına araştırmacının katılımını birleştirmesi bakımından eşsizdir. Gözlem sahadaki insanların faaliyetleri ve ilişkilerini algılama eylemidir.
- Görüşme: Görüşme bilgi toplamak için bir konuşma yönlendirme sürecidir.
- Arşiv araştırması: Bu araştırma, hizmet veya diğer amaçlarla resmi ve gayri resmi olarak saklanan mevcut verilerin analizidir (Sangasubana, 2012: 568).

3.6. Etnografik Araştırmaların Aşamaları

Araştırmaya başlamadan önce sahayı görmek, inceleme yapmak, araştırma yapılacak gurup ya da kültürün kapsamını belirlemek gibi belli hazırlıklar yapmak gerekir. Etnografik araştırmaların aşamaları şunlardır:

- Araştırma sorusunun tanımlanması: Öğrenmek istenilen problem formüle edilerek araştırmaya odaklanılır. Araştırma sorusunu tanımlamak gerekir. Bunu başkasına sorarak değil, araştırmacının kendisi istediği soruyu sorarak yapabilir. Araştırma projesi hakkında başkalarıyla konuşmak ve fikirleri için farklı kaynaklara danışmak yararlı olabilir.
- Bir araştırma çerçevesi seçme: Araştırma sorusunun tanımlanması yapıldıktan sonra nereden başlanacağına karar vermek gerekir. Araştırma alanı net bir gözleme izin vermelidir. Bunun için kolay çalışma yapılabilecek bir alan seçilmelidir.
- Araştırma için izin alınması: Çalışma için bir gruba nasıl katılmak gerekir? Bazen bir tanıdık aracılığıyla olabileceği gibi bazen resmi bir izin almak da gerekebilir.
- Araştırmacının kendisini tanıtmaları: Araştırmacının gruba ya da sahadaki kişilere kendisini nasıl sunacağına karar vermesi gerekir. Gizli bir araştırma mı olacak? Eğer öyleyse başkalarına tanıtım için nasıl bir rol gerekir? Araştırmacı diğer insanların yaşamlarına ne kadar aktif katılacak? Kendinizi araştırmacı olarak tanıtırırsanız, sahadaki kişiler günlük yaşamlarında sizi kabul edebilecekler mi? (Sangasubana, 2012: 569).
- Bilgi toplama ve kayıt: Araştırmacının düzenli olarak notlar alması ya da edindiği bilgileri kısa sürede yazıya dökmesi gerekir. Hangi bilgiler kaydedilmeli veya hangi bilgiler not olarak alınmalıdır? Eğer sahada araştırmacı gözlemlerini kaydedemiyorsa ne yapmalıdır? Araştırmacının kısa notlar için bir not defteri taşıması gerekir. Bazen veri toplamak ve kaydetmek aynı anda zor olabilir ya da kayıt imkânı yoktur. O zaman en kısa sürede hatırlayıp gözlemleri kaydetmek gerekir. Araştırmacı ayrıca ses kayıt cihazı, video kamera vb. cihazları

kullanabilir. Saha notları veya belirli bir dönem boyunca yapılan gözlem aşağıdaki unsurları içermelidir (Myers, 1999: 10; Sangasubana, 2012: 569):

- Günlük kayıt: Günlük gözlemlerin kayıdır. Burada amaç araştırmacının ne gözlemlediyse onu doğru kaydetmesidir. Hiçbir zaman araştırmacının sahadaki gözlemi, kişileri yada durumları analiz etmeye engel olmamalıdır.
- Unutulan bölüm: Daha önce unutulmuş ama tekrar hatırlanan bilgiler kayıt edilir.
- Daha fazla bilgi kullanımı için fikirler ve notlar: Bunlar kişilerin birbirleriyle olan ilişkilerini açıklama, veri toplama, veri analizi vb. ilgili fikirler verirler olabilir. Araştırmacı bu notları kendisi için yazar. Bu notlar sayesinde elde ettiği bilgileri gözden geçirerek gelecekteki gözlemler, planlar gibi belirli konularda fikir sahibi olabilir (Myers, 1999: 10; Sangasubana, 2012: 570).
- Kişisel izlenimler ve duygular: Bunlar araştırmacı alanda çalışırken ortaya çıkan öznel reaksiyonlar ile ilgili kayıtlardır. Bunlar gözlem sırasında tam açıklanamamış önyargılar için ipuçları sağlayabilir (Sangasubana, 2012: 570).
- Metodolojik notlar: Araştırma için kullanılan teknikler ile ilgili herhangi bir fikir olabilir. Örneğin, veri toplama sırasında yaşanan herhangi bir zorluk, veri toplama teknikleri ile ilgili olabilecek önyargılar veya gözlemler kaydedilirken nasıl kayıt edilmesi gerektiği gibi notlar (Sangasubana, 2012: 570).

3.7. Toplanan Tüm Verilerin Değerlendirilmesi

Etnograflar insanın gündelik durumlarda nasıl davrandığını, neye inandığını açıklamak için büyük miktarlarda bilgi (materyal-malzeme) toplarlar. Bu nedenle veri analizi ve yorumlanması zor olabilir. İlk olarak, bilgiyi (materyal-malzeme) anlamak gerekir. Anlama süreci için önyargılardan ziyade konu araştırılıp öğrenilmeye çalışılmalıdır. Verilerin toplanırken araştırmacı ek temalar keşfetmek için daha yoğun bir soruşturma ile veri analizine başlamalıdır. Yapılan araştırmada elde edilen bilgiler araştırma konusuna katkı sağlıyor mu? Kaliteli veri toplandı mı? Araştırma yöntemi hakkında yeterli bilgi var mı? Bu ve benzeri sorular çerçevesinde değerlendirme yapılmalıdır (Myers, 1999: 11; Sangasubana, 2012: 571). Etnolojik analiz için aşağıdaki stratejiler takip edilmelidir:

- Tanımlayıcı kodlarla etiketleme: Toplanan malzeme (bilgi) yazılı sözcük şeklinde olduğu için, bu sözler ilk olarak anlamlı kategoriler veya tanımlayıcı etiketler halinde gruplandırılmalıdır. Daha sonra desenleri karşılaştırmak, zıtlıklar ve tanımlama için düzenlenmelidir. Birinci düzey kodlama, verileri yönetilebilir bir seviyeye indirgemek için yapılır. Bir kodlama işlemine başlamadan önce; süreç, anlamlar, tekrarlanan cümleler, faaliyetler, olaylar, ilişkiler, sosyal yapı, genel bakış açıları, stratejiler vb. olayları geniş bir yelpazede kategorize etmek (formüle etmek) yararlı olabilir.
- Desen için sıralama: Bir sonraki adım, daha küçük kümeler halinde açıklayıcı etiketlerle sıralamak veya gruplamaktır. Bu şekilde, bilgiler arasında olası bağlantılar anlaşılmasına ve gruplar arasında temalar gelişmeye başlar.
- Zıtlıkların belirlenmesi: Olaylar, durum, ortam veya bulgular aykırılıklara göre sınıflanmalıdır. Araştırmanın ilerleyen aşamalarında farklı adımlar geliştirilebileceği göz ardı edilmemelidir. Böyle bir durumda daha fazla bilgi toplamak gerekebilir.
- Yapıları ve kuramları genelleme: Model veya ilişkili bulgular belli bir mantık çerçevesinde teoriler ile ilişkilendirilmelidir. Mevcut yazın gözden geçirilmelidir.
- Yanıtsıcı açıklamalar ile notlar: Notlar verilerin içindeki fikirleri veya anlayışları gösterir. Eğer bir konu hakkında daha fazla açıklama veya araştırmaya ihtiyaç varsa araştırmacı bunları belirtmelidir (Sangasubana, 2012: 570).

3.8. Etnolojik Araştırmanın Kullanıldığı Alanlar

Etnolojik araştırma, tıp, psikoloji, sosyoloji, bilgi sistemleri, eğitim ve daha pek çok alanda araştırma yapmak için kullanılmaktadır ve birey, toplum, gruplar, sistemler, örgütler ve benzeri gibi kültürel sistemlerin doğal çevresine odaklanmaktadır. Farklı kültürlerde, örgütlerde ve sosyal sistemlerde, günlük konuşmalarda ve yerel olaylarda yansıtılan kültürel ve politik yaşam formları, düşünce ve davranış sistemlerinin anlaşılmasını sağlar. Etnografi, mevcut gerçeklik, yaşam şekilleri, sosyal etkileşimler ve insanların yaşadıkları çevreler ve eylemler tarafından ifade edilen algılara zengin ve geniş kapsamlı bakış açıları sunar (Shagrir, 2017: 10).

3.9. Etnolojik Araştırma Çeşitleri

Myers'in aktarımına göre Sanday (1979), bütünsel, gösterge bilimsel ve davranışçı olmak üzere etnolojik araştırmayı üçe böler. Örneğin bütünsel okula göre araştırmacıların empati yapması ve gözlemlenen sosyal grubun içine girip onlar gibi 'yerli' olmak ve onlarla yaşamak gerektiği belirtilirken bir diğer etnografik araştırmada araştırmacı ile insanlar arasında bir diyalog gerekmektedir (Myers,1999: 7).

- Görsel etnoloji: Görsel etnolojinin tarihi, görsel antropoloji, pozitivist metodolojinin baskın olduğu ve sosyal bilimlerde nesnel gerçekliğin geçerli olduğu dönemde ortaya çıkmıştır. Tarafsızlığına, şeffaflığına ve şüphesiz tanıklığına olan inanç nedeniyle kamera, video gibi görsel-işitsel teknolojilerin gözlemlenebilecek nesnel gerçekliği aktarabileceği düşüncesi hakim olmuştur. Pozitivist perspektifinden bakıldığında, fotoğraflar şüphe edilmez bir tanık ve güvenilir verilerin temelidir. Bu sayede gerçekler, film düzlemine kaydedilmekte ve insan zihni ile sınırlandırılmamaktadır. Dolayısıyla teknolojilerin gelişmesi ve ulaşılmasının kolay hale gelmesiyle birlikte antropologlar, değişik coğrafi bölgeleri, bilinmeyen kültürleri, insan topluluklarını ve bu topluluklar hakkındaki ayrıntıları kameralarla belgeleyerek arşivlemişlerdir. Bu arşivlerin, gelecek kuşakların günümüzle ilgili bilgiye kolaylıkla ulaşmalarını sağlayacağı ve "objektif" bir araştırma verisi olacağına inanılmaktadır. Etnografik fotoğraf, kültürü ve özneyi anlayabilmek ve kayıt etmek için çekilmiş fotoğraf olarak tanımlanabilir. Bu fotoğraflar, daha önce çekilmiş o döneme ışık tutan fotoğraflar olabildiği gibi aynı zamanda araştırmacı ya da araştırmacının katılımcıları tarafından alanda çekilmiş fotoğraflar da olabilir. Bir fotoğrafın etnografik olması için hem bu amaçla çekilmiş olması hem de etnografik bilgilendirme amacıyla kullanılması önemlidir. Etnografik fotoğraf, sosyal bilimlerde değişik yöntemler geliştirilerek kullanılmakta ve etkili bir veri toplama aracı olarak araştırmacılara yardım etmektedir (Akarçay, 2013: 88).
- Oto etnoloji: Otoetnoloji nispeten yeni bir alandır. Otoetnolojinin melez bilimsel bir tür olduğu belirtilmektedir. Kullanımı genellikle etnografi veya otobiyografiye odaklanır. Otoetnografinin etnografi odağı, bireyin kendi kültürel grubu üzerine çalışması, otobiyografik çalışma ise bir kültürel grup içinde bireyin çalışılmasıdır (Walford, 2009: 275; Meerwald, 2013: 51).

3.10. Etnolojik Araştırma Yönteminin Avantajları Ve Dezavantajları

Aşağıda etnolojik araştırma yönteminin avantajları ve dezavantajları açıklanacaktır. Etnolojik araştırma yönteminin avantajları şunlardır:

- Etnografik araştırma araştırılan konu hakkında alanda derinlemesine inceleme yapma olanağı verir (Myers, 1999: 5).
- Bu araştırmalarda, diğer araştırma yöntemlerinden farklı olarak yeni iç görüleri ve hipotezlere ulaşılır.
- İnsanların doğal ortamlardan elde edilen gözlemsel bulgularla güçlü teori ve hipotezler üretilir.
- Araştırmacılar araştırma kapsamını ve sınırlarını önceden belirlemediklerinden herhangi bir olguyu gözden kaçırma ihtimali oldukça düşüktür (Yazıcı vd., 2012: 655).
- Bu tür araştırmalar aylar yıllar boyu sürebilir. Bunun için boylamsal bir perspektife sahiptirler. Araştırmacıya, zaman içindeki değişiklikleri gözleme ve kaydetmeye imkânı verir. Sadece şimdiki problemleri açıklamazlar bunları belli bir süreç içinde ele alırlar (Sangasubana, 2012: 567; Yazıcı vd., 2012: 655).
- Etnografik araştırma, sözel ve sözel olmayan davranışlara odaklanarak, insanların doğal, gerçekçi ortamlarında veri toplanmasına izin verir.
- Etnografik araştırmanın tamamı bir kişi tarafından yapılabilir.
- Etnografik araştırma hemen hemen her yerde gerçekleştirilebilir.
- İlginç ve maceracı araştırma yapılabilir.
- Etnografik araştırma pahalı ya da karmaşık alet veya ekipman gerektirmez.
- Etnografik araştırma başka bir dil öğrenmek ve kullanmak için bir fırsat sunabilir.
- Kişisel beceri ve gücü ortaya çıkarır.

- Araştırmacının rolü tanınır.
- Araştırma seçilen ortam veya alanda özeldir.
- Araştırmacıya profesyonel ve kişisel yaşamı entegre etme fırsatı sunar.
- Araştırmanın gerçekliğini, araştırma yapılan alandan almasını sağlar.
- Etnografik araştırma insanları, marjinal grupları ve diğer kapalı araştırma formlarını incelemek için kullanılabilir (Sangasubana, 2012: 568).

Etnolojik araştırma yönteminin avantajları yanında dezavantajları da bulunmaktadır. Etnografik araştırmaların yapılabilmesi için saha çalışması gerektirdiğinden, aynı zamanda saha araştırmasındaki benzer sınırlamalar ile karşı karşıyadır. Etnografik araştırmalar çok emek yoğun ve zaman alıcı olabilir. Etnografik araştırmacılar, alanda yıllarını geçirebilir. Araştırmacının çalıştığı çevreyi anlayabilmesi için, saatlerce gözlem yapması gerekebilir. Bunların yanında topladığı verileri analiz yapma süreci de ciddi zaman alabilir (Myers, 1999: 6; Mack vd, 2009: 14). Etnografik araştırmalar aylarca, yıllarca sürebildiği için orijinal çalışmaların yapılması pahalı hale gelmektedir (Yazıcı vd., 2012: 655).

Gözlem kayıtları son derece uzun olabilir. Bu nedenle bunların tanımlanmasında ve yorumlanmasında bazı güçlüklerle rastlanabilir (Myers, 1999: 6; Yazıcı vd., 2012: 655). Gözlemlerin, görece özelliği nedeniyle geçerliliğine ilişkin sorunları olabilir. Araştırmacının kendi eğilimlerinin gözlem sonucunu etkilemesi bulguların doğruluğunu olumsuz yönde etkileyebilir (Yazıcı vd., 2012: 655).

Katılım ve gözlem gereksinimlerini dengelemek çok zor olabilir. Araştırmacı aşına oldukça ve empati geliştikçe, çalışma kapsamında olanlar ile güven ve uyum artar ve bir gözlemci olarak daha fazla katılım ve gözlem olabilir. Araştırmacı kültür ya da duruma tam bir uyum sağladığı zaman, belki de bir araştırmacı olarak rolünü gözden kaçırmadan, araştırılan gurubun bir üyesi olarak "yerli olacak" ve bu şekilde gözlem ve katılım artırılabilir (Sangasubana, 2012: 572). Gözlem sırasında gözlenen bütün davranışları kaydetmek zor olduğundan araştırmacının hangi verileri kaydedip kaydetmeyeceği hususunda dikkatli ve hızlı karar vermesi gerekmektedir (Yazıcı vd., 2012: 655).

Saha çalışması objektifliği sağlamak konusunda, laboratuvar ortamlarında bulunan yapı ve denetim ortamından yoksundur. Eğer araştırmacı dikkatli değilse, kişisel değerler ve tutumlar önyargıya yol açabilir. Bu nedenle toplanan zengin veri birikimi için hem veri analizinde hem de verilerin yorumlanmasında zorluk yaşanabilir. Etnografik araştırmacının kişisel stres ve çatışmalar ile baş etme yollarını, güvensiz ortamda güvenin nasıl tesis edileceğini bilmesi gerekir. Bu ortamın sağlanması çok zor olabilir (Myers, 1999: 6; Sangasubana, 2012: 572). Bu yöntemle ulaşılan verilerin doğru ve tam olarak kaydedilmesi için, çalışmayı yapan kişinin tecrübeli ve dikkatli olması gerekir. Araştırmacının, sosyoloji ya da antropoloji alanında iyi bir eğitimi olabilir ancak gözlemsel yöntemleri kullanma hususunda eğitime ihtiyaç duyabilir (Yazıcı vd., 2012: 655).

Nihayet araştırmacı, alan araştırması niteliği gereği diğer insanları sosyal yaşamlarında bizzat inceler. Gizlilik ve mahremiyet konuları, kimliklerin açığa çıkması, araştırmacının yalan ve aldatma yapması, araştırmacının önyargılı olması; araştırmacının yasadışı aktivite veya davranışı; araştırmacının kendi temel kişisel ahlaki standartlarını ihlal etmesi; toplumdaki güç eksikliğinin tanımlanması; güç veya otorite ile görüşmeler, saha raporlarında ortaya çıkabilecek gerçekçi ama olumsuz tutum gibi tüm etik konuların göz önünde bulundurulması gerekir (Sangasubana, 2012: 572).

3. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Eğitimlerde ve öğretilerde genellikle nicel araştırma yöntemleri ön planda olduğu için akademisyenler ve araştırmacılar daha çok bu tür araştırmaları benimsemektedir. Nicel araştırmalarda araştırmacı faktörü, nitel araştırmalar ve dolayısıyla etnolojik araştırmalar kadar önemli değildir. Etnolojik araştırmalarda araştırmacı çok önemli bir faktördür ve araştırma desenini nasıl belirleyeceği, verileri nasıl toplayıp analiz edeceği, empatik olması, olaylara bütüncül bakabilmesi gibi konularda eğitim alması gerekebilir.

Dünyada çağın değişmesi, teknolojinin gelişmesiyle birlikte birey ve toplumların algı tutum ve davranışları farklılaşmış, kültürler değişmiştir. Kültürlerin anlaşılması ve analiz edilmesinde etnolojik araştırma gibi nitel bir araştırma yöntemi çok daha fazla etkili olabilir. Algı, tutum, davranışlar ile kültürdeki değişimin nedenlerini ve insanları bu değişime iten faktörleri anlayabilmek, etnolojik araştırma yöntemi ile daha iyi açıklanabileceğinden bu araştırma yöntemini önemli kılmaktadır.

Diğer araştırmalarda araştırılan konu ile sınırlı kalınmasına karşılık etnolojik araştırma yönteminde daha önce öngörülmemiş bilgilere ulaşılma imkânının olması nedeniyle etnolojik

araştırma yöntemi bilgi üretimine ve bilime katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Günümüzde nitel araştırmalar da artık nicel araştırmalar gibi öğrenilip uygulanmaya ve değer görmeye başlamıştır. Bu süreç ilerleyen yıllarda özellikle sosyal bilimler alanında giderek daha da yaygınlaşacak gibi görünmektedir.

Kaynakça

Akarçay, G. Ö. (2013). Etnografların Alanda Fotoğrafı Kullanma Deneyimleri ve Çalışma Pratikleri Üzerine Bir Etnografik Çalışma. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, 26: 083-128.

Anderson, K. (2009). Ethnographic Research: A Key to Strategy. *Harvard Business Review*. March, 2009.

Arslan, M. (2012). Araştırma Yöntem ve Teknikleri. Ders Notları, Harran Üniversitesi, Birecik Meslek Yüksekokulu.

<http://wiki.zirve.edu.tr/sandbox/users/abdullah.demir/weblog/57079/attachments/3d956/ARA%C5%9ETIRMA%20Y%C3%96NTEMLER%C4%B0%203.pdf> (25.04.2014).

Bhattacharjee, A. (2012). Social Science Research: Principles, Methods and Practices. USF Tampa Bay Open Access Textbooks Collection, Book 3. http://scholarcommons.usf.edu/oa_textbooks/3/ (10.03.2014).

Brewer, J. D. (2000). Ethnography. Buckingham, Philadelphia, Open University Press.

Büyüköztürk, Ş. (2013). Veri analizi el kitabı.18. Baskı. Kızılay, Ankara. Pegem Akademi.

Creswell, J.W. (2003). Qualitative inquiry research design. Choosing among five approaches. 2. Ed. London and New Delhi. SagePublication.

Çokluk, Ö., Yılmaz, K. ve Oğuz, E. (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi. *Kuramsal Eğitimbilim*, 4 (1): 95-107.

Falzon, M. A. (2009). Multi-Sited Ethnography: Theory, Praxis and Locality in Contemporary Research. MPG Books. Cornwall, Great Britain.

Genzuk, M. (2003). A Synthesis of Ethnographic Research. Occasional Papers Series. Center for Multilingual, Multicultural Research (Eds.). Center for Multilingual, Multicultural Research, Rossier School of Education, University of Southern California. Los Angeles.

Gobo, G. (2011). Ethnography. In: Doing ethnography. Observation, Part II. Bologna, Sage Publication: 13-34. https://www.researchgate.net/publication/279373417_Ethnography (24.04.2018).

Güvenç, B. (1970). Etnolojik ve sosyal (kültürel) antropolojik araştırmalar. *Türkiye'de Sosyal Araştırmaların Gelişmesi İçinde*. Ankara, Doğu Matbaacılık.

Hammersley M., and Atkins P. (1983). Ethnography: Principles in Practice. 3rd Ed. Tavistock, Publications, London and New York.

Harman, R. M., and Harklau, L. (2016). Ethnographic Research. The University of Georgia.

<https://www.researchgate.net/publication/289801679> (30.04.2018).

<https://www.mheducation.co.uk/openup/chapters/0335202683.pdf> (30.04.2018).

Kaptanoğlu, A.Y. (2013). *Sağlık alanında hipotezden teze: Veri toplama ve çözümleme serüveni*. İstanbul. Beşir

Kitapevi.

Kuzu, A., Çankaya, S. ve Mısırlı, Z. A. (2011). Tasarım Tabanlı Araştırma ve Öğrenme Ortamlarının Tasarımı ve Geliştirilmesinde Kullanımı. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 1 (1): 19-35.

Lugosi, P. (2009). Ethnography, Ethnographers and Hospitality Research: Communities, Tensions and Affiliations. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6 (2): 95-107, DOI: 10.1080/14790530902981431.

Mack, N., Woodsong, C., Macqueen, K. M., Guest, G., and Namey, E. (2005). Qualitative Research Methods Overview: A Data Collector's Field Guide. Family Health International. USAID. North Carolina.

Marcus, G, E. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annu. Rev. Anthropol*, 24: 95-117.

Meerwald, A. M. L. (2013). Researched: Repositioning Research Paradigms. *Higher Education Research and Development*, 32 (1): 43-55, DOI: 10.1080/07294360.2012.750279.

Myers, M. D. (1999). Investigating Information Systems With Ethnographic Research. *Communications of Association for Information Systems*, 2 (23):1-20.

Özdemir, M. (2011). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1): 323-343.

Research Methods: Some Notes to Orient You. Harvard University. (2014). 1-19.

http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic851950.files/Research%20Methods_Some%20Notes.pdf (10.05.2014).

Riemann, G. (2005). Ethnographies of Practice Practising Ethnography. *Journal of Social Work Practice: Psychotherapeutic Approaches in Health, Welfare and the Community*, 19 (1): 87-101, DOI: 10.1080/02650530500072009.

Sangasubana, N. (2011). How to Conduct Ethnographic Research. *The Qualitative Report*, 16 (2): 567-573.

Shagrir, L. (2017). The Ethnographic Research. Chapter 2. In: Journey to Ethnographic Research, Springer Briefs in Education, Springer. DOI 10.1007/978-3-319-47112-9_2.

Uzuner, Y. (1999). Niteliksel araştırma yaklaşımı. Uzuner, Y. Niteliksel Araştırma Yaklaşımı. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri İçinde*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 601. Eskişehir. Ünite 9: 175-190.

Walford, G. (2009). For Ethnography. *Ethnography and Education*, 4 (3): 271-282, DOI: 10.1080/17457820903170093.

Wilson, S. (1982). The Use of Ethnographic Techniques in Educational Research. (N. Karasar, H Gökmen ve N. Koyuncu Çev.). Etnografik Tekniklerin Eğitim Araştırmalarında Kullanımı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 15 (1): 265-286.

Yazıcı, H. Reisoğlu, S. ve Altun, F. (2012). Etnografik Araştırmacının Değerleri ile Araştırma Yöntem ve Sonuçları Arasındaki İlişki. *Journal of Life Sciences*, 1 (1): 649-657.